

LAPORAN SKRIPSI
PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG
DENGAN TEMA
ARSITEKTUR SIMBOLIS

SKRIPSI - AR. 8324
PERIODE II SEMESTER GENAP 2011
Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik Arsitektur



MILIK
PERPUSTAKAAN
ITN MALANG

Oleh :
RAHMAD ANTON SUJARWO
Nim. 05.22.059

Dosen Pembimbing :
Ir. Daim Triwahyono, MSA
Debby Budi Susanti. ST,MT

JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
2011

INSTRUKSI

DAFTAR ISI



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN

JUDUL

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

Laporan ini telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Skripsi untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Arsitektur – FTSP ITN Malang

Disusun oleh :

Nama : RAHMAD ANTON SUJARWO

NIM : 05.22.059

MENYETUJUI :

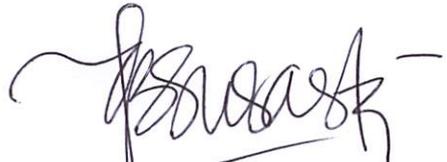
Dosen Pembimbing I,



(Ir. Daim Triwahyono, MSA)

NIP. 195603241984031002

Dosen Pembimbing II,



(Deby Budi Susanti, ST, MT)

NIP.P. 1030600415



Ketua Program Studi Arsitektur,


(Ir. Didiok Suharjanto, MT)

NIP. Y. 1039000215

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Nama : Rahmad Anton Sujarwo
NIM : 0522059
Program Studi : ARSITEKTUR
Judul : PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

Dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi jenjang Program Strata Satu (S1)

Pada Hari : SENIN
Tanggal : 29 agustus 2011
Dengan Nilai : C

PANITIA UJIAN SKRIPSI



KETUA,

Ir. Didiek Suharjanto, MT
NIP.Y.1039000215

SEKERTARIS,

Ir. Gaguk Sukowiyono, MT
NIP.Y. 1028500114

ANGGOTA PENGUJI

PENGUJI I,

Dr. Lalu Mulyadi, Ir, MT
NIP.Y.1018700153

PENGUJI II,

Ir. Ertin Lestari, MT
NIP.195612121986032010

LEMBAR PENGESAHAN JADWAL SKRIPSI

Nama : RAHMAD ANTON SUJARWO
NIM : 0522059
Program Studi : ARSITEKTUR
Judul : PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG
DENGAN TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

Waktu Pelaksanaan : 24 Maret s/d 28 Juli 2011

Waktu Pengujian : 29 Agustus 2011

Hasil Ujian : LULUS NILAI "C"

No	Tahapan Pelaksanaan	Minggu ke																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	Visualisasi Desain	■	■	■	■	■	■	■	■											
2	Proses Desain									■	■	■	■	■						
3	Drafting														■	■	■			
4	Penyusunan Laporan																		■	■

Malang , 17 september 2011

Mahasiswa,



Rahmad Anton Sujarwo

NIM : 05.22.059

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas rahmat dan karuni-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini mengambil obyek perancangan showroom mobil dengan judul **“PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG DENGAN TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS ”** Dengan harapan dalam proses penyelesaiannya penulis banyak mendapatkan pengetahuan baru mengenai arsitektur, dan sangat menghargai apa yang telah penulis lihat dan dengar, karena hal-hal tersebut sangat membantu dan memberikan inspirasi.

Skripsi ini disusun dengan tujuan sebagai persyaratan kelulusan dan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang.

Begitu banyak pihak yang telah membantu, menawarkan inspirasi, motivasi, dan wawasan. Masa kuliah sarat dengan tantangan emosional. Penulis berterimakasih pada kalangan akademis yang telah menyediakan fasilitas, sarana, dan prasarana dalam membuka jalan untuk menyelesaikan perkuliahan ini :

1. Institut Teknologi Nasional Malang, sebagai wadah kegiatan kalangan akademis dan segala kelebihan dan kekurangannya.
2. Ir,Suparno ,MT selaku rektor ITN Malang.
3. Bapak Ir. Didiiek Suharjanto,MT, selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu dan menyusun skripsi ini.
4. Ir. Daim Triwahyono ,MSA, selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan yang sangat besar manfaatnya.
5. Deby budi susanti, ST, MT selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan-masukan dan arahan yang sangat besar manfaatnya.
6. Ir. Gatot Adi Susilo. MT selaku koordinator skripsi.

7. DR . Lalu mulyadi, Ir, MT, selaku dosen penguji I.
8. Ir. Ertin Lestari, MT, selaku dosen penguji II.
9. Bapak dan Ibu Dosen Institut Teknologi Nasional Malang khususnya Jurusan Teknik Arsitektur atas bimbingan serta pengajaran yang telah diberikan.
10. Bapak dan Ibuku tercinta dan seluruh keluarga besarku yang telah memberikan perhatian, kasih sayang dan dukungan baik secara moril, spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Untuk saudara-saudarku yang selalu mendukung dalam do'a dan semangatnya.
12. Rekan-rekan mahasiswa dan sahabat-sahabat yang telah banyak memberikan do'a, tenaga, pikiran dan bantuan lainnya sehingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu disini.

bahwa, dalam Skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih sangat jauh dari sempurna, sehingga masukan berupa kritik dan saran baik mengenai isi maupun penulisan masih sangat diharapkan, guna mendapatkan kesempurnaan yang dimaksud. Pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri, masyarakat serta lingkungan. Amin.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan moril dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi sebuah hasil yang lebih baik di masa yang akan datang.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Malang, September 2011

Penulis,

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

TEMA

ARSITEKTUR SIMBOLIS

Rahmad Anton Sujarwo

(jurusan teknik arsitektur,ftsp-ITN malang)

ABSTRAKSI

Berbicara bisnis, dunia bisnis sangat berpengaruh terhadap proses modernisasi. Dengan proses modernisasi yang terus berlangsung dalam kehidupan manusia menimbulkan peningkatan terhadap standar kehidupan manusia dalam segala aspek. Peningkatan standar kebutuhan tersebut berujung pada peningkatan gaya hidup (*Lifestyle*). Bagi masyarakat modern, segala sesuatu yang terkait dengan gaya hidup (*Lifestyle*) dituntut haruslah selalu mencerminkan *modernitas*. Oleh sebab itu, tingkat gaya hidup (*Lifestyle*) seseorang dapat terlihat dari segala sesuatu yang memfasilitasi diri orang tersebut. Dan mobil sebagai alat transportasi menjadi salah satu fasilitas manusia yang terkena imbas modernisasi.

Bisnis jual-beli mobil saat ini telah banyak berkembang di Indonesia. Bisnis jual-beli mobil sangat menguntungkan dan sangat prospektif, dimana pada mulanya mobil hanya digunakan sebagai sarana transportasi oleh masyarakat, namun sekarang mobil menjadi kebutuhan yang hampir mutlak untuk dipenuhi oleh semua orang. Mobil menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi dikala kita dituntut oleh waktu dan jadwal kegiatan atau kerja yang ketat. Selain itu juga mobil harus dapat memenuhi kebutuhan yang kita perlukan sesuai dengan fungsi dari mobil sebagai sarana transportasi umum, keluarga atau sarana transportasi lainnya.

Laporan ini dimaksudkan untuk menghasilkan suatu produk berupa Pusat Layanan Mobil Honda dengan penerapan teori arsitektur Simbolis. Laporan ini tergolong dalam perancangan dengan metode yang digunakan ialah metode perancangan dengan menekankan pada bentuk serta hubungan ruang tanpa mengesampingkan suatu kenyamanan.

DAFTAR ISI

Lembar judul	i
Lembar pengesahan	ii
Kata pengantar	v
Abstraksi	vii
Daftar isi	viii
Daftar Gambar	
Daftar Tabel	
Abstraksi	

BAB I LATAR BELAKANG

I.1 Perkembangan Otomotif Di Indonesia	1
I.2 Perkembangan Otomotif Di Malang	4
I.3 Latar Belakang Tema	5

BAB II TINJAUAN OBJEK

II.1 Deskripsi Judul	8
II.2 Filosofi Honda	9
II.3 Studi Banding	21

BAB III KAJIAN TEMA

III.1 Kajian Literatur	26
III.2 Studi Banding Objek Se-Tema	34

BAB IV TINJAUAN LOKASI

IV.1 Studi Literatur Mengenai Lokasi Ideal	39
IV.2 Kajian Lokasi	40

BAB V BATASAN

V.1 Cakupan Objek	47
V.2 Cakupan Pelayanan	47
V.3 Cakupan Masa	47
V.4 Cakupan Lokasi	47
V.5 Cakupan Tema	48

BAB VI PERMASALAHAN DAN POTENSI

VI.1 Potensi dan Permasalahan	49
VI.2 Pembenturan Objek, Lokasi dan Tema	51

BAB VII PROGRAMING DAN ANALISA ARSITEKTUR

VII.1 Program Ruang	53
VII.2 Besaran Ruang	57
VII.3 Analisa Aktifitas	60
VII.4 Analisa Tapak	66
VII.5 Analisa Bentuk	70

BAB VIII KONSEP

VIII.1 Konsep Bentuk	74
VIII.2 Konsep Ruang	76
VIII.3 Konsep Tapak	80
VIII.4 Konsep Utilitas	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data mobil Honda	15
Gambar 2.2 Studi Banding Obyek	21 -25
Gambar 3.1.1 arsitektur Simbolis	30
Gambar 3.2.1 Showroom Dan Pusat Kesenangan / Manuelle Gautrand Arsitektur	34 -38
Gambar 4.2 Kajian Lokasi	40
Gambar 4.2.2 Data Lokasi	42 – 46
Gambar 7.4 Analisa Tapak	66 – 67
Gambar 7.4.2 Vegetasi	67
Gambar 7.4.3 View dari Luar Ke Dalam	68
Gambar 7.4.3 Kebisingan	69
Gambar 7.4.4 Sistem Utilitas lingkungan	69
Gambar 8.1 Konsep Bentuk	75
Gambar 8.3 Konsep Tapak	80
Gambar 8.4.7 Konsep Struktur	93
Gambar 9.1 Gambar Tampak	94
Gambar 9.2 Perspektif	95
Gambar 9.3 Gambar denah	96
Gambar 9.4 Gambar Potongan	97

DAFTAR TABEL

Tabel. Bab 2 data mobil Honda	15
Tabel. Bab 7 besaran ruang	57 - 59
Tabel Bab 7 analisa bentuk	70 – 71
Tabel Bab 8 konsep pencahayaan	82

BAB I

LATAR BELAKANG

I. LATAR BELAKANG

Proses modernisasi yang terus berlangsung dalam kehidupan manusia menimbulkan peningkatan terhadap standar kebutuhan manusia dalam segala aspek. Peningkatan standar kebutuhan tersebut berujung pada peningkatan gaya hidup. Bagi masyarakat modern, segala sesuatu yang terkait dengan gaya hidup dituntut haruslah selalu mencerminkan “Modernitas”. Oleh sebab itu, tingkat gaya hidup seseorang dapat terlihat dari segala sesuatu yang memfasilitasi diri orang tersebut. Dan mobil sebagai alat transportasi menjadi salah satu fasilitas manusia yang terkena imbas modernisasi.

Bisnis jual-beli mobil saat ini telah banyak berkembang di Indonesia, banyak para usahawan muda yang mendirikan bisnis jual-beli mobil. Bisnis jual-beli mobil sangat memberikan keuntungan dan prospektif, dimana pada mulanya mobil hanya digunakan sebagai sarana transportasi oleh masyarakat, dimana mobil menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi dikala kita dituntut oleh waktu dan jadwal kegiatan atau kerja yang ketat. Selain itu juga mobil harus dapat memenuhi kebutuhan yang kita perlukan sesuai dengan fungsi dari mobil tersebut sebagai sarana transportasi umum, keluarga atau sarana transportasi lainnya ¹.

L.1 Perkembangan Otomotif di Indonesia

Gaya hidup modern mempengaruhi mayoritas masyarakat Indonesia yang tinggal di perkotaan. Perkembangan teknologi mencapai titik dimana segala hal dituntut untuk dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Berbagai kebutuhan masyarakat kota yang berhubungan dengan transportasi, komunikasi dan aktivitas kerja sehari-hari bahkan hingga hiburan pun dituntut untuk dapat memuaskan hasrat penggunaannya semaksimal mungkin dan *se-instant* mungkin. Kecenderungan tersebut bahkan semakin berkembang ke arah gaya hidup penikmat yang semakin membuat

¹ Mobil Motor, 15-28 Januari 2001, hal.36-37.

orang ingin melakukan segala sesuatunya secara *instant* dan serentak dalam tingkat kenyamanan yang semakin tinggi.

Yang menonjol dalam gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini adalah efisien, efektif, produktif, cepat, praktis, fungsional, multiguna (*usability-compatibility*), dan bergaya, yang mengarah kepada kemudahan, kenikmatan dan semua itu menyublim ke dalam konsep kualitas hidup manusia modern. Segala sesuatu yang berhubungan dengan kerumitan cenderung dihindarkan dan ditinggalkan, dan semaksimal mungkin diambil alih oleh teknologi. Untuk itu, mereka bersedia mengkompensasinya dengan uang.

Dalam perjalanannya, uang pulalah yang menjadi salah satu *benchmark* penting konsumen dalam memilih produk. Demikian pula yang terjadi dalam desain mobil saat ini. Dalam bermobil pun orang semakin menginginkan berbagai hal seperti di atas. Kecenderungan desain mobil saat ini semakin memperlihatkan detail yang berkaitan dengan *trend* yang berlambang dalam aplikasi berbagai teknologi baru, baik untuk desain eksterior mobil maupun interiornya. Gaya hidup yang terbentuk pada masyarakat kota ini menjadi dasar persepsi dan interpretasi mereka dalam memilih mobil mana yang akan mereka beli.

Indonesia merupakan negara yang menyimpan banyak potensi yang begitu besar. Dengan wilayah yang begitu luas dan jumlah penduduk yang besar, Indonesia menjadi pasar yang menarik berbagai negara besar. Pasar akan terbuka untuk segala jenis industri, sehingga di pasar bebas dapat ditemukan banyak jenis barang, baik produk yang sejenis maupun produk yang setara.

Dengan laju pertumbuhan yang begitu pesat, yang diikuti pula oleh pertumbuhan ekonomi dan bisnis yang semakin maju, maka pendapatan masyarakat akan meningkat. Semakin maju tingkat kehidupan masyarakat, menyebabkan mereka semakin menuntut adanya kelengkapan fasilitas untuk memenuhi aktifitas kebutuhan sehari-hari, seperti; fasilitas informasi, transportasi, hiburan, rekreasi, dan lain-lain.

Berkembangnya sektor industri selama ini tidak lepas dari kebijaksanaan Pemerintah untuk mengembangkan industri dalam negeri yang ke depannya diharapkan dapat menjadi titik sentral bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Demikian halnya dengan industri otomotif yang memberikan sumbangan terhadap nilai tambah sektor industri serta penyerapan tenaga kerja yang cukup besar.

Dalam beberapa tahun terakhir ini tingkat permintaan mobil tak pernah surut, bahkan tahun ini permintaannya diperkirakan naik 10 % dari tahun lalu menembus 520 ribu unit. Perkiraan itu mulai disiasati oleh para pelaku industri otomotif lewat berbagai model baru dan harga khusus untuk meraih angka penjualan tinggi.

Bambang Trisulo, Ketua Umum Gaikindo memprediksi penjualan tahun ini akan melewati 520 ribu unit, tahun lalu angkanya mencapai 483 ribu unit. Selain daya beli masyarakat naik, kenyataan mobil pribadi masih menjadi pilihan transportasi paling aman dan nyaman. Jenis mobil yang diminati yakni tidak bergeser dari tahun lalu, yakni multi purpose vehicle (MPV) sejenis kijang dan sport utility vehicle (SUV)².

Bahkan, produk mobil Honda sudah terjual melampaui 50.000 unit. Krisis ekonomi global yang membuat sektor bisnis otomotif dunia guncang ternyata berimbas cukup keras di Indonesia. Seperti dialami PT Honda Prospect Motor (HPM), agen tunggal pemegang merek Honda di Tanah Air yang penjualannya untuk bulan November tercatat sebanyak 2.740 unit, turun sekitar 39,7 persen dibandingkan tahun lalu, sebesar 4.550 unit.

Untuk total penjualan hingga bulan ke-11 2008, HPM meraih 50.371 unit. Jumlah tersebut meningkat 36,4 persen dibandingkan periode yang sama dengan tahun lalu sebanyak 36.930 unit. Angka itu malah telah melampaui total penjualan selama 2007 sebanyak 40.000 unit.

Jonfis Fandy, Marketing & After Sales Service Director PT Honda Prospect Motor, mengatakan, pihaknya akan terus memantau kondisi ekonomi dan pasar otomotif untuk menentukan target dan strategi berikutnya. Meskipun demikian, penjualan Honda yang mampu menembus angka 50.000 unit sampai November 2008 lalu merupakan pencapaian yang cukup baik.

Dari semua produk Honda, Jazz tetap menjadi primadona. Hatchback yang menjadi andalan HPM itu, untuk November 2008 ini, terjual sebanyak 1.579 unit; dan total penjualan selama 2008 yang digabung dengan model sebelumnya, Jazz bermesin i-VTEC yang hemat bahan bakar dan bertenaga ini, mengukir angka 23.918 unit.

² Suara Merdeka; 27 Januari 2005.

Peringkat kedua penyumbang terbesar adalah Honda CR-V, yang merupakan produk unggulan di kategori SUV. Untuk November, CR-V terlego total 860 unit, sedangkan secara keseluruhan selama 2008 sampai bulan kesembilan mencapai 17.010 unit. Adapun di kelas MPV, produknya, Honda Odyssey, terjual total 244 unit sepanjang 2008 ini.

Di kelas mini sedan, generasi ketiga dari Honda City yang telah diluncurkan 27 November 2008 lalu berhasil terjual sebanyak 222 unit. Untuk 2008 ini, total penjualan City bersama dengan model sebelumnya telah meraih 4.101 unit.

Selain Honda City, di kelas small sedan, Honda Civic mencatat angka penjualan sebanyak 46 unit selama November 2008, sedangkan totalnya sepanjang 2008 sebanyak 2.985 unit. Sementara itu, Honda Accord yang berada di kelas medium sedan, November ini memberi kontribusi sebanyak 33 unit, dengan total penjualan di sepanjang tahun 2008 mencapai 2.113 unit.

L2 Perkembangan Otomotif di Malang

Malang sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur merupakan pangsa pasar yang menjanjikan untuk pemasaran mobil-mobil. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya bangunan *showroom-showroom* mobil yang ada di Malang yang masing-masing memiliki konsumen sendiri-sendiri. Setiap *showroom* mobil memiliki pelanggan atau konsumen tersendiri yang mempercayakan kebutuhannya akan urusan mobil pada *showroom* tersebut. Setiap *showroom* mobil yang ada di Malang memiliki cara atau strategi tersendiri dalam meningkatkan dan menjaring konsumen atau pelanggan sehingga terjadi persaingan antara *showroom* mobil yang satu dengan *showroom* mobil yang lainnya dalam menguasai bisnis jual-beli mobil.

Bagi kalangan masyarakat Malang tertentu, mobil bukan hanya sarana transportasi, akan tetapi juga melambangkan status pemiliknya. Beberapa mobil yang dapat kita jumpai di jalan raya Malang antara lain: BMW, Mercedes-Benz, Toyota, Nissan, Suzuki, Daihatsu, Mitsubishi, Hyundai, Chevrolet, KIA, Isuzu, Mazda serta Honda.

Dalam pangsa pasar mobil, produk yang irit bahan bakarlah yang jadi idaman konsumen serta yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, mobil Honda yang paling

irit³. Dalam laporan yang dirilis oleh EPA (Environmental Protection Agency) di Amerika Serikat, mobil-mobil Honda mampu mencapai efisiensi bahan bakar rata-rata 10,03 km/liter.

Sementara itu, produk ramah lingkungan dari Honda, yaitu Honda Civic Hybrid dinyatakan sebagai mobil paling hemat bahan bakar di urutan kedua di dunia, dengan rata-rata konsumsi mencapai 18,23 km/liter. Oleh sebab itu, banyak dijumpai mobil-mobil merk Honda di jalanan kota Malang karena masyarakat telah mempercayakan produk Honda tersebut.

I.3 Latar Belakang Tema

Diharapkan dari perancangan ini dapat menghasilkan sebuah *showroom* mobil yang inovatif, dalam pengertian merupakan sebuah terobosan baru dalam dunia desain *showroom* mobil, menggebrak kekakuan desain *showroom* mobil yang telah ada saat ini di Indonesia, khususnya di Malang. Dengan menerapkan sebuah konsep arsitektur yang berbeda sehingga dapat menjadikannya sebagai *showroom* mobil dengan desain yang paling inovatif di Indonesia.

Selain itu, juga diharapkan dapat menghasilkan *showroom* mobil dengan desain yang atraktif terkait dengan fungsi dasar bangunan *showroom* tersebut yaitu sebagai sebuah bangunan komersial. Dapat diartikan; atraktif dalam permainan elemen dan komponen bangunannya untuk menjadikannya sebagai sebuah kedinamisan dan dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Dengan demikian, perancangan pusat pelayanan mobil Honda yang atraktif dan inovatif dapat disebut sebagai faktor pembentuk citra bangunan komersial yang dituntut untuk mampu bersaing dalam menarik perhatian konsumen maupun publik.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maksud dari perancangan ini adalah untuk dapat menghasilkan sebuah rancangan Pusat Pelayanan Mobil Honda yang atraktif dan inovatif terkait dengan fungsi bangunan tersebut sebagai sebuah bangunan yang komersial yang tentu memiliki visi, misi, dan tujuan komersial pula. Sebagai bangunan komersial, maka rancangan *Pusat Pelayanan Mobil Honda* ini pun

³ Otomotif, Lampung Post; Sabtu, 27 September 2008.

dituntut untuk dapat memenangkan persaingan dalam hal menarik perhatian publik dan memperluas jaringan konsumen di antara banyaknya *showroom-showroom* yang telah ada. Diharapkan *Pusat Pelayanan Mobil Honda* ini dapat menggebrak dunia komersial *showroom* Indonesia dengan terobosan-terobosan desainnya yang inovatif.

Tema arsitektur simbolisme oleh Charles Jenks secara umum pun dipilih untuk mendasari perancangan pusat pelayanan mobil Honda ini.

Pada umumnya *showroom-showroom* mobil yang telah ada di Malang berkonsepkan arsitektur modern yang cenderung monoton dan kaku, hampir semua sama saja, yang membedakan hanyalah *brand product*-nya saja. Sampai saat ini, hampir tidak pernah dijumpai adanya konsep post-modern pada *showroom-showroom* yang telah ada. Hal inilah yang mendasari pemilihan tema arsitektur simbolis pada perancangan pusat pelayanan mobil Honda di Malang.

Arsitektur simbolis merupakan suatu pendekatan desain bangunan yang merupakan usaha-usaha untuk memperkaya imajinasi dan pengolahan lagi bentuk desain yang sudah ada serta memperkuat imej dan karakter bangunannya sehingga mudah diingat oleh pengamat.

Arsitektur modern yang banyak diterapkan pada perancangan *showroom* mobil di Malang, seringkali menyebut dirinya sebagai arsitektur yang paling rasional, arsitektur yang paling memiliki teknologi tinggi, dan arsitektur yang memiliki sistem fungsional yang sempurna sehingga pada waktu itu tidak ada alternatif pemikiran lain di dalam arsitektur selain “berpikir monoton” seperti halnya paham fungsional yang dimiliki oleh arsitektur modern. Pengaruh dari suatu fenomena dari fungsi-fungsi yang dijanjikan dapat dirasakan pada bentukan yang terjadi, sehingga menghasilkan bentukan-bentukan yang tidak berkembang, seperti desain yang penuh dengan “kotak-kotak” sederhana. Makin lama keadaan ini menimbulkan kejenuhan, sehingga mulai timbul konflik penyangkalan dan usaha-usaha untuk keluar dari “jalur” yang ada.

Post-modern merupakan salah satu jalan keluar yang patut dipertimbangkan dari permasalahan-permasalahan yang timbul dari kejenuhan akan arsitektur modern. Sehingga dapat menghasilkan pemahaman dan perspektif baru tentang arsitektur.

Pada arsitektur simbolis yang ditonjolkan adalah subjek dan komponen dari teknologi terkini. Penggunaan ornamen, dekorasi dan elemen-elemen dari pra

modern yang telah ditransformasi - menyertakan warna dan tekstur menjadi elemen arsitektur.

Arsitektur simbolis oleh Charles Jencks dianggap dapat mewakili tema arsitektur simbolis dalam perancangan pusat pelayanan mobil Honda ini. Pada dasarnya simbolis merupakan reaksi (anti-thesis) dari Modernisme (thesis) yang sudah berjalan sangat lama. Arsitektur simbolis Charles Jencks menjadi terkenal berkat bentuk arsitekturalnya yang prima.

Konsep mengenai penyatuan yang lama dan baru serta penggunaan ornamen dan pewarnaan yang tegas membuat desain Pusat Pelayanan Mobil Honda ini lebih “hidup” dan tidak ada kesan kaku dan terikat. Berbeda dengan arsitektur modern yang kaku dan tidak “hidup” sama sekali. Cocok dengan imej Honda yang mengedepankan produk mutakhir dan teknologi mesinnya. Dengan demikian, simbolisme Charles Jencks yang dapat diterapkan pada perancangan bangunan komersial dalam bidang komersial.

Diharapkan dari penerapan teori dan konsep Charles Jencks dalam perancangan ini dapat menghasilkan sebuah rancangan *showroom* mobil yang “hidup”, dan sesuai dengan tuntutan jaman. Yang pada akhirnya akan sangat banyak memberi keuntungan sebagai citra bangunan komersial dalam memenangkan persaingan menarik perhatian publik dan memperluas jaringan konsumen dan mengembangkan profil perusahaan. Rancangan yang dihasilkan dapat mencerminkan identitas *Honda brand product* pemilik *showroom* tersebut. Identitas Honda sebagai produsen mobil yang paling digemari saat ini, menjadikannya sebagai produsen mobil dengan kualitas tinggi. Rancangan yang *simbolis*, atraktif dan penuh dengan desain inovatif pada pusat pelayanan mobil Honda sesuai dengan *brand image* Honda sebagai produsen mobil yang paling inovatif dan selalu menggebrak dunia otomotif dengan desain-desain mobilnya yang selalu berbeda dan menjadi acuan dalam orientasi dunia otomotif.

BAB II

TINJAUAN OBYEK

II.1 DESKRIPSI JUDUL

Pusat:

- Kumpulan dari berbagai macam kegiatan-kegiatan ¹.
- Pokok pangkal atau yang jadi pimpinan (terdiri dari berbagai urusan), bisa juga sebagai perhatian, sesuatu yang jadi sasaran perhatian) ².

layanan:

- Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan.
- Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa ³.

Mobil Honda:

- Salah satu merek kendaraan roda empat yang berasal dari Jepang yang beredar di Indonesia.

Malang:

- Menunjukkan tempat atau lokasi dari proyek tersebut, yaitu di jalan Zainal Arifin – jalan Aris Munandar dalam wilayah kota Malang - Jawa Timur.

“ Pusat layanan Mobil Honda di Malang “

Pusat penjualan mobil yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang seperti pelayanan perbaikan mesin ataupun bodi, aksesoris, penjualan suku cadang (spare part) yang dikhususkan kepada para pengguna produk mobil HONDA yang ada di kota Malang

¹ W.J.S Poerwa Darminta; Kamus Besar Bahasa Indonesia; Jakarta; 1976.

² Noverdi Zaafri; Skripsi Arsitektur, *Pusat Pelayanan Toyota di Malang*; Institut Teknologi Nasional Malang; 2004.

³ Kamus Bahasa Indonesia Edisi II; Jakarta; 1995.

II.2 FILOSOFI HONDA ⁴



Gambar III.1: Soichiro Honda, tokoh pendiri Honda Motor Company.

“Banyak orang mengimpikan sukses. Bagi saya, sukses hanya bisa dicapai melalui kegagalan dan introspeksi berulang-ulang. Sesungguhnya, sukses merepresentasikan 1% dari pekerjaan Anda yang hanya bisa dihasilkan dari 99% yang dinamakan kegagalan ⁵”.

Perjalanan Karir Soichiro Honda - Pendiri Honda Motor Company.

Lahir di Hamamatsu, Shizuoka, Jepang pada 17 November 1906, Honda dibesarkan dalam keluarga miskin. Ayahnya, Gihei Honda, adalah seorang pandai besi yang mengelola bengkel reparasi sepeda, sementara sang ibu, Mika, adalah seorang penenun. Namun, sang ayah bisa mengerjakan bermacam-macam pekerjaan, bahkan menjadi ahli gigi jika diperlukan. Kepada anak-anaknya selalu ditekankan pentingnya etika kerja keras dan cinta pada hal-hal yang berbau mekanis.

Honda kecil belajar bagaimana menajamkan mata pisau mesin pertanian, selain tentu saja bagaimana membuat mainan sendiri. Kepada kakeknya, Honda selalu meminta diajak melihat bagaimana mesin penggilingan padi bekerja. Honda benar-benar menyukai dunia permesinan. Sampai-sampai di sekolah dia mendapat julukan “si musang berhidung hitam”. Julukan ini kedengaran merendahkan, tapi sesungguhnya tidak. Malah cenderung bermuatan kekaguman. Julukan itu muncul

⁴ Artikel www.bisnis.com

⁵ Salah satu ungkapan terkenal Soichiro Honda.

karena wajah Honda selalu kotor gara-gara pekerjaan yang dilakukannya membantu sang ayah di bengkel pandai besi.

Berkat ketekunannya membantu sang ayah, pada usia 12 tahun, dia bisa menciptakan sepeda dengan model rem kaki. Pada usia 15 tahun, tanpa pendidikan formal yang memadai, Honda tiba di Tokyo untuk mencari pekerjaan. Dia mendapat pekerjaan memang, di sebuah bengkel bernama Art Shokai. Namun, bukan untuk mengurus mesin, melainkan menjadi petugas kebersihan merangkap pengasuh bayi anak pemilik bengkel, Kashiwabara.

Namun, semangatnya untuk belajar mesin terus menyala. Dia memanfaatkan waktu saat bengkel tutup untuk sekadar mengamati mesin mobil. Dia kian bersemangat belajar mesin setelah menemukan buku tentang pengapian mesin di perpustakaan. Dia kumpulkan gajinya untuk meminjam buku itu. Sedikit demi sedikit, pengetahuannya tentang mesin bertambah dan suatu hari kesempatan itu datang, unjuk gigi mengurus mesin mobil.

Majikannya terkagum-kagum ketika dia berhasil memperbaiki mesin mobil Ford model T keluaran 1908. Pada usia 22 tahun, dia dipercaya menjadi kepala bengkel Art di kota Hamamatsu. Di sana dia selalu menerima pengerjaan reparasi yang ditolak oleh bengkel lain. Setelah enam tahun bekerja, dia memutuskan pulang ke kampung halaman dan mendirikan bengkel sendiri pada 1928.

Honda mulai menapaki pijakan industrialnya pada 1935 dengan mula-mula memproduksi ring piston untuk mesin-mesin kecil. Hanya saja, ketika dia tawarkan ke sejumlah pabrikan otomotif, hasil karyanya tak dilirik, termasuk oleh Toyota. Ring piston buatannya dianggap tidak lentur. Kegagalan itu membuatnya jatuh sakit cukup serius.

Namun, dia segera bangkit. Dia berusaha mendapatkan ilmu tentang ring piston itu dengan kuliah di Sekolah Tinggi Hamamatsu, Jurusan Mesin. Siang hari, sepulang sekolah, dia langsung ke bengkel mempraktekkan pengetahuan yang didapatnya. Hanya saja, karena jarang masuk, dia dikeluarkan dari sekolah setelah dua tahun kuliah.

Berhenti kuliah tak membuatnya putus asa. Kerja kerasnya mulai membawa hasil pada 20 November 1937, ketika Toyota akhirnya menerima ring piston buatan

Honda dan memberinya kontrak. Namun, batu ujian terus menghampirinya. Dua kali pabrik ring piston yang didirikannya hangus terbakar.

Bukan Honda namanya bila menyerah. Dia kumpulkan seluruh karyawannya dan memerintahkan mereka mengambil kaleng bekas bensol yang dibuang kapal Amerika Serikat (AS) untuk membangun pabrik. Pabrik dibangun, gempa bumi melanda. Tak ada pilihan dia jual pabriknya ke Toyota pada 1947. Honda kembali ke sepeda dengan kreativitas baru, menempelinya dengan motor kecil. Hasil kreasinya itu mendapat sambutan bagus.

Di bawah bendera Honda Motor Company yang didirikannya pada September 1948, berhasil memproduksi mesin-mesin kecil untuk digunakan di sepeda motor, lalu memproduksi sepeda motor utuh.

Berkat keandalan tekniknya yang luar biasa, dan dibantu pemasar cerdas Fujisawa, sepeda motor Honda akhirnya mampu mengungguli Triumph dan Harley-Davidson di masing-masing pasar lokalnya, yakni Inggris dan AS. Pada 1959, Honda Motorcycles membuka diler pertamanya di AS. Dan selanjutnya adalah sejarah "Sukses 1%". Kekuatan Honda berasal dari filosofi yang dibangun Soichiro Honda, yaitu menghormati individu dan tiga kebahagiaan.

Menghormati individu, seperti dijelaskan dalam misi dan visi korporat Honda Motor Company, mencerminkan keyakinan Honda akan kemampuan unik manusia. Penghormatan fundamental ini menentukan hubungan perusahaan dengan rekanan, pelanggan, penyalur, mitra bisnis dan masyarakat. Honda meyakini bahwa setiap orang yang terlibat dalam proses pembelian, penjualan atau penciptaan produk harus menerima perasaan bahagia dari pengalaman.

Bersama-sama ketiga kebahagiaan itu menghasilkan kebahagiaan afiliasi-perasaan positif yang muncul dari hubungan dengan Honda. Dengan begitu, diharapkan masyarakat menginginkan keberadaan Honda. Tiga kebahagiaan yang dimaksud itu adalah, kebahagiaan memproduksi, kebahagiaan menjual dan kebahagiaan membeli.

Itu artinya, kebahagiaan yang diharapkan ada pada diri setiap orang bukan semata-mata kebahagiaan mendapatkan sesuatu, tapi juga (dan yang terpenting) kebahagiaan memberikan sesuatu yang terbaik.

Tahun lalu, pendapatan imperium raksasa otomotif Jepang yang kini diperkuat 167.231 pegawai itu mencapai US\$94,24 miliar (Rp.866 triliun), dengan laba bersih US\$5 miliar. Kemegahan bisnis itu dibangun Honda dengan merangkak dari bawah, melewati badai demi badai kegagalan.

Filosofi Perusahaan⁶:

1. Prinsip Dasar

- Saling menghormati sesama.
- Tiga unsur kebahagiaan (kebahagiaan membeli, kebahagiaan menjual, kebahagiaan menciptakan).

2. Prinsip Perusahaan

- Demi menjaga opini publik, kami berdedikasi untuk mensuplai produk berkualitas terbaik dengan harga yang sesuai untuk kepuasan konsumen di dunia.

3. Kebijakan Manajemen

- Selalu memiliki ambisi dan energitas.
- Menghargai teori, mengembangkan ide-ide baru dan menggunakan waktu dengan sebaik-baiknya.
- Nikmati pekerjaanmu dan saling terbuka satu sama lain.
- Selalu berusaha untuk menjaga keharmonisan kinerja tim.
- Selalu mengingat pentingnya riset dan kerja keras.

Di HONDA, impianlah yang menggerakkan kami. Kami memulai dengan sepeda yang dilengkapi dengan perangkat mesin pada tahun 1948, dan sejak saat itu terus mempersembahkan berbagai produk inovatif yang memberikan arti pada mobilitas masing-masing individu dan kehidupan di suatu masyarakat. Kami menghormati masyarakat dan perbedaan yang ada pada diri mereka masing-masing,

⁶ Agus Tri Wibowo "*Honda Philosophy*", Skripsi Arsitektur ITN Malang; 2005;

yang mana hal ini kemudian mengarahkan kami pada kebiasaan utama perusahaan yang kemudian berwujud pada kreatifitas.

HONDA selalu berusaha mengembangkan diri semata-mata demi kepuasan masyarakat di seluruh dunia. Kami berjuang untuk memberikan produk dan servis yang paling diinginkan oleh pelanggan kami dimanapun ia berada.

Untuk memastikan bahwa kami memenuhi keinginan penduduk di suatu daerah, kami menetapkan jaringan penjualan lokal; kami telah membagi sistem operasi sehingga banyak produk kami yang tidak hanya dibuat, tetapi juga dikembangkan di beberapa daerah tempat nantinya ia akan digunakan. Hasilnya adalah sebanyak 124 fasilitas pabrik di 28 negara di luar Jepang yang memproduksi motor, mobil dan power products untuk melayani kebutuhan sekitar 17 juta pelanggan setiap tahunnya.

Pada waktu bersamaa, HONDA menyadari tanggung jawab sosialnya sebagai suatu perusahaan sekaligus bagian dari suatu negara agar lebih berperan aktif dalam mencari solusi di bidang lingkungan hidup dan berbagai isu keamanan. Kami berusaha keras untuk mengurangi dampak yang mungkin diakibatkan oleh seluruh kegiatan operasi kami, mulai dari pengembangan, produksi hingga penjualan; yang mungkin berpengaruh pada lingkungan hidup global. Dengan mengimplementasikan berbagai kebijakan untuk meningkatkan efisiensi, yaitu dengan hanya menggunakan energi dan sumber daya alam, mengurangi emisi yang berbahaya dan meningkatkan efisiensi penggunaan bahan bakar minyak pada setiap produk kami, serta membuat Pabrik Hijau, kami telah membantu memecahkan masalah lingkungan hidup sedunia.

“Kami ingin setiap pengunjung merasakan kenyamanan hidup di sebuah dunia yang bersih dengan udara yang segar. Dengan berbagai aktivitas untuk lingkungan dan produk-produk yang ramah lingkungan pula, kami berharap suatu hari kota yang hijau ini bisa menjadi kenyataan⁷”.

“Sesuai komitmen kami untuk masa depan, Honda selalu menempatkan pelestarian lingkungan sebagai prioritas dan melakukan upaya proaktif mengurangi dampak kerusakan lingkungan⁸”.

⁷ Jonfis Fandy; Marketing & Aftersales Service Director HPM; Copyright © Sinar Harapan 2008.

⁸ Yukihiro Aoshima; Presiden Direktur HPM; Copyright © 2007-2008 Inilah.Com.

Mobil HONDA adalah pilihan terbanyak orang untuk membeli sebuah mobil, karena mobil Honda memiliki persyaratan yang diajukan orang ketika akan membeli mobil, berikut data yang kami dapatkan:

Untuk total penjualan hingga bulan ke-11 2008, HPM meraih 50.371 unit. Jumlah tersebut meningkat 36,4 persen dibandingkan periode yang sama dengan tahun lalu sebanyak 36.930 unit. Angka itu malah telah melampaui total penjualan selama 2007 sebanyak 40.000 unit.

Dari semua produk Honda, Jazz tetap menjadi primadona. Hatchback yang menjadi andalan HPM itu, untuk November ini, terjual sebanyak 1.579 unit; dan total penjualan selama 2008 yang digabung dengan model sebelumnya, Jazz bermesin i-VTEC yang hemat bahan bakar dan bertenaga ini, mengukir angka 23.918 unit.

Peringkat kedua penyumbang terbesar adalah Honda CR-V, yang merupakan produk unggulan di kategori SUV. Untuk November, CR-V terlego total 860 unit, sedangkan secara keseluruhan selama 2008 sampai bulan kesembilan mencapai 17.010 unit. Adapun di kelas MPV, produknya, Honda Odyssey, terjual total 244 unit sepanjang 2008 ini.

Di kelas mini sedan, generasi ketiga dari Honda City yang telah diluncurkan 27 November 2008 lalu berhasil terjual sebanyak 222 unit. Untuk 2008 ini, total penjualan City bersama dengan model sebelumnya telah meraih 4.101 unit.

Selain Honda City, di kelas small sedan, Honda Civic mencatat angka penjualan sebanyak 46 unit selama November 2008, sedangkan totalnya sepanjang 2008 sebanyak 2.985 unit. Sementara itu, Honda Accord yang berada di kelas medium sedan, November ini memberi kontribusi sebanyak 33 unit, dengan total penjualan di sepanjang tahun 2008 mencapai 2.113 unit.

Dengan tingkat penjualan setinggi itu maka wajar apabila masyarakat banyak yang mempercayakan alat transportasinya pada mobil merk Honda.

Data Mobil Honda⁹:



Gambar II.1: All New Honda Jazz



HargaRp. 144.500.000,-

Type Mobil City Car

Description

Overall Length	mm	3830
Overall Width	mm	1693
Overall Height	mm	1525
Wheelbase	mm	2450
Front Tread	mm	1456
Rear Tread	mm	1446
Ground Clearance	mm	n/a
Kerb Weight	kg	1045
Max. Speed	km/h	n/a
Min. Turning Radius	m	4.7
Bore x Stroke	mm x mm	73 x 89.4
Displacement	cc	1497
Max. Torque	kgm/rpm	13.1 / 2700
Max. Power	PS/rpm	87 / 5500
Fuel System		PGM-FI (Programmed Fuel Injection)
Fuel Tank Capacity	ltr	n/a
Model		SOHC, 4 Cylinder Inline, 8 Valves i-DSI (Intelligent -Dual Sequential Ignition)

Mesin All-new Honda Fit/Jazz yang mengusung teknologi i-VTEC menyediakan 2 varian mesin yaitu 1300cc dan 1500cc.

- Mesin i-VTEC 1300cc menghasilkan tenaga 99 HP.
- Mesin i-VTEC 1500cc menghasilkan tenaga 118 HP.

Transmisi yang digunakan masih seperti dahulu berupa Manual-5 Speed dan CVT-7 Speed.

⁹ Otomotif – Honda; Kompas.com.

Konsumsi bensin yang di claim oleh Honda yaitu 1300cc berkisar 23,9 km/l sedangkan 1500cc berkisar 19,4 km/l. Angka yang fantastis, ini semua berkat kemajuan Honda Motors dalam teknologi mesin i-VTECnya menjadi lebih irit dan berperforma lebih.

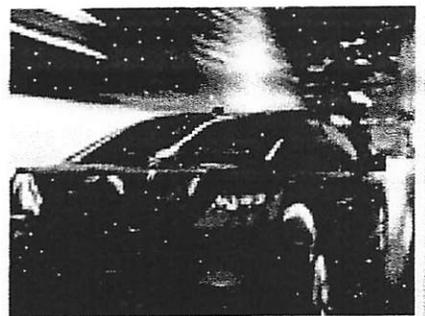
Honda All New Jazz menggunakan menggunakan teknologi mesin baru dengan kombinasi teknologi i-DSI dan VTEC, yakni i-VTEC. Sehingga sangat irit bahan bakar dengan perbandingan 1: 19,6.



Gambar II.2: Honda Civic Vti-S Manual (21st Century)



Exterior.



Performance.



Interior - Audio.

Type Mobil Sedan

Description

Overall Length	mm	4435
Overall Width	mm	1715
Overall Height	mm	1440
Wheelbase	mm	2620
Front Tread	mm	1470
Rear Tread	mm	1470
Ground Clearance	mm	n/a
Kerb Weight	kg	n/a
Max. Speed	km/h	n/a
Min. Turning Radius	m	5.4
Bore x Stroke	mm x mm	75 x 94.4
Displacement	cc	1668
Max. Torque	kgm/rpm	15.8 / 4800
Max. Power	PS/rpm	130 / 6300
Fuel System		Programmed Fuel Injection.
Fuel Tank Capacity	ltr	45
Model		VTEC 4 Silinder, Segaris 16 katup.

- Refined Design for 2009**¹⁰:
- New Honeycomb Front Grille.
 - Clear Turn Signal Lenses.
 - Two New Color Choices.

- Inspiring Performance** :
- 140-hp, 1.8-Liter i-VTEC® Engine.
 - Up to 36 hwy mpg*.
 - Drive-by-Wire™ Throttle System.
 - New 16-Inch Alloy Wheels (EX, EX-L).

- Audio**:
- New USB Audio Interface (EX, EX-L).
 - Available Honda Satellite-Linked Navigation System™ with Voice Recognition** and Bluetooth® HandsFreeLink®.



Gambar II.3: All New Accord Vti DOHC i-VTEC 2.4 M/T



Performance.



Interior.



Exterior.

Type Mobil Sedan

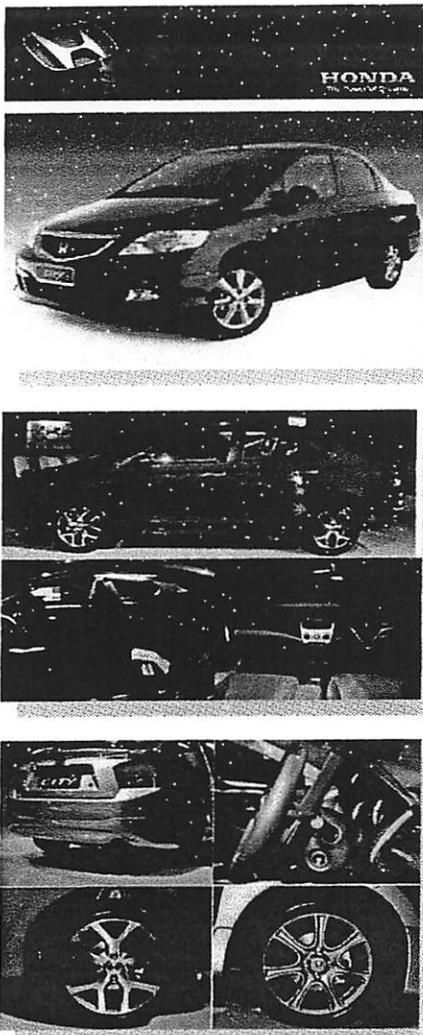
Description

Overall Length	mm	4830
Overall Width	mm	1820
Overall Height	mm	1455
Wheelbase	mm	2740
Front Tread	mm	1555
Rear Tread	mm	1555
Ground Clearance	mm	n/a
Kerb Weight	kg	n/a
Max. Speed	km/h	n/a
Min. Turning Radius	m	5.9
Bore x Stroke	mm x mm	87.0 x 99.0
Displacement	cc	2354
Max. Torque	kgm/rpm	22.2 / 4.500
Max. Power	PS/rpm	160 / 5.500
Fuel System		PGM-FI (Programmed Fuel Injection).
Fuel Tank Capacity	ltr	65
Model		4 Silinder Dohc i-VTEC 16 Valve in-line.

¹⁰ Honda Civic Coupe – The Official Honda Web Site.

Performance Features:

- 190-hp, 2.4-Liter, 16-Valve, DOHC, i-VTEC® 4-Cylinder Engine (EX).
 - 271-hp, 3.5-Liter, 24-Valve, SOHC VTEC® V-6 Engine (EX-L V-6 6MT models).
 - 271-hp, 3.5-Liter, 24-Valve, SOHC i-VTEC® V-6 Engine with VCM® (EX-L V-6 5AT models).
 - Variable Cylinder Management™ (VCM®) (5AT models).
 - 5-Speed Automatic Transmission.
 - Close-Ratio 6-Speed Manual Transmission (V-6 only).
 - Double Wishbone Front Suspension.
 - Independent Multi-Link Rear Suspension.
 - Drive-by-Wire™ Throttle System.
 - Grade Logic Control.
 - Maintenance Minder™ System.
-  **Gambar II.4: All-New City i-DSI Manual**



Harga Rp. 260 juta

Type Mobil Sedan

Description

Overall Length	mm	4310
Overall Width	mm	1690
Overall Height	mm	1485
Wheelbase	mm	2450
Front Tread	mm	1455
Rear Tread	mm	1455
Ground Clearance	mm	n/a
Kerb Weight	kg	1045
Max. Speed	km/h	n/a
Min. Turning Radius	m	4.7
Bore x Stroke	mm x mm	73.0 x 89.4
Displacement	cc	1497
Max. Torque	kgm/rpm	13.1 / 2.700
Max. Power	PS/rpm	87 / 5.700
Fuel System		MultiPoint PGM-FI
Fuel Tank Capacity	ltr	42
Model		SOHC, 4-Silinder, segaris, 8 katup i-DSI.



Gambar II.5: New CR-V

- **2.0 4X2 Manual**



Type Mobil Sedan
Description

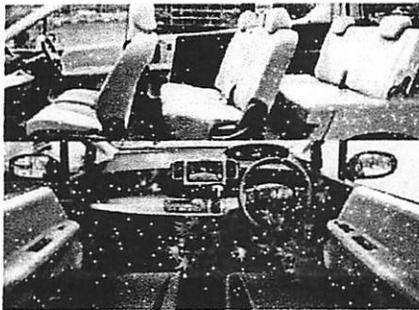
Overall Length	mm	4535
Overall Width	mm	1780
Overall Height	mm	1710
Wheelbase	mm	2620
Front Tread	mm	1535
Rear Tread	mm	1540
Ground Clearance	mm	n/a
Kerb Weight	kg	1459
Max. Speed	km/h	n/a
Min. Turning Radius	m	5.2
Bore x Stroke	mm x mm	86.0 x 86.0
Displacement	cc	1998
Max. Torque	kgm/rpm	19.0 / 4000
Max. Power	PS/rpm	150 / 6500
Fuel System		PGM-FI (Programmed Fuel Injection).
Fuel Tank Capacity	ltr	50
Model		i-VTEC, 4-silinder, segaris, DOHC 16 katup.



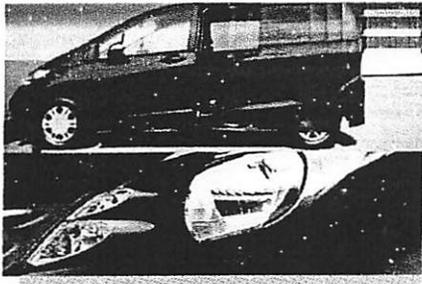
Gambar II.6: Honda Freed



Performance.



Interior.



Exterior.

Harga Rp. 225 juta
Type Mobil Minivan
Description

Freed dikelompokkan Honda pada minivan. Hal tersebut didasarkan pada dimensinya yang kompak: panjang 4.215 mm, lebar 1.695 mm dan tinggi 1.715 mm. Jarak sumbu roda 2.740 mm. Hanya 325 mm lebih panjang dari All-New Jazz, tetapi lebarnya sama. Mesin yang digunakan juga sama dengan Jazz, yaitu i-VTEC 1.500 dengan transmisi otomatis CVT torque converter.

Honda belum punya pengganti Honda Stream yang telah lama dihentikan produksinya. Di samping itu, dalam survei yang dilakukan oleh ATPM Jepang, kendaraan yang paling disukai konsumen Indonesia adalah yang berkapasitas 7 penumpang dengan tiga deret jok.

Kap mesin dilengkapi dengan gril berukuran besar beraksentuasi krom. Penampilannya makin menarik dengan desain lampu depan bersudut.

Fitur lainnya, suspensi depan menggunakan MacPherson strut dan batang torsi berbentuk "H" di belakang. Tujuannya, untuk memperoleh stabilitas dan kenyamanan. Perlengkapan lainnya adalah power steering elektrik. Bukti minivan ini lincah, radius putarnya 5,2 meter.

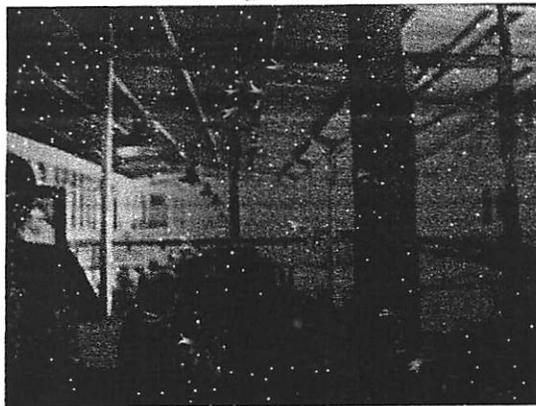
II.3 STUDI BANDING

1. Honda Daan Mogot (PT. Istana Kemakmuran Motor)



Gambar II.7: Honda Daan Mogot Jl. Daan Mogot No.6 – Jakarta – 11460

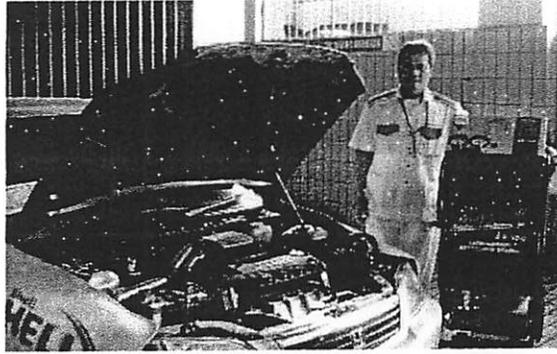
Honda Daan Mogot & Honda Hasyim Ashari merupakan bengkel resmi Mobil Honda. Standart perawatan dan perbaikan yang diterapkan oleh para mekanik merupakan standart kerja yang kwalifikasinya dapat dipercaya dan memberikan diagnosa yang akurat.



Gambar II.8: Ruang Komputerisasi.

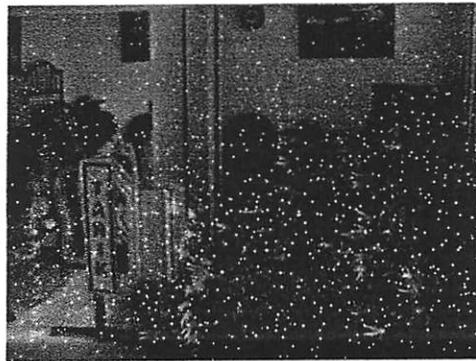
Mekanik selalu memperbaharui pengetahuan mereka dibidang perawatan dan perbaikan, selain itu bengkel juga didukung oleh teknologi terbaru seiring dengan inovasi yang terjadi.

Tiap kendaraan yang rutin melakukan perawatan di bengkel Honda Daan Mogot akan memiliki *Data Riwayat Pemeliharaan Serta Perawatan* yang tersimpan dalam database Komputer.



Gambar II.9: Mekanik Bengkel Honda yang handal.

Memiliki Ruang Tunggu (Customer Lounge) yang nyaman.

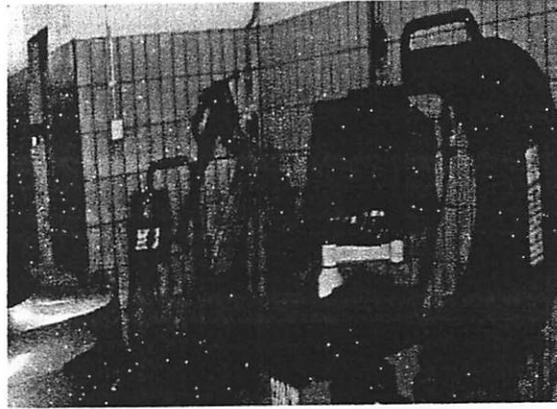


Gambar II.10: Customer Lounge.

Tire changer & Computerized Wheel balancer adalah alat buka / pasang ban dengan Mounting Head yang memiliki disain khusus menjamin keamanan Velg mobil maupun head area pada ban baru pada saat pengantian ban. Kapasitas Velg 10 s/d 20 Inch lebar ban sampai 12 Inch.

Gejala tidak balancenya roda kendaraan ditandai dengan adanya getaran pada kendaraan pada kecepatan tertentu. Jika hal ini dibiarkan akan mengakibatkan keausan pada telapak ban yang tidak merata yang akan Mengurangi umur ban.

Balance roda merupakan suatu perawatan berkala yang diperlukan seiring dengan ausnya ban kendaraan. Dengan Computerized Wheel balancer yang mempunyai akurasi hanya 1 gram, yang memungkinkan getaran roda tidak terjadi.



Gambar II.11: Peralatan bengkel yang memadai.

Computerized Wheel Alignment atau lebih populer dengan sebutan Spoooring adalah salah satu perawatan untuk bagian roda kendaraan yang gunanya di samping untuk nyaman berkendara juga sangat berguna agar keausan ban merata, yang akan memperpanjang umur ban. Dengan dikerjakan di atas lift khusus, penyetelan / spoooring ke empat roda dapat dilaksanakan oleh *infra red system 8 sensor* saat bersama dengan pembacaan sudut geometry secara akurat.



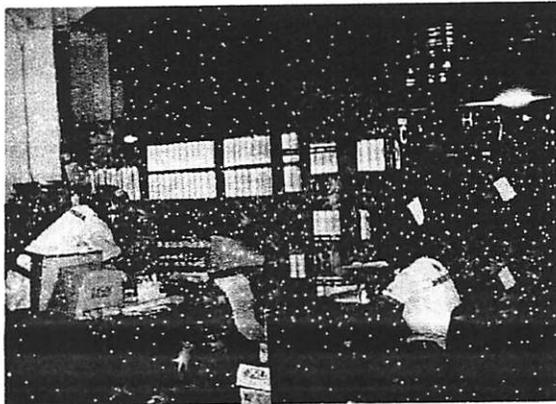
Gambar II.12: Spoooring.

Salah satu perawatan yang terpenting dari kendaraan adalah ganti oli. Kami menyediakan oli dengan kualitas yang telah memenuhi standart Honda.



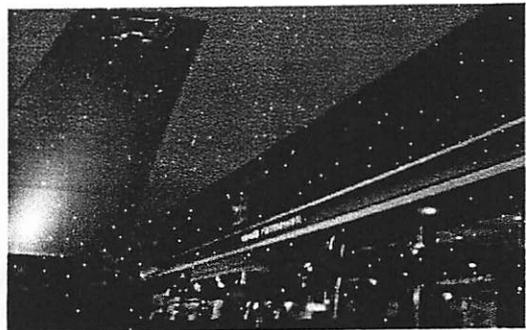
Gambar II. 13: Perawatan ganti oli.

Ketersediaan suku cadang yang lengkap.



Gambar II. 14: With computerized stock system for reliable service.

2. Honda Fatmawati (PT. Istana Kebayoran Raya Motor).

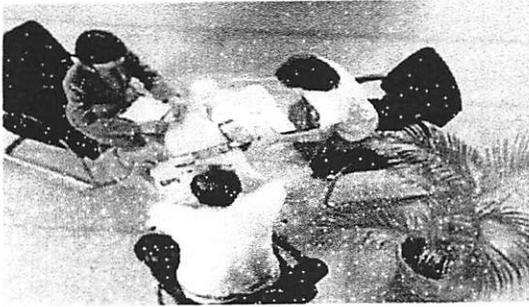


Gambar II. 15: Honda Fatmawati Jl. RS. Fatmawati No.21, Jakarta Selatan – 12410.

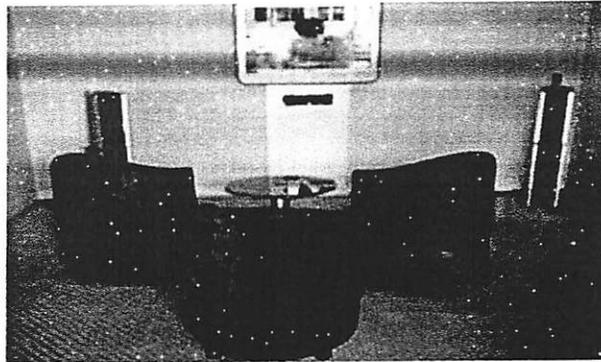
Memiliki standar ruang pameran Honda.



Gambar II.16: Showroom.



Gambar II.17: Sales Division.



Gambar II.18: Ruang Tunggu (Waiting Room).



Gambar II.19: Kantin.

BAB III

KAJIAN TEMA

III.1 Kajian Literatur

III.1.1 Arsitektur Simbolis

Arsitektur Simbolis, terdiri dari dua kata yaitu Arsitektur dan Simbolis.

1. Arsitektur yaitu :

- 1) Suatu lingkungan binaan yang di buat oleh manusia dan menjadi tempat manusia untuk melakukan segala aktifitas maupun kegiatannya
- 2) Seni bangunan atau gaya bangunan.
- 3) Seni dan keteknikan bangunan, digunakan untuk memenuhi keinginan praktis dan ekspresif dari manusia-manusia beradab.
- 4) Ilmu yang timbul dari ilmu-ilmu lainnya, dan dilengkapi dengan proses belajar: dibantu dengan penilaian terhadap karya tersebut sebagai karya seni.
- 5) Seni dan ilmu dalam merancang bangunan. Dalam artian yang lebih luas, arsitektur mencakup merancang keseluruhan lingkungan binaan, mulai dari level makro yaitu perencanaan kota, perancangan perkotaan, lansekap, hingga ke level mikro yaitu desain perabot dan desain produk. Arsitektur juga merujuk kepada hasil-hasil proses perancangan tersebut.

2. Simbolis yaitu :

Pengertian dari simbolis jika ditinjau dari arti kata adalah sebagai berikut :

- 1) Simbol : Lambang, sesuatu seperti tanda yang menyatakan suatu hal atau mengandung maksud tertentu.
- 2) Simbol : Something associated with something else that signifies or represent (suatu fenomena yang dapat memberikan asosiasi bahwa ia dapat membawa arti penting atau dapat mewakili).

- 3) Simbol : Adalah tanda dimana hubungan antara tanda dengan denotatumnya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum, ditentukan oleh suatu persyaratan bersama atau konvensi.
- 4) Simbol : Sebagai tanda dapat juga menggambarkan suatu ide abstrak jadi tidak ada kemiripan antara bentuk tanda dan arti terdapat yang bebas antara signified (objek atau arti yang dimaksudkan) dari rupa tanda.
- 5) Simbolisme : Perihal pemakaian simbol atau lambang untuk mengekspresikan ide-ide.

Simbol adalah tanda buatan manusia yang digunakan tidak hanya untuk mengenalkan suatu obyek tetapi juga sekaligus menghadirkannya (*Langer, 1942*). Simbol merupakan kata dari bahasa Yunani "*symbolis*" yang berarti tanda atau ciri yang memberitahu tentang suatu hal, maksud ataupun ide kepada orang lain. Pengertian simbol di sini mengandung suatu citra dari latar belakang ide-ide yang dipancarkan keluar. Pada dasarnya, simbol dimaksudkan untuk menyederhanakan sebuah pikiran, ide-ide, ataupun fenomena - fenomena yang berkembang di sekitar alam lingkungan manusia yang mempunyai makna mendalam untuk mewakili ide-ide, nilai-nilai ataupun maksud-maksud tertentu. Sifat khas dari simbol itu sendiri yaitu adanya kemungkinan-kemungkinan penafsiran makna yang meluas.

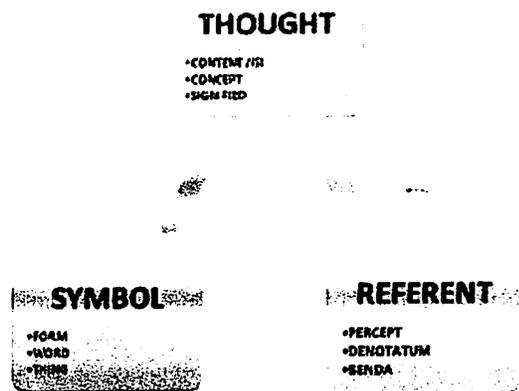
Simbolisme yaitu suatu paham yang menggunakan lambang atau simbol untuk membimbing pemikiran manusia ke arah pemahaman terhadap suatu hal secara lebih dalam. Manusia mempergunakan simbol sebagai media penghantar komunikasi antar sesama dan segala sesuatu yang dilakukan manusia merupakan perlambang dari tindakan atau bahkan karakter dari manusia itu selanjutnya. Simbol adalah sebagai "*sign-vehicle*" atau alat yang menghadirkan dan sekaligus juga mengenalkan suatu objek. ¹¹

3. Fungsi simbol yaitu :

- 1) Sebagai 'sign' yang secara tidak langsung mengindikasikan suatu denotatum yang artinya mengindikasikan adanya suatu objek tertentu sebagai tanda atau 'sign'.
- 2) Sebagai 'sign' yang secara langsung berfungsi sebagai significantum yang artinya kehadiran objek mempunyai maksud-maksud tertentu ataupun objek tersebut berasosiasi kepada suatu hal tertentu (*Broadbent, 1986*)

Dalam arsitektur, ketika seseorang melihat suatu bangunan, mengekspresikan bentuknya, dan menebak apa maksud yang ingin diekspresikan atau dikomunikasikan oleh bentuk tersebut. "*Segitiga Semiotik* "

:



Gambar Segitiga Semiotik Charles Jencks

Ungkapan simbolis dalam arsitektur erat kaitannya dengan fungsi arsitektur sendiri yang melayani dan memberikan suatu arti khusus dalam interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Ekspresi dalam arsitektur merupakan suatu hal yang mendasar di dalam tiap - tiap komunikasi arsitektur. Ekspresi selalu berhubungan dengan bentuk-bentuk. Makna dari simbol - simbol ini biasanya dipengaruhi oleh tata letak bangunan, organisasi dan karakter bangunan.

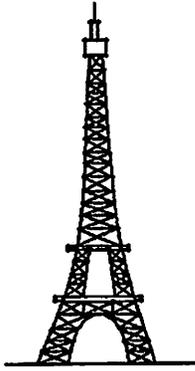
Ada 3 cara untuk mengenal simbol dalam arsitektur, yaitu :

- 1) Simbol sebagai tanda yang mengacu kepada suatu objek tertentu. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan agar simbol dapat dipresentasikan sesuai dengan maksud sesungguhnya.
- 2) Iconic sebagai simbol atau tanda yang menyerupai suatu objek yang diwakili oleh suatu karakter tertentu yang dimiliki oleh objek yang sama. Di sini rancangan bangunan dimulai dengan memperbaiki beberapa citra atau image tertentu yang mewakili suatu bangunan.
- 3) Indeks sebagai tanda dan representasi yang tidak selalu mengacu kepada suatu objek tertentu walaupun ada kesamaan atau analogi yang terdapat pada indeks tersebut. Indeks biasanya menghasilkan hubungan yang dinamis antara ruang dan objek di satu sisi dengan ingatan orang yang akan mempengaruhi tanda tersebut di sisi lainnya.

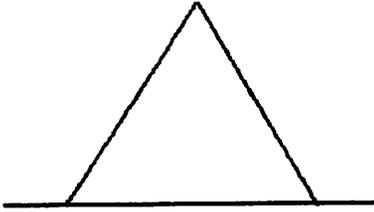
Simbol, tanda atau lambang merupakan metode ekspresi yang sangat langsung. Mereka digunakan dalam rancangan arsitektur untuk memfokuskan perhatian para pemakai bangunan dengan menyampaikan pemahaman fungsi bangunan atau ruang di dalam arsitektur.

Pengertian simbolisme berdasarkan pengembangan teori Semiotika Arsitektur adalah tanda dimana hubungan antara tanda dengan denotatum (penanda) ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau kesepakatan bersama (konvensi). Simbol juga dapat menggambarkan suatu ide abstrak dimana tidak ada kemiripan antara bentuk tanda dan arti. Makna simbol itu akan hilang bila tidak dapat dipahami oleh masyarakat yang mempunyai latar belakang yang berbeda.

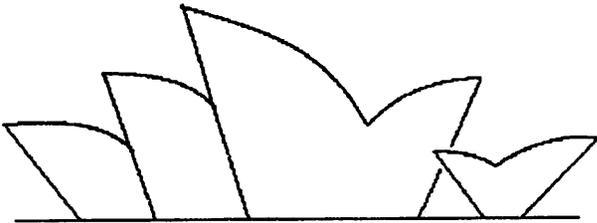
Penilaian suatu bentuk bangunan arsitektur bukan pada keberhasilan bentuk bangunan itu berfungsi tetapi lebih ditekankan pada arti yang dapat ditangkap ketika bangunan tersebut dilihat dan diamati.



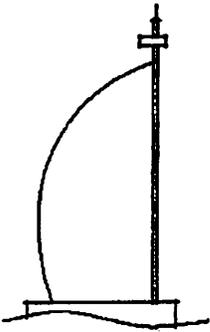
Sketsa Eiffel Tower sebagai simbol dari kota Paris di Prancis



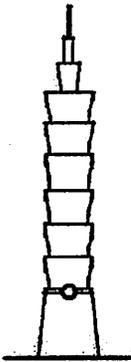
Sketsa Segitiga sebagai symbol dari pyramid di Mesir



Sketsa Opera House sebagai simbol dari kota Sydney di Australia



Sketsa Burj al Arab sebagai simbol dari kota Dubai di UEA



Sketsa Taipei 101 sebagai simbol dari kota Taipei di Taiwan



Sketsa Shanghai World Finance Center sebagai simbol

Sebuah bangunan menyajikan diri secara simbolis jika bangunan itu menunjukkan suatu yang lebih tinggi dari keadaan bentuk fisiknya. Bangunan tadi cenderung untuk mewujudkan sebuah prinsip pengakuan umum (*universal validity*).

Pencapaian untuk menuju bentuk dengan menggunakan simbol ada dua cara, yaitu:

1. *Metafora*

1) *Intangible Methapore*

Awal metapora untuk rancangan berupa konsep, ide, kondisi sosial manusia atau kualitas lingkungan (*individuality, naturality, community, tradition culture*).

2) *Tangible Methapore*

Tindakan metafora berasal dari suatu gambaran (*visual*) atau karakter suatu bahan atau benda (rumah sebagai istana, langit-langit sebuah kuil sebagai langit).

3) *Combined Methapore*

Dimana tindakan awal konsepsi dan gambaran (*visual*) secara bersamaan tumpang tindih dalam metafora.

Adapun tujuan penggunaan pendekatan metafora dalam perancangan adalah:

1. Mempergunakan metapora sebagai dasar dalam permulaan inspirasi.
2. Memperluas dan memperdalam daya fantasi dan imajinasi.
3. Mengaplikasikan pengetahuan secara interpretasi yang mudah dipahami terhadap suatu permasalahan.
4. Melekatkan suatu identitas diri bagi seorang perancang yang menggunakan metapora sebagai proses kreatifitas dalam merencanakan suatu obyek.

5. Adanya kemudahan pemahaman persepsi terhadap suatu objek dari pengamatan melalui bentuk visual yang ditampilkan.
6. Memberikan kesatuan makna fungsi dan bentuk yang disajikan sebagai pematangan konsep seorang perancang, apabila obyek lain sebagai ide wala perancangan mempunyai makna sama.
7. Mengarahkan bagi perancang memberikan suatu kesan visual dan karakter bentuk lebih kuat dalam suatu proses rancangan yang ditampilkan.

2. *Analogi*

Suatu tanggapan terhadap atau terutama dalam fungsi atau posisi, diantara benda-benda yang berbeda. Contoh: gelas memiliki sifat terang atau transparan.

Mengidentifikasi hubungan kenyataan yang mungkin diantara benda-benda yang mempunyai semua sifat khas yang diinginkan untuk dijadikan model suatu proyek.¹²

Analogi dibagi menjadi :

1) *Direct Analogy*

Ide dari suatu benda yang dituangkan secara langsung pada rancangan dengan cara membandingkan rancangan dengan fungsi-fungsi utama dari suatu benda yang akan kita terapkan pada rancangan. Contoh :sebuah bangunan “sejuk” seperti sebuah pohon.

2) *Personal Analogy*

Dikembangkan dari pengumpamaan diri, yaitu megumpamakan diri sendiri dengan meletakkan diri kita diman obyek akan dirancang dan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan obyek yang ingin diwujudkan, misalnya: bila kita adalah sebuah kabin di sierras, bagaimana caranya agar kitatetap merasa hangan di musim dingin. Contoh: sebuah bangunan yang berada di lereng bukit.¹³

3) *Symbolic Analogy*

Sangat umum dari benda-benda yang dikenal secara umum dalam masyarakat sehingga bila diterapkan pada rancangan akan mudah ditangkap maksudnya oleh pengamat, misalnya: Sydney Opera House seperti kapal-kapal layar di pelabuhan, sebuah bangunan yang menyerupai jari-jari tangan yang terbuka, susunan paviliun yang menyerupai jejak-jejak kaki.

4) *Fantasy Analogy*

Suatu penyesuaian rancangan didasarkan pada suatu angan-angan mengenai suatu benda sesuai dengan kondisi yang paling cocok. Contoh: sebuah jendela yang cara kerjanya menyerupai bunga tulip.

Menurut *Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo, dalam bukunya *Arsitektur, Manusia dan Pengamatnya**

Simbol atau simbolik merupakan salah satu cara dalam mengartikan obyek. Simbolik digunakan, misalnya dalam denah sistem listrik bangunan, digunakan untuk simbol lampu dan lain-lain. Huruf-huruf juga merupakan suatu simbol-simbol. Kata juga merupakan simbol dari suatu arti. Simbol atau simbolik dan tanda-tanda umumnya dinyatakan melalui ekspresi merupakan salah satu cara menyampaikan agar pengamat dapat mengartikan simbol-simbol dan tanda-tanda tersebut.

1. Penilaian suatu bentuk bangunan arsitektur bukan pada keberhasilan bentuk bangunan itu berfungsi tetapi lebih ditekankan pada arti yang dapat ditangkap ketika bangunan tersebut dilihat dan diamati.
2. Sebuah bangunan menyajikan diri secara simbolis jika bangunan itu menunjukkan suatu yang lebih tinggi dari keadaan bentuk fisiknya. Bangunan tadi cenderung untuk mewujudkan sebuah prinsip pengakuan umum (universal validity).

12. Dikutip dari tugas akhir *Fish Park di Malang*. Jurusan Arsitektur ITN Malang.

13. Dipl. Suwondo B. Sutedjo. *Peran, Kesan dan pesan Bentuk Arsitektur*. Hal 36.

III.2 Studi Banding Objek Se-Tema

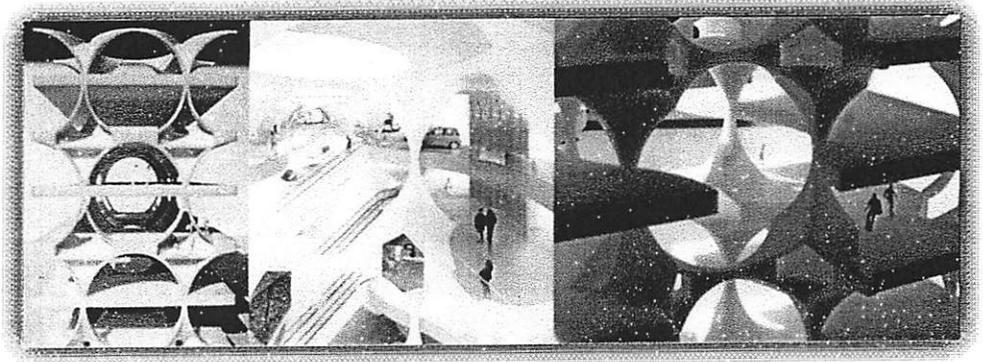
III.2.1 Showroom Dan Pusat Kesenangan / Manuelle Gautrand Arsitektur



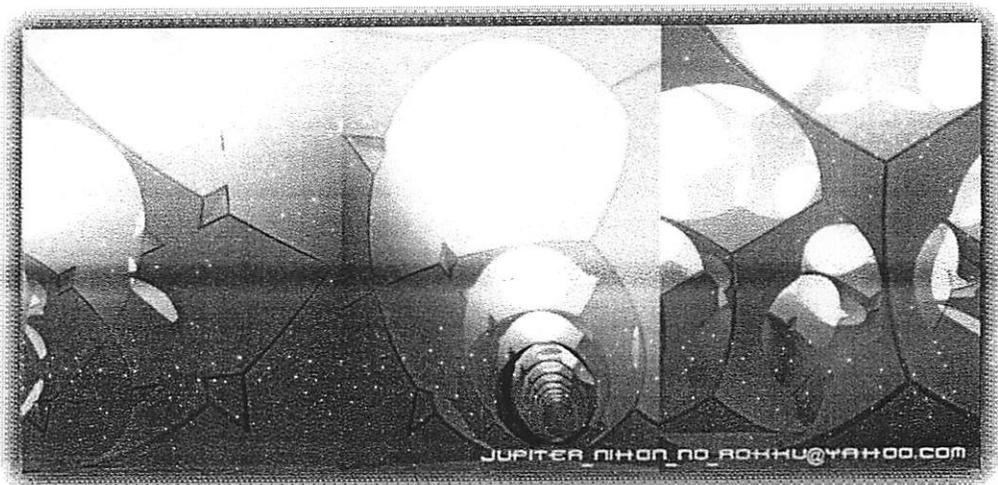
Arsitek asal Perancis Manuelle Gautrand Arsitektur berbagi dengan kita tentang desain Pusat Showroom dan Kesenangan terbarunya untuk kota Kairo, Mesir. Struktur betonnya terdiri dari sambungan lingkaran dan rongga berbentuk bola yang menciptakan sebuah interior yang fleksibel yang membiarkan para pemakai untuk tanpa batas melalui sepanjang Showroom yang berbeda. "Kebanyakan dari waktunya, mobil yang diperlihatkan seperti potongan seni pada pemutar platformnya. Keseluruhan proyek dibayangkan di sekitar jalan sangat besar ini bari mempertunjukkan mobil tersebut," seperti yang diterangkan Arsitek itu.



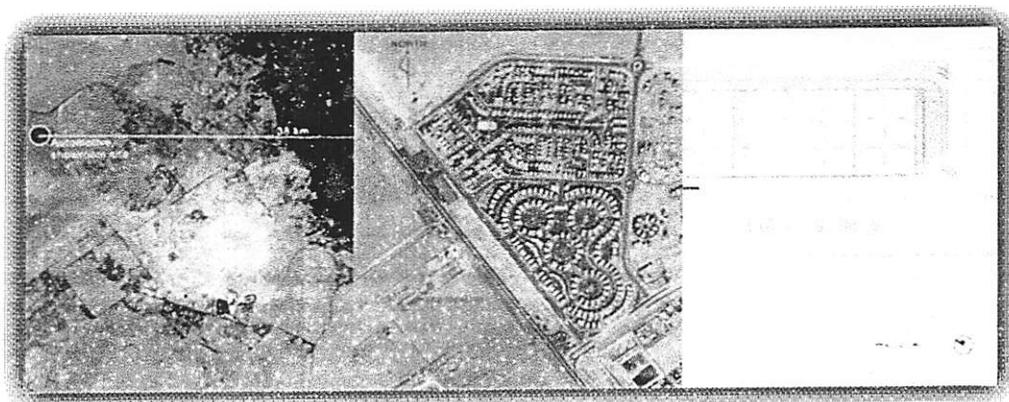
Program penggunaan campuran meliputi Showroom untuk beberapa merek mobil, cafe, sebuah food court, sebuah media parkir dan dua bioskop. "Kesempurnaan dari program ini adalah sangat menarik, dengan potensi memberi suatu tempat atraksi yang bersemangat pada daerah yang baru," seperti yang diterangkan Arsitek itu.



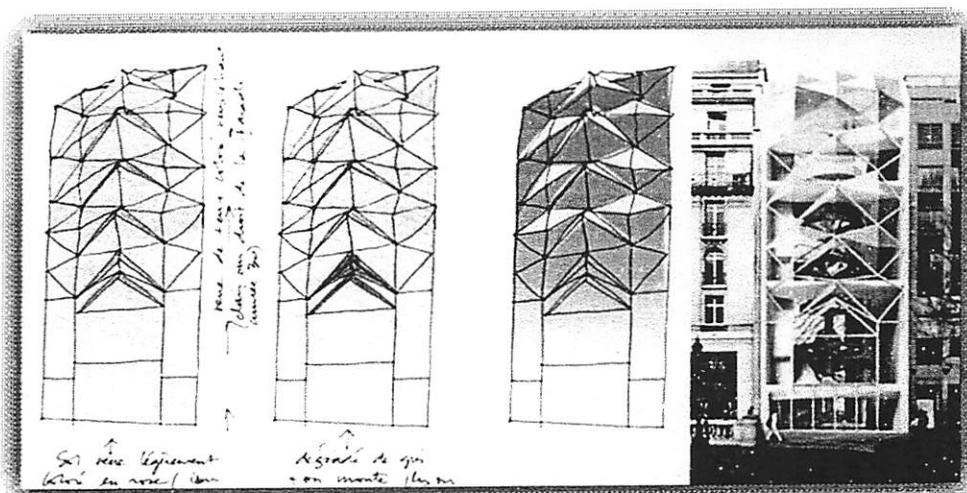
Volume pengembangan seperti "sesuatu yang luas memahat lingkaran dan lapisan" itu menciptakan modul kira-kira 80 sqm. Modul ini dapat di hubungkan untuk memperluas format itu untuk menciptakan showroom yang lebih besar. Tanda tangan merek terletak pada dua garis mendatar dari LED (light emitting diode/diode pemancar cahaya), "memberi suatu pergerakan yang diwarnai di belakang kaca bagian muka gedung." Persimpangan di antara modul yang seperti itu menjaga peredaran ruang tersebut, atrium, dan perspektif visual yang melalui bangunan tersebut.



Sejak keseluruhan proyek telah dipahami sebagai sebuah massa beton, "bergeraknya beton menciptakan ruang interior yang kecil, yang dibengkokkan, untuk mengusulkan beberapa keleluasaan pribadi yang di tujukan pada ruang santai VIP, ruang santai media, kafe kecil, ruang penjualan." Ruang yang lebih kecil ini diharapkan untuk dilapisi dengan material yang berbeda dari warna terang untuk menekankan kontrasnya yang tajam dengan struktur yang sepenuhnya putih.

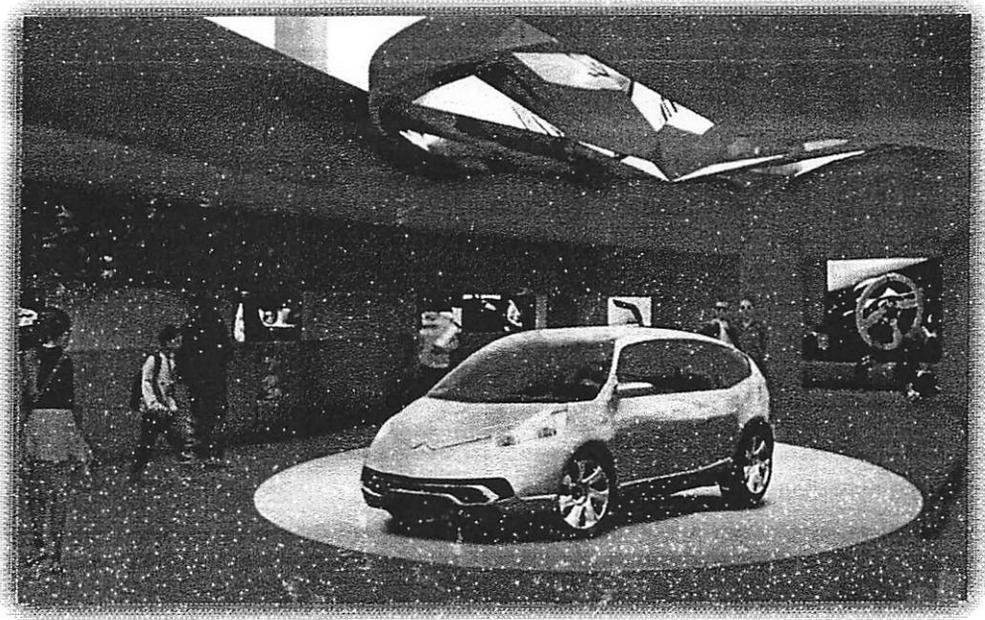


Showroom Citroën, Paris



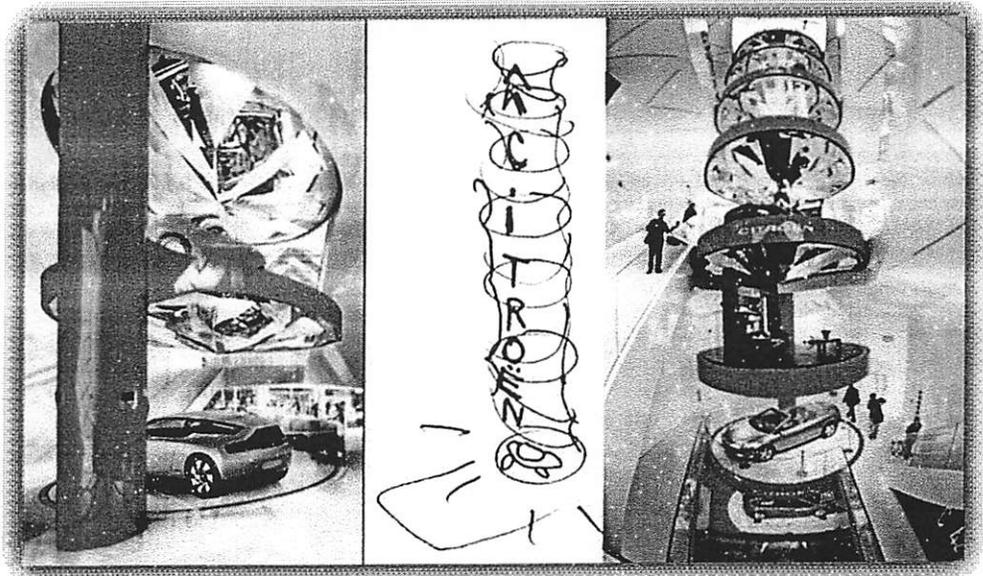
Showroom mobil adalah salah satu keajaiban dari dunia modern, kuil agung untuk misteri dari kemajuan mekanis. Citroën, selalu menjadi salah satu yang paling memandang ke depan dari perusahaannya, di antara yang

pertama untuk merangkul potensi Arsitektur Modern untuk membuat ruang ke lemari pameran barang mereka.



Seperti halnya bangunan iconic Marbeuf, yang dirancang oleh Bazin dan Laprade pada 1929, ada contoh lain dari membentur struktur pembaharu yang di bangun di sekitar Eropa, termasuk sebuah showroom fasade kaca di Champs Elysées, yang dirancang oleh Maurice-Jacques Ravazé dan dibuka pada 1932. Yang diperiksa secara seksama pada 1984 sebagai 'Hippo-Citroën', sebuah kombinasi dari Showroom mobil, café dan restoran, lokasi yang sekarang telah memberi sebuah rekonstruksi yang modern.

Gedung yang baru, yang dikenal sebagai C42, telah dirancang oleh Arsitek Manuelle Gautrand setelah sebuah kompetisi internasional. C42 menandai kembalinya pada fasade kaca yang besar, hanya waktu ini dengan suatu putaran merek yang sentris; logo tanda pangkat ganda yang terkenal itu dijadikan fasade depan setinggi 30m.



Sang Arsitek menguraikan bagian depan itu sebagai 'sebuah alegori dari desain otomotif, dalam cara 86 ton kisi-kisi dari kaca dan baja di masukkan di dalam ruang pameran itu, namun ada juga freestanding dan self-supporting, sama halnya dengan bagian utama mobil adalah sebuah unsur struktural di dalam kebenaran miliknya. Di dalam, sebuah tiang kapal pusat di atas tingginya memenuhi ruang tersebut, yang berisi platform berputar yang di kurung untuk memajang mobil dan konsepnya.

BAB IV

TINJAUAN LOKASI

IV.1 Study Literatur Mengenai Lokasi Ideal

Lokasi yang ideal untuk merancang pusat pelayanan mobil Honda :

1. Lokasi objek strategis

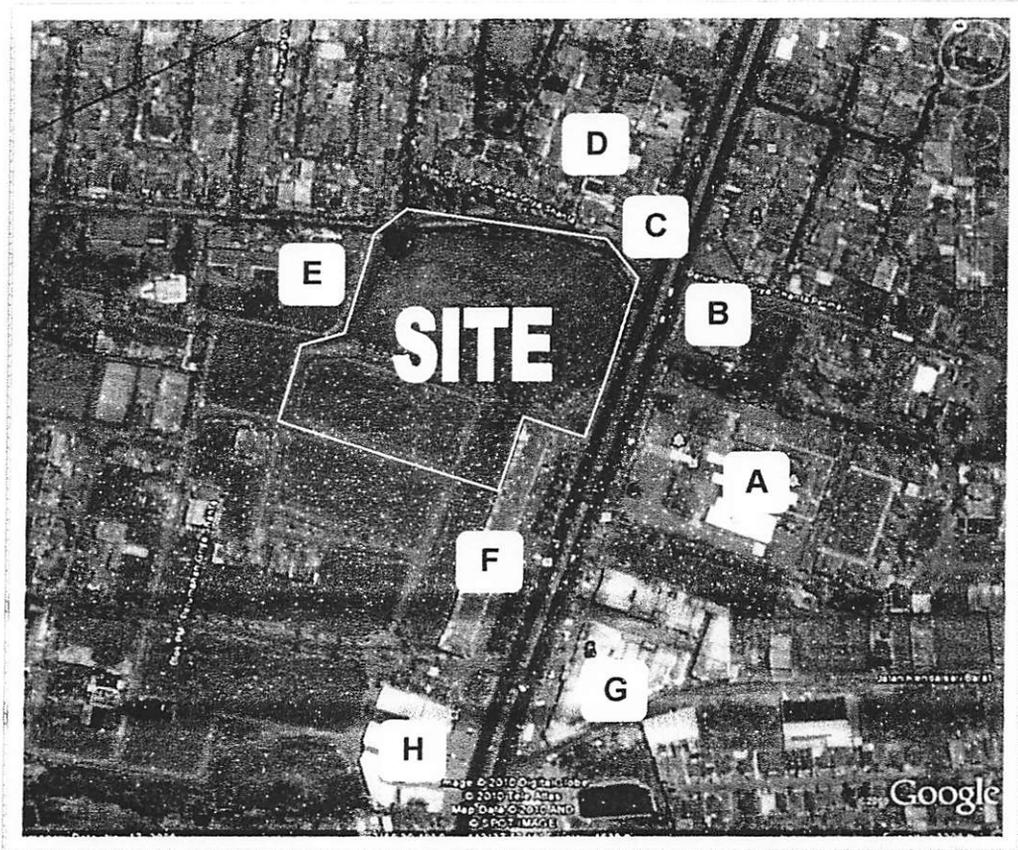
Lokasi yang strategis yaitu lokasi harus berada di daerah mudah terjangkau dalam artian lokasi site dapat dijangkau dari berbagai aspek jalan, keramaian, dan lain-lain

2. Lokasi objek harus mempunyai potensi-potensi yang dapat menarik pengunjung dalam hal kegiatan pusat pelayanan mobil honda.
3. Lokasi objek harus terdapat utilitas-utilitas disekitar lingkungan site sehingga dapat menunjang kegiatan pusat pelayanan mobil honda.

IV.2 Kajian Lokasi

4.2.1 Lokasi Jl. Soekarno – Hatta :

GAMBAR TAPAK SITE



KETERANGAN :

- A** : TAMAN BUDAYA
- B** : UD TUNGGAL JAYA ABADI
- C** : TUGU INSTITUT PERTANIAN MALANG
- D** : PERUMAHAN GRIYA SANTA
- E** : JALAN ARAH PERUMAHAN GRIYA SANTA DALAM

F : RUKO

G : RUKO & BANK NIAGA :

H : KAMPUS POLITEKNIK NEGERI MALANG

IV.2.2 Data Lokasi

Perkembangan fasilitas perdagangan dan jasa pada dasarnya merupakan media tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau media pemasaran produk-produk yang ada, di mana sebagai media fasilitas perdagangan dan jasa cenderung berada pada daerah-daerah tertentu yang menjadi simpul-simpul kegiatan, salah satunya adalah kawasan jalan Soekarno-Hatta yang pola kegiatan perdagangannya menunjukkan perkembangan yang begitu menonjol dan merupakan pelayanan bersifat regional dan lokal, dan juga Lokasi tersebut adalah daerah tempat berkumpulnya para budayawan kota malang sehingga dianggap menguntungkan. Karena alasan itulah maka objek rancangan pusat pelayanan mobil honda ini memilih site di jalan Soekarno-Hatta, dengan luas lahan sekitar 10.000 m².

1. Kondisi lokasi site :

- 1) Jalur jalan (diantara jalan Raya Dinoyo dan Jalan Raya Belimbing)
- 2) Kecenderungan lahan (datar)
- 3) Fungsi kawasan (perdagangan)

2. Potensi yang ada pada lokasi :

- 1) Area lokasi komersil
- 2) Jalan menuju lokasi site adalah jalan raya
- 3) Jalur lalu lintas cukup ramai
- 4) Depan lokasi site terdapat taman budaya
- 5) Area site dekat dengan bank-bank sehingga mudah untuk bertransaksi
- 6) Lokasi site mudah di jangkau karena site berada pada jalan raya Soekarno-Hatta atau jalan Dinoyo tembusan kota batu.

7) Lokasi dekat dengan kampus sehingga memudahkan untuk membuat event-event sehingga menjadi daya tarik pengunjung.

3. Utilitas yang sudah tersedia dilingkungan lokasi:

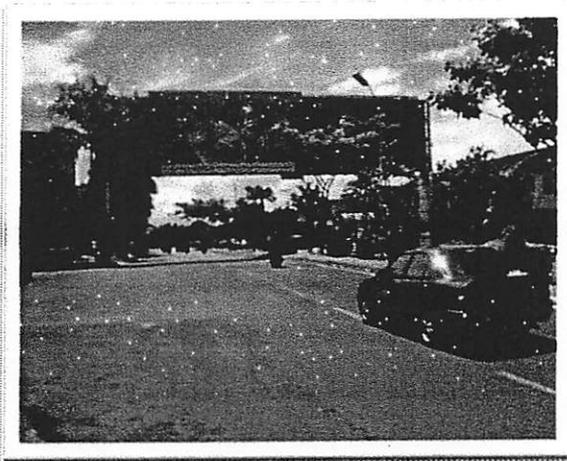
- 1) Terdapat PDAM
- 2) Karena area site termasuk area komersil Terdapat listrik yang cukup memadai untuk merancang sebuah bangunan besar
- 3) Terdapat jaringan kabel telepon
- 4) Terdapat jaringan internet
- 5) Terdapat angkutan umum
- 6) Area site terdapat pembuangan air hujan menuju sungai besar.

4. Akses jalan :

- 1) Dari arah jalan raya Belimbing

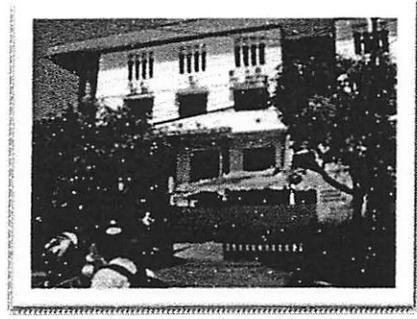
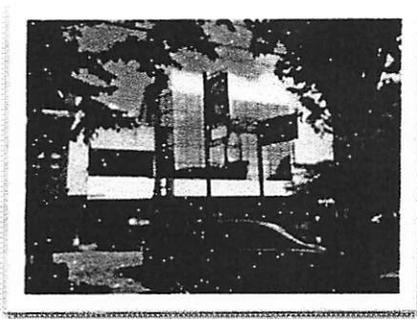


- 2) Dari arah jalan raya Dinoyo

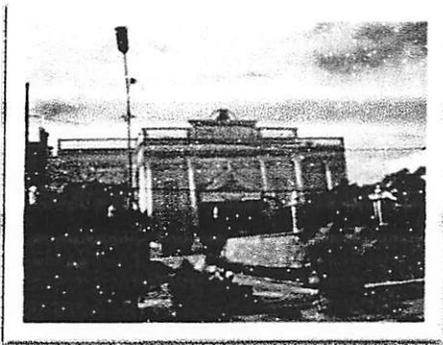


5. Elemen-elemen bangunan sekitar

Arah jalur jalan raya Dinoyo ke arah jalan raya Soekarno-Hatta terdapat elemen-elemen bangunan sebagai berikut :



Jalan raya Soekarno-Hatta terdapat elemen-elemen bangunan sebagai berikut :



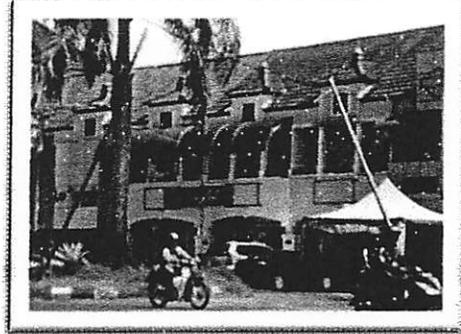
Wihara Dharma Mitra
Arama



Kampus Politeknik Negeri
Malang



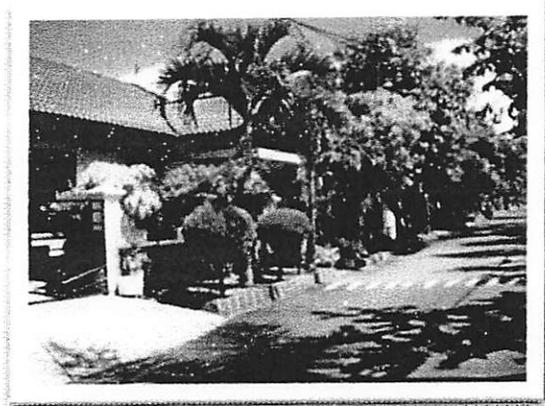
Bank Niaga



Ruko



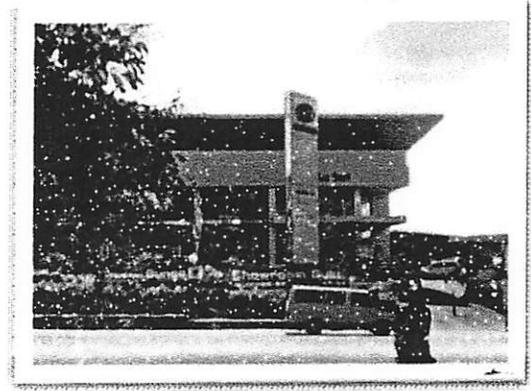
Taman Budaya



Perum. Griya santa



Tugu pesawat



Showroom mobil Toyota



Dieler motor Suzuki

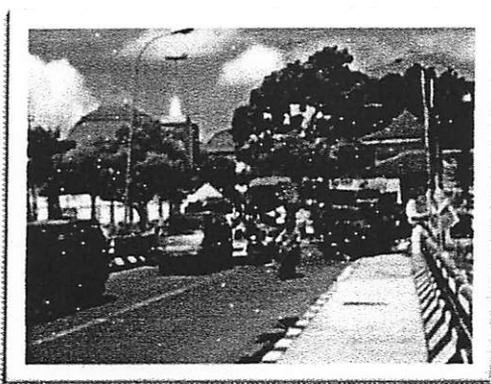
Tingkat kepadatan arus lalu lintas pada jalan Soekarno-Hatta depan lokasi site :



kondisi jalan depan lokasi site

Kepadatan arus lalu lintas pada jalan menuju lokasi site cukup ramai tetapi jarang menimbulkan kemacetan hanya terdapat pada titik-titik tertentu saja yang terjadi macet tetapi tidak sampai mengganggu arus lalu lintas pada jalan depan lokasi site, hanya berada pada titik-titik tertentu misalnya :

- Pertigaan jalan Dinoyo
- Pertigaan depan Kampus Brawijaya
- Depan pasar Dinoyo
- dan Pertigaan jalan raya belimbing menuju jalan Negara/ jalan utama

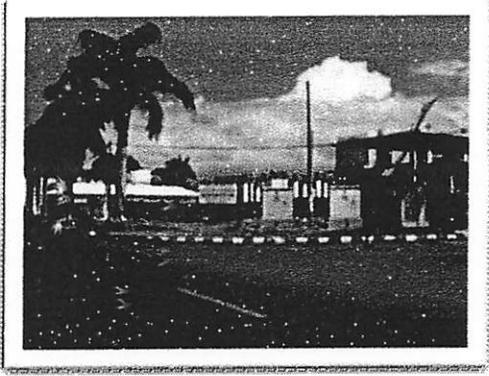


Kondisi arus lalu lintas pada pertigaan Brawijaya



Kondisi arus lalu lintas jalan Soekarno-Hatta

Kondisi Lokasi site yang akan di rancang :



Kondisi kanan kiri lokasi site yang akan dirancang



Kondisi belakang lokasi site yang akan dirancang



Kondisi depan lokasi site

BAB V

BATASAN

1. Cakupan Objek

Arsitektur merupakan disiplin ilmu yang sangat luas cakupannya, sehingga untuk mengaplikasikan tema Arsitektur Simbolisme ke dalam objek pusat pelayanan mobil honda perlu adanya batasan yang dimaksudkan untuk lebih memfokuskan lingkup pembahasannya, sehingga dapat mempermudah proses analisa dan penyelesaian permasalahan.

Oleh Karena itu proses perencanaan objek ini hanya di fokuskan pada bentuk dan tampilan pusat pelayanan Mobil honda serta ruang luarnya yang memperhatikan karakter tapak dan lingkungannya dengan menerapkan tema Arsitektur simbolisme dengan konsepnya simbolisme analogi yang cocok diterapkan pada lokasi yang dipilih.

2. Cakupan Pelayanan

Karena begitu banyaknya jenis pelayanan yang ada dalam sebuah pusat pelayanan Mobil, maka dalam perencanaan objek rancangan ini hanya di fokuskan pada distribusi penjualan dan perawatan saja.

3. Cakupan Masa

Agar objek rancangan tetap sesuai dengan masanya, maka waktu eksistensinya di batasi sekitar 25 tahun ke depan atau pada tahun 2035, mengingat perubahan sebuah zaman selalu terjadi mengikuti dengan perkembangannya.

4. Cakupan Lokasi

Cakupan lokasi objek rancangan hanya di batasi di sepanjang jalan Suekano-Hatta, karena di situ memang diperuntukkan sebagai kawasan segala aktifitas di jalan Soekarno-Hatta dan sekitarnya.

5. Cakupan Tema

Karena begitu banyaknya tokoh Arsitektur simbolisme, maka tema objek rancangan hanya mengambil teori dari salah satu penganut aliran konsep simbolisme analogi yaitu Charles A. Jencks dengan memfokuskan pada salah satu dari berbagai konsep perencanaannya, yaitu konsep simbolisme dimana konsep tersebut berusaha untuk memunculkan sebuah analogi dari gaya dan bentuk yang sesuai dengan objek pada sebuah kota dengan penuh makna atau simbolik-simbolik yang di anggap dapat merubah konteks sosial dan juga menyertakan kota sebagai salah satu hal yang bisa di padukan dalam satu konsep.

BAB VI

PERMASALAHAN DAN POTENSI

VI.1 Potensi dan Permasalahan

1. Tinjauan Objek

a. Potensi

Dengan tujuan sebagai pusat distribusi dan layanan mobil Honda terlengkap dan terbesar di kota Malang, di harapkan semakin meningkatkan eksistensi mobil honda dari berbagai macam merk yang ada di kota Malang, baik dari segi distribusi maupun pelayanannya.

b. Permasalahan

Permasalahan arsitektural yang di hadapi dan berusaha untuk di pecahkan terkait dengan objek rancangan adalah mengenai bentuk dan tampilan sebuah pusat pelayanan Mobil yang selama ini selalu identik dengan tema Arsitektur Modern. Yaitu dengan teori-teori *Form Follow Function* atau disebut bentuk mengikuti fungsi. Permasalahan tersebut di angkat dengan alasan ingin merubah image pusat pelayanan Mobil yang menurut pengamatan dan identifikasi selalu identik dengan tema Arsitektur Modern, sedangkan Arsitektur Modern sendiri memiliki ciri dan kesan yang kaku, monoton, dan terkesan pabrikasi, Dengan ciri penggunaan material kaca yang lebar dan bidang-bidang polos, bentuk bangunan kotak-kotak dan geometris murni, platonic solid, dan simple. Karena dengan ciri-ciri tersebut membuat Arsitektur seperti telah kehilangan identitas atau ciri individual dari si perancang.

2. Tinjauan Lokasi

a. Potensi

lokasi yang dinggap bagus adalah didaerah jl.soekarno-hatta dikarenakan daerah tersebut tempat berkumpulnya para club honda kota malang dan juga dijalan tersebut adalah area komersil sehingga menguntungkan.

- Area lokasi komersil
- jalan menuju lokasi site adalah jalan raya
- Jalur lalu lintas cukup ramai
- Depan lokasi site terdapat taman budaya
- area site dekat dengan bank-bank sehingga mudah untuk bertransaksi
- lokasi site mudah di jangkau karena site berada pada jalan raya atau jalan tembusan kota batu.
- lokasi dekat dengan kampus sehingga memudahkan untuk membuat ivent-ivent sehingga menjadi daya tarik pengunjung.
- penataan kota pada site terlihat rapi
-

b. Permasalahan

- area site dekat dengan showroom mobil Toyota dan site yang akan dirancang adalah bangunan pusat pelayanan mobil honda sehingga bagaimana merancang bangunan pusat pelayanan mobil honda tanpa merasa menjadi saingan showroom mobil Toyota tersebut.
- Bagaimana menyelaraskan tema simbolis pada bangunan dengan bangunan sekitar karena Terdapat tugu monumental yaitu tugu pesawat yang menjadi simbolis atau icon jalan raya soekarno-hatta
- site dekat dengan perumahan dengan begitu bagaimana caranya merancang bangunan nantinya sehingga kegiatan pusat pelayanan mobil honda tersebut dengan perumahan tidak merasa terganggu.

3. Kajian Tema

a. Potensi

Dengan memunculkan tema simbolisme dibangunan pusat pelayanan mobil honda yang akan dirancang pada lokasi site jalan Soekarno-Hatta yang sebelumnya belum ada diharapkan menjadi icon di lingkungan jalan Soekarno-Hatta dan sekitarnya.

b. Permasalahan

Objek rancangan akan sangat berbeda dengan lingkungan di sekitarnya, karena bangunan yang ada disekitar bertema Arsitektur yang berbeda-beda. Ini menjadikan keanekaragaman dan kesatuan visual kawasan menjadi komplek.

VI.2 Pembentukan Objek, Lokasi dan Tema

1. Pembentukan Objek Dengan Lokasi

a. Permasalahan

Sebagai pusat distribusi dan pelayanan mobil terbesar di kota Malang, dan letak lokasinya sendiri terletak di jalan raya Soekarno-Hatta. permasalahan yang paling di khawatirkan adalah kemacetan dan keamanan karena banyaknya mobil yang akan keluar masuk di lokasi tersebut.

b. Potensi

Memperkuat citra kawasan Soekarno-Hatta dan sekitarnya sebagai pusat kawasan perdagangan, karena objek pusat pelayanan mobil honda ini belum ada sebelumnya.

2. Pembentukan Objek Dengan Tema

a. Permasalahan

Dari hasil studi banding dan studi literatur, ternyata masih belum ada pusat pelayanan mobil yang menerapkan tema Arsitektur simbolisme sebelumnya. Ini menjadikan proses perancangan agak sedikit terhambat karena kurangnya literatur.

b. Potensi

Karena merupakan penerapan tema baru pada objek rancangan, menjadikannya memiliki nilai lebih di banding objek sejenis yang pernah ada sebelumnya.

3. Pembenturan Lokasi Dan Tema

a. Permasalahan

Objek rancangan akan sangat berbeda dengan lingkungan di sekitarnya, karena bangunan yang ada disekitar bertema Arsitektur yang berbeda-beda. Ini menjadikan keanekaragaman dan kesatuan visual kawasan menjadi kompleks.

b. Potensi

Karena perbedaan tema yang sangat mencolok antara objek rancangan dengan lingkungan di sekitarnya, menjadikanya sebuah tantangan sekaligus potensi untuk dapat menyatukannya dengan lingkungan di sekitarnya tanpa harus mengurangi karakter dan ciri khasnya.

BAB VII

PROGRAMING DAN ANALISA ARSITEKTUR

VII.1 Program Ruang.

4. Showroom

- Ruang display mobil
- Ruang negoisasi
- Ruang kerja administrasi
- Ruang costumer servis
- Ruang manager showroom
- Ruang arsip
- Ruang tamu
- Ruang multimedia
- Ruang KM/WC

5. Area servis

- Ruang penerima
- Ruang pencatatan servis/costumer servis
- Ruang kerja staff administrasi servis
- Ruang display spare part
- Ruang servis
- Ruang parkir before servis
- Gudang stock suku cadang
- Ruang pencatatan barang
- Loading dock
- Ruang kepala bengkel
- Ruang baca mekanik
- Ruang over houl
- Ruang kompresor

- Ruang las
- Ruang peralatan
- Ruang cuci
- KM/WC

1. Area modifikasi dan perbaikan body

- Ruang perbaikan body
- Ruang pengecatan oven
- Ruang las
- Gudang body
- Ruang kepala
- Ruang pencampuran cat
- Gudang cat
- Gudang alat
- Ruang kompresor
- Ruang tunggu pengunjung
- Ruang santai pengunjung
- KM/WC

2. Asesoris

- Ruang display asesoris
- Ruang kasir
- Ruang pemasangan asesoris
- Ruang tunggu pengunjung
- Ruang display audio system
- Ruang uji coba sound
- Ruang pengelola
- KM/WC

3. Perawatan body

- Ruang pencucian mobil
- Ruang pengeringan
- Ruang poles
- Ruang kompresor
- Ruang pompa
- Ruang penyimpanan obat-obatan pembersih
- Gudang alat alat poles
- Gudang alat alat kebersihan
- Ruang mekanik
- Ruang tunggu pengunjung
- KM/WC

4. Gudang stock mobil

- Area penyimpanan mobil
- Loading dock
- Ruang pencatatan
- Gudang alat alat kebersihan

5. Kantor pengelola dan penunjang pengelola

- Hall
- Ruang tunggu
- Costumer servis
- Ruang kerja direktur
- Ruang kerja wakil direktur
- Ruang manajer servis
- Kepala administrasi keuangan
- Kepala administira operasional
- Kepala bagian suku cadang
- Ruang pertemuan

- Dapur
- KM/WC karyawan
- Loker karyawan
- Loker mekanik
- Kantin

6. Fasilitas penunjang

- Ruang tunggu konsumen
- Musholla
- Mini market
- Cafeteria
- ATM
- KM/WC

7. Fasilitas utilitas

- Ruang genset
- Ruang trafo
- Ruang mesin AC
- Ruang tendon atas
- Tendon bawah tanah

VII.2. Besaran Ruang

a. Ruang Administratif

Ruang pengelolah dan penunjang pengelolah

Jenis ruang	jumlah	Kapasitas	Luas (m ²)
Ruang kerja direktur	1	3 orang	25
Ruang kerja wakil direktur	1	3 orang	25
Ruang manajer servise	1	3 orang	25
Ruang Kepala admin. keuangan	1	3 orang	25
Ruang Kepala admin. operasional	1	3 orang	25
Ruang Kepala bagian suku cadang	1	3 orang	38.5
Ruang Staff administrasi	1	20 orang	228
Ruang pertemuan	1	8 orang	48
Dapur dan ruang cleaning servis	1	10 orang	84
KM/WC karyawan	2	12 orang	60

b. Ruang Utama

Ruang showroom

Jenis Ruang	jumlah	kapasitas	Luas (m ²)
Ruang display mobil	2 lantai	43 mobil	4.078
Ruang negosiasi	1	5 set	86.5
Ruang pelayanan administrasi	1	8 orang	120
Ruang costumer service	1	6 orang	20
Ruang manager pemasaran	1	3 orang	25
Ruang arsip	1	6 set	36.5
Gudang stock mobil	1	10 mobil	261.25

Loading dock	1	1 unit	80
--------------	---	--------	----

Area servis

Jenis ruang	jumlah	Kapasitas	Luas (m ²)
Ruang perbaikan ringan	1	12 mobil	1098.8
Ruang perbaikan berat	1	3 mobil	498.2
Gudang stock suku cadang	1	4 rak	70
Ruang kepala bengkel	1	3 orang	38.5
Ruang mekanik	1	15 orang	86.5
Ruang kompresor	1	2 set alat	9
Ruang las	1	3 orang	9
Ruang peralatan	1	3 orang	12
KM/WC	2	8 orang	36
Ruang modifikasi dan perbaikan body			
Ruang perbaikan body	1	5 mobil	638.55
Ruang pengecatan oven	1	2 mobil	80
Ruang modifikasi interior	1	6 mobil	382
Ruang modifikasi body	1	6 orang	360
Ruang pencampuran cat	1	4 orang	12
Gudang cat gudang alat	1	2 rak	34.8
Ruang tunggu pengunjung	1	15 orang	88.35
Ruang perawatan body			
Ruang pencucian mobil	1	9 mobil	475.75

Ruang pengeringan / pemolesan	1	5 mobil	270
Ruang kompresor dan pompa	2	2 orang	9
Gudang peralatan	1	4 orang	19,46

c. Ruang penunjang

Ruang assesoris

Jenis ruang	Jumlah	kapasitas	Luas (m ²)
Ruang display spare part	1	13 rak	486
Ruang kasir	1	4 orang	44
Ruang tunggu pengunjung	1	10 orang	9
Ruang display audio system	2	4 mobil	19,46

Ruang utilitas bangunan

Jenis ruang	Jumlah	Total
Ruang genset dan trafo	1set	62.25
Ruang AHU		66.4
Ruang control panel		49.8
bak air treatment dan mesin water tower		49.8

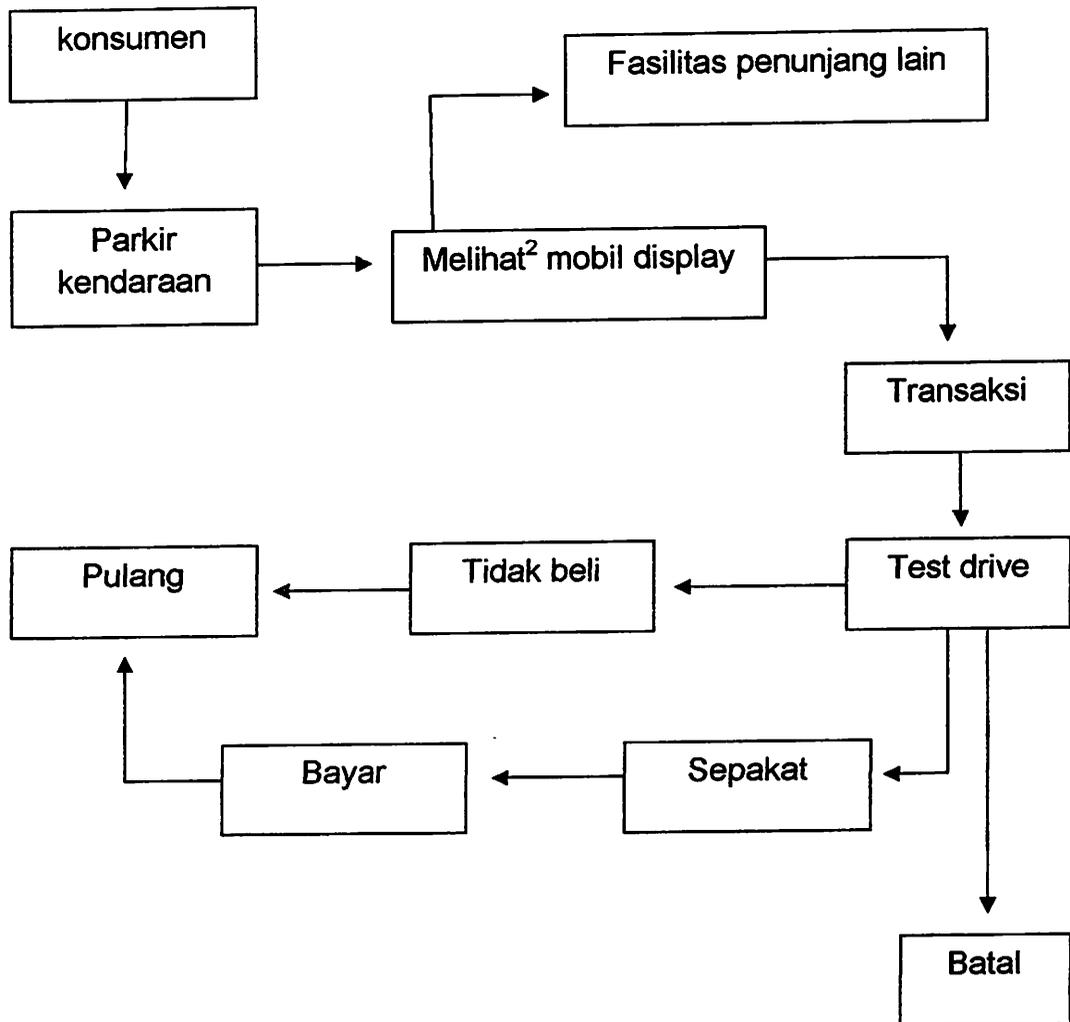
Ruang penunjang

Jenis ruang	jumlah	kapasitas	Luas (m ²)
Musholla	1	20 orang	66
Mini market dan caffe	1	50 orang	228.6
Area test drive	1	4 putaran	2959.44
Area perkumpulan pecinta mobil kalsik	1	50 mobil	425
Parkir	1	26 mobil	562.5

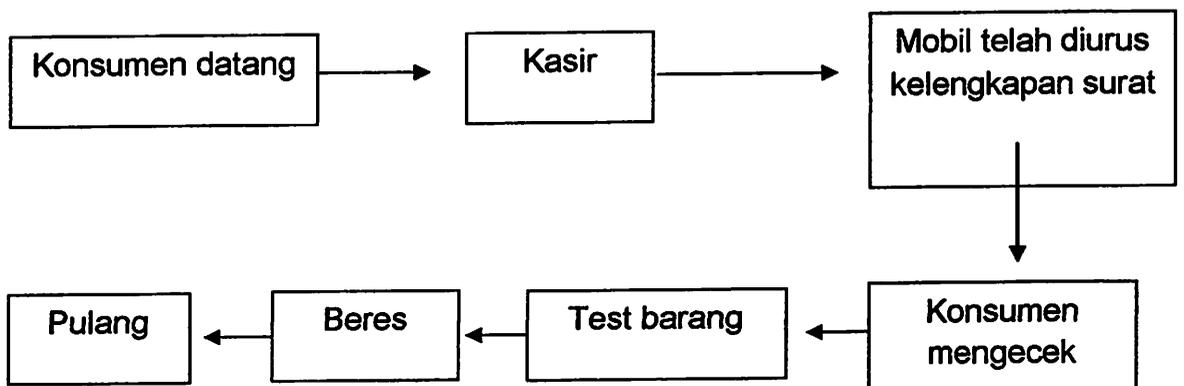
Jumlah total keseluruhan : 14.258,49 m²

VII.3 Analisa aktifitas

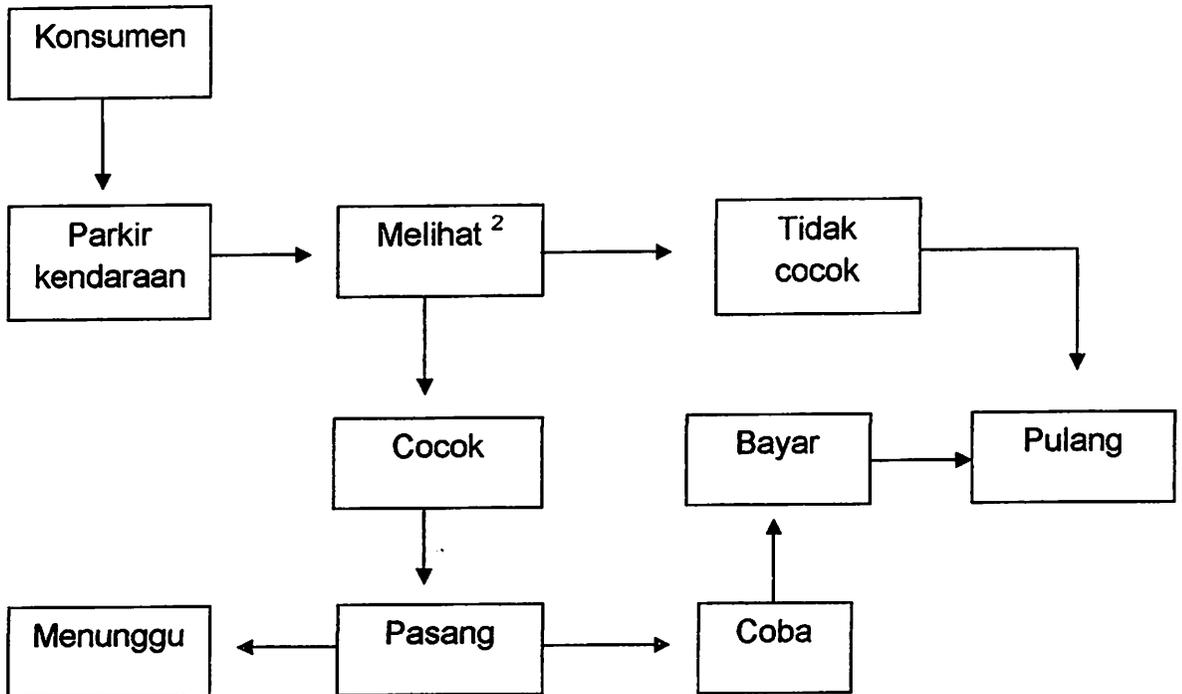
1. Showroom



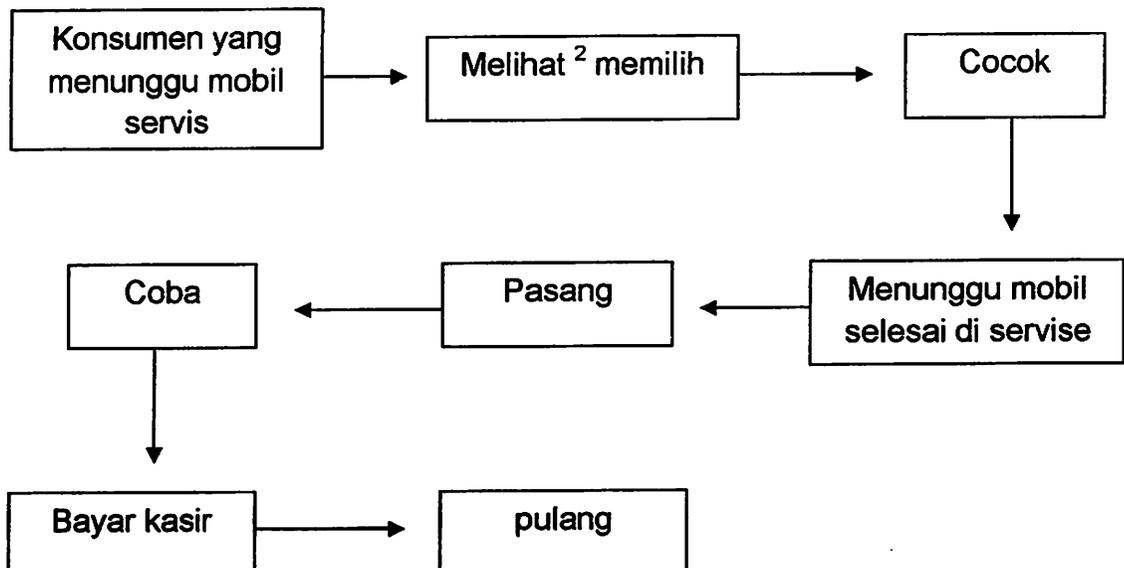
Mobil yang telah disepakati



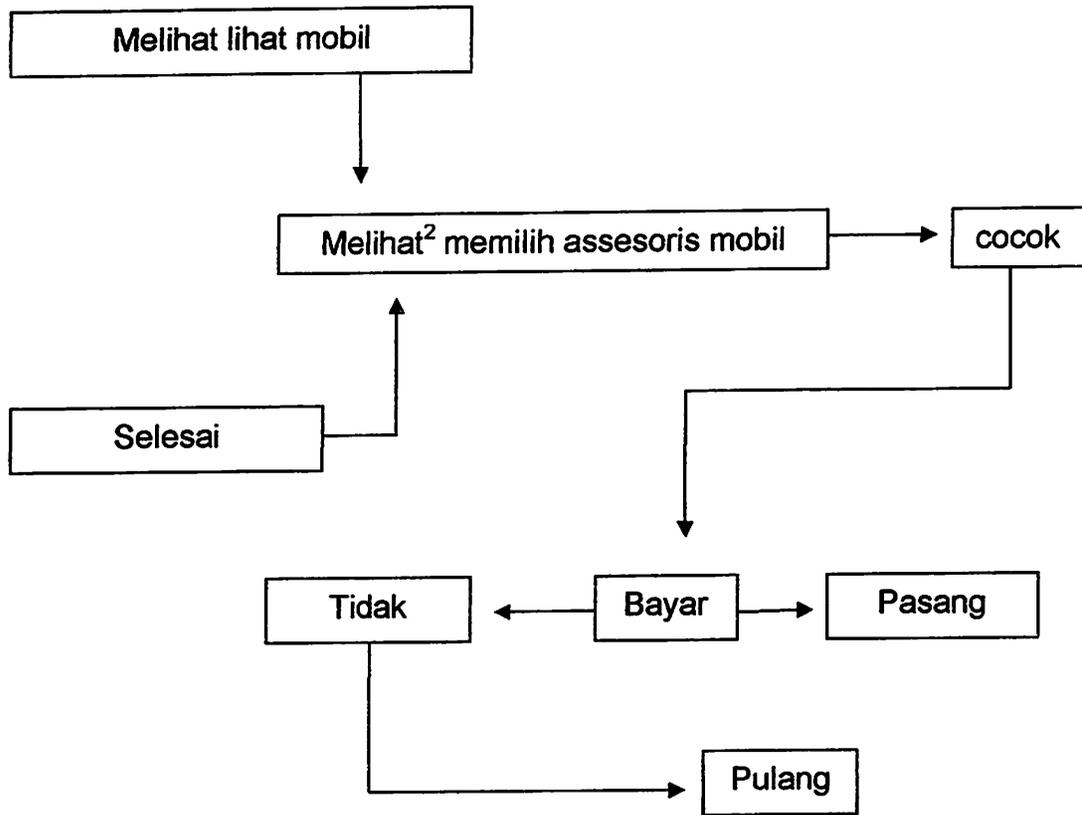
2. Toko asesoris



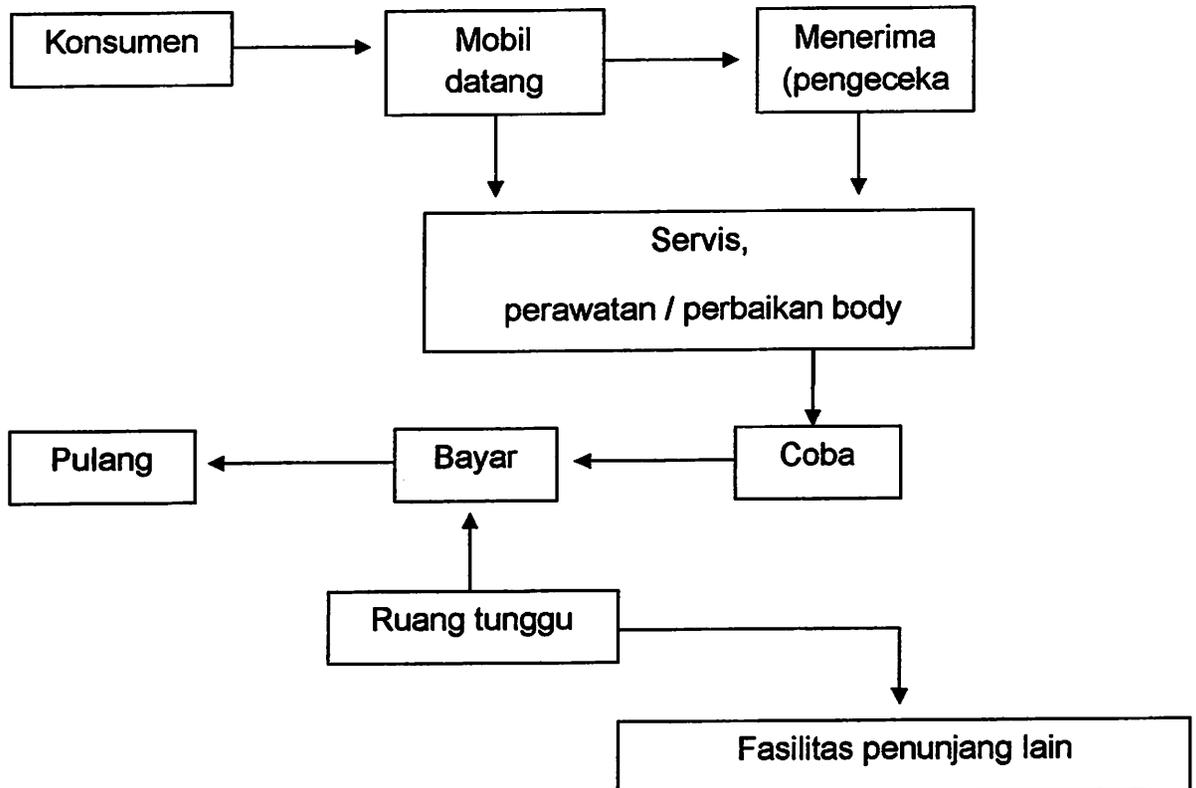
3. Toko asesoris dari arah ruang tunggu



4. Toko asesoris dari arah showroom



5. Servis Area

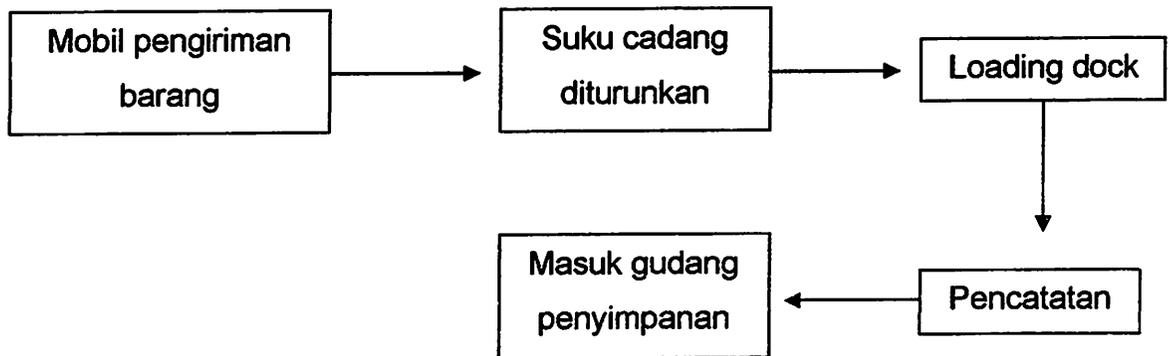


6. Pengelola

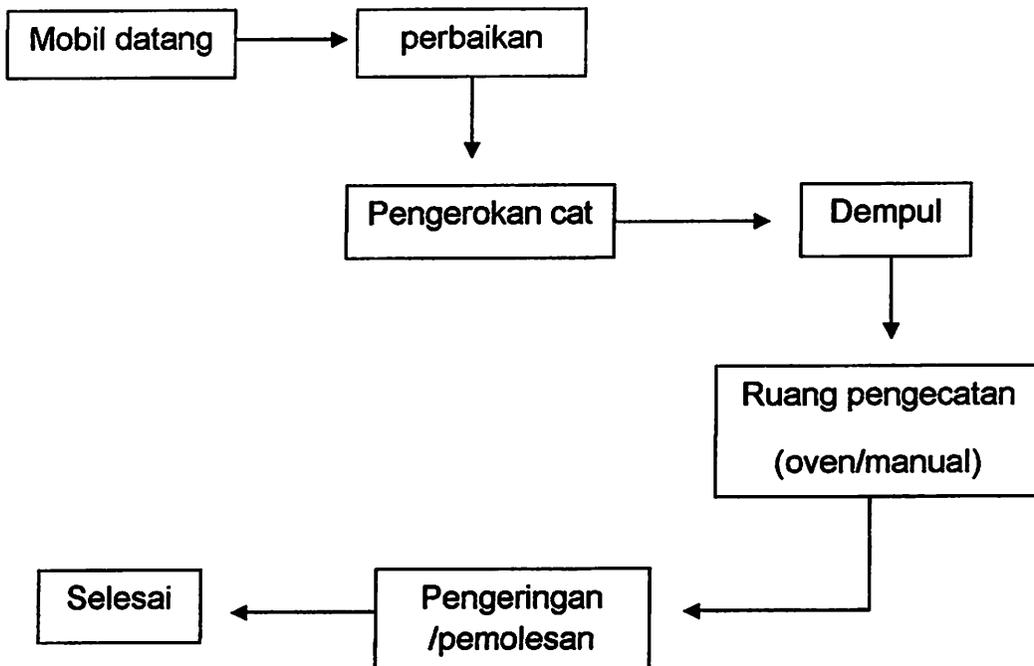
Gudang mobil baru



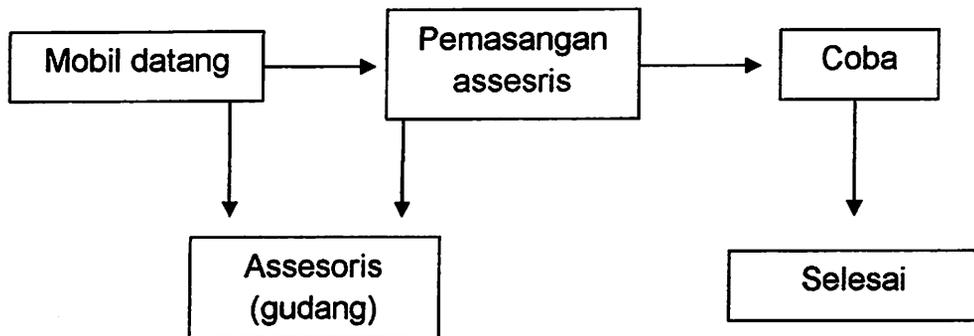
7. Suku cadang



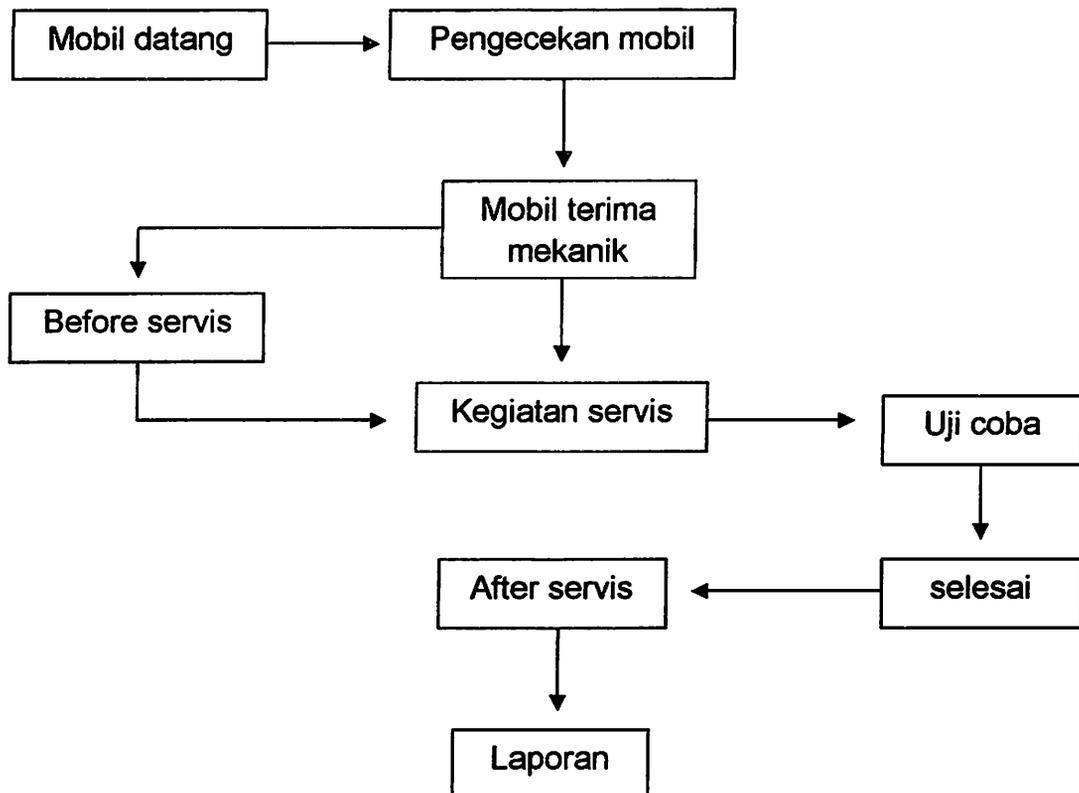
8. Perbaiki body



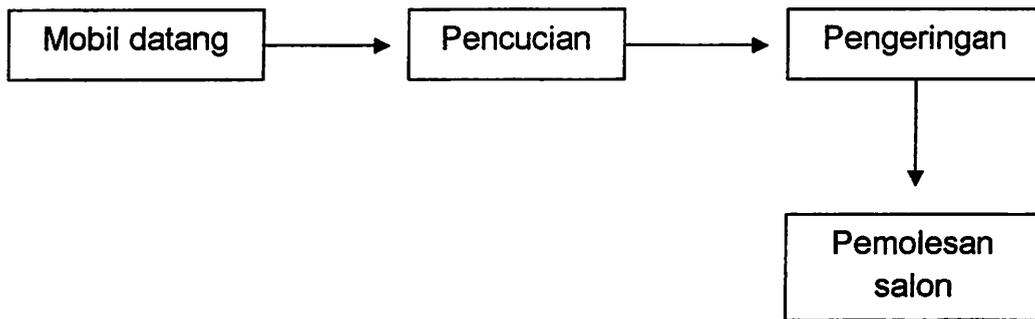
9. Assesoris mobil



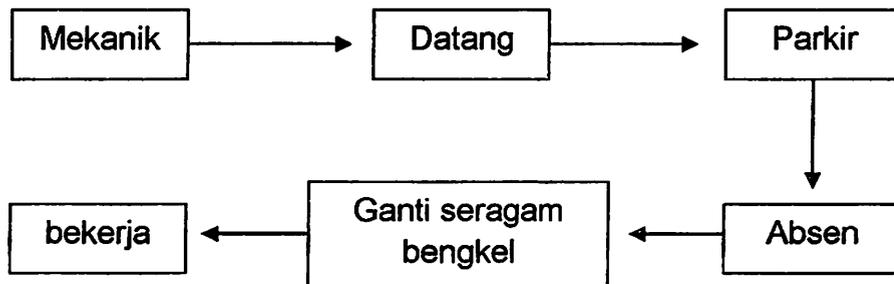
10. Kegiatan servis



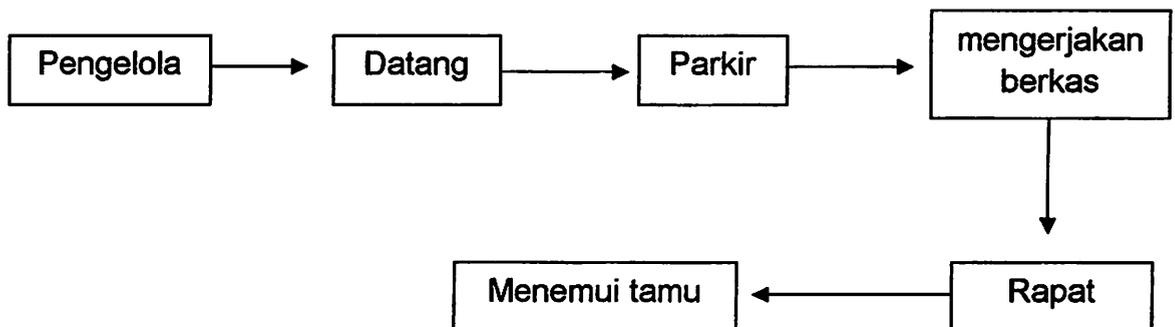
11. Kegiatan bagian perawatan



12. Mekanik

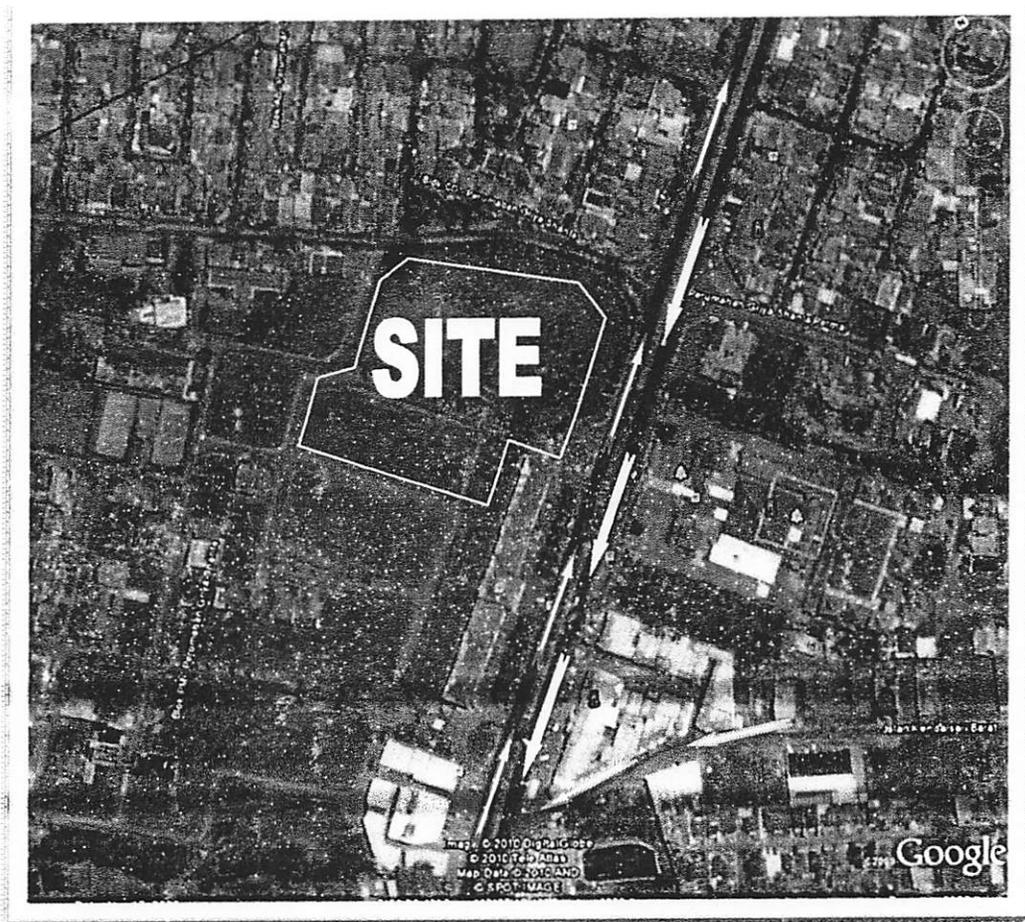


13. Kantor pengelola



VII.4 Analisa Tapak

VII.4.1 Pencapaian



Arah dari jalan Dinoyo dan jalan panjaitan

Arah dari jalan raya Blimbing

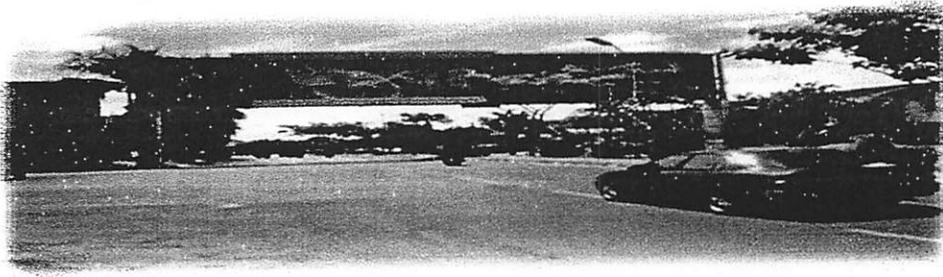


Arah dari jalan Kendalsari

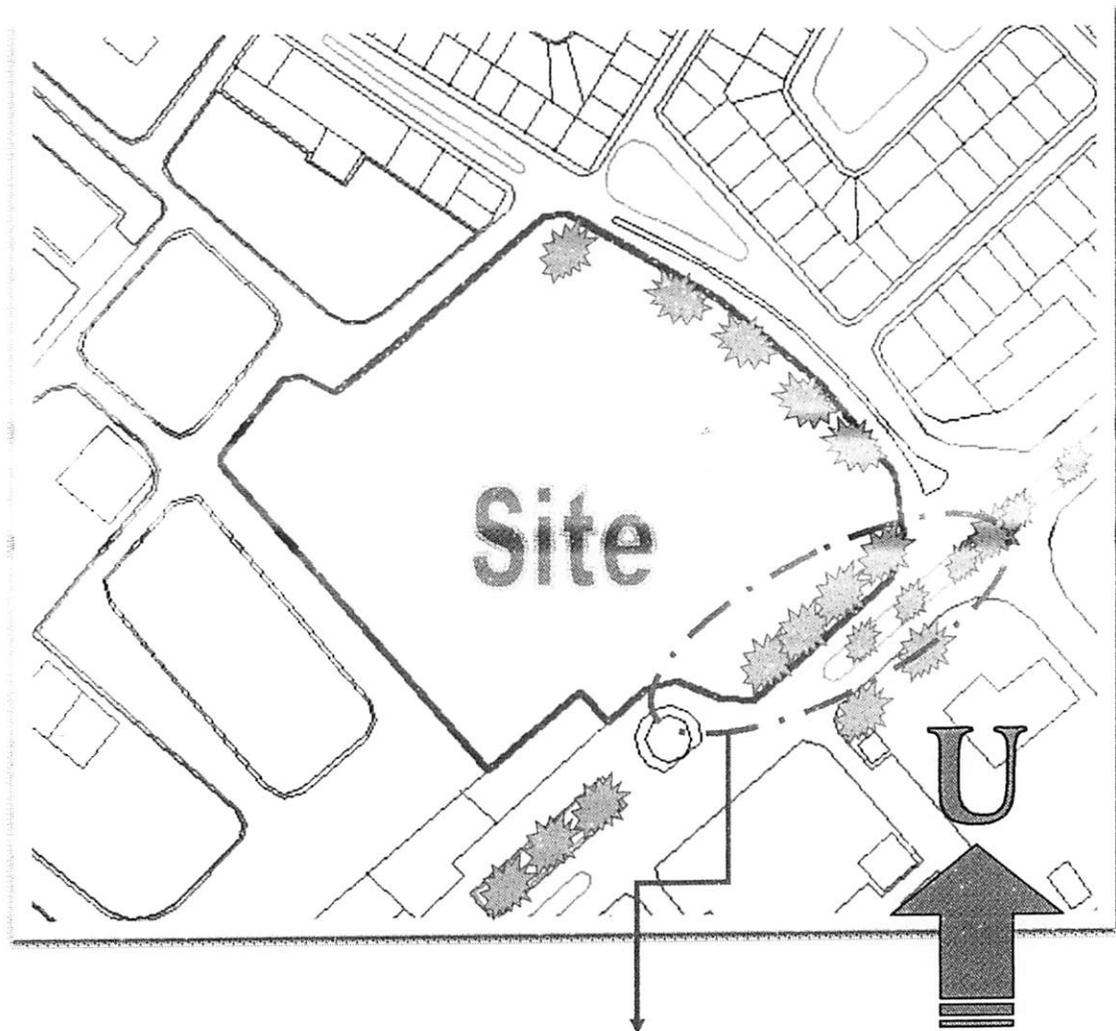
Dari arah jalan raya Blimbing



Dari arah jalan raya Dinoyo

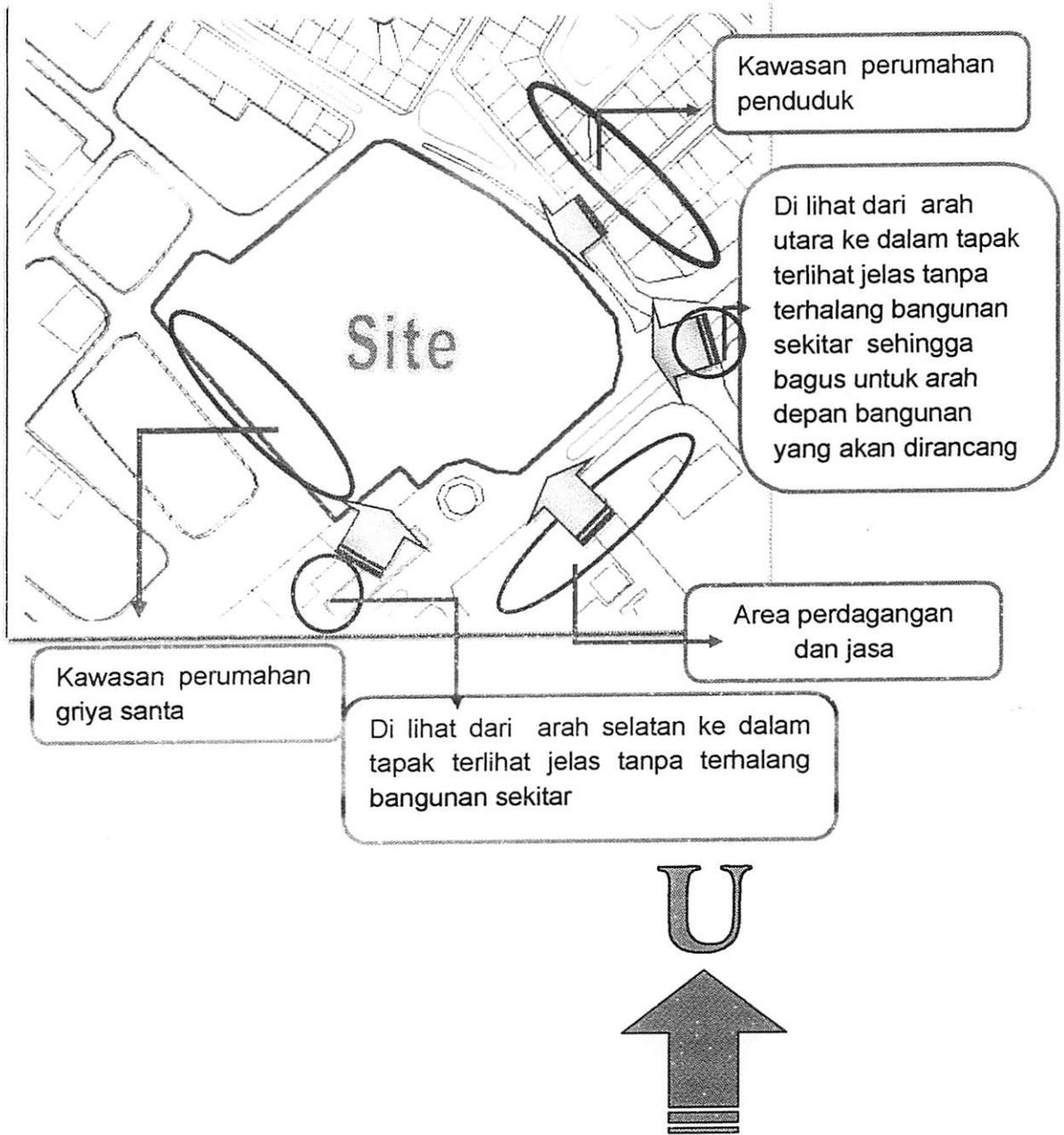


VII.4.2 Vegetasi



Vegetasi yang ada di sekitar site mayoritas berada di pinggir jalan sekeliling Jl. Raya Soekarno-Hatta. Jarak antar pohon sudah teratur, ± 4 m, tetapi banyak pohon yang masih kurang meneduhkan. Pohon-pohon ini sudah dilindungi dengan tree surround. Jenis pohon yang ada kebanyakan adalah pohon palm.

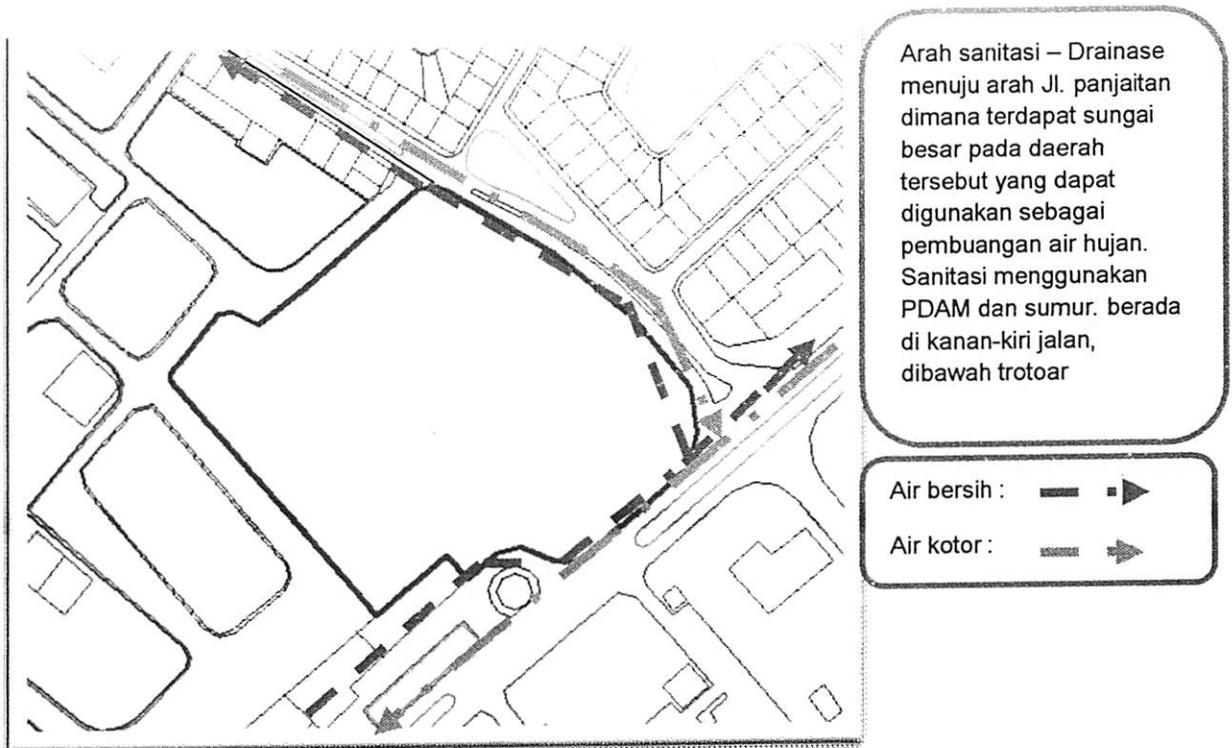
VII.4.3 View dari luar ke dalam



VII.4.3 Kebisingan



V.II.4.4 System utilitas lingkungan



VII.5 Analisa Bentuk

Metode yang digunakan adalah metode bentuk dengan konsep analogi simbolik yaitu bentuk simbolik yang Sangat umum dari benda-benda yang dikenal secara umum dalam masyarakat sehingga bila diterapkan pada rancangan akan mudah ditangkap maksudnya oleh pengamat. Simbol, tanda atau lambang merupakan metode ekspresi yang sangat langsung. Mereka digunakan dalam rancangan arsitektur untuk memfokuskan perhatian para pemakai bangunan dengan menyampaikan pemahaman fungsi bangunan atau ruang di dalam arsitektur sehingga bangunan akan mudah difahami oleh pengamat tanpa harus bertanya pengamat akan tahu bangunan tersebut.

Wujud

Wujud desain pusat pelayanan mobil honda berlandaskan konsep-konsep perancangan dari tokoh simbolisme Charles Jencks dengan tema analogi simbolik yang berawal dari konsep-konsep benda yang berhubungan dengan mobil honda sehingga mudah difahami oleh pengamat.

Tekstur dan Warna

Peranan tekstur dan warna pada bangunan perancangan dapat memancing emosi dan imajinasi dari tiap-tiap orang yang melihatnya.

Tekstur merupakan sifat permukaan suatu yang dapat menaikkan, mempertegas dan mengaburkan suasana ruang. Tekstur yang dirancang mampu menstimulus tidak hanya indra penglihatan saja, tekstur memiliki efek dramatis ketika dikaitkan dengan studi cahaya dan bayangan. Kesan yang ditimbulkan oleh tekstur tersebut :

Jenis/tekstur	Kesan
Halus	Menyenangkan, ketenangan, kelembutan
Kasar	Menarik perhatian, kekuatan, ancaman

- Tektur kasar menimbulkan kesan maskulin.
- Tekstur halus mencerminkan hal-hal resmi dan anggun.
- Tekstur yang kasar dan tebal cenderung membuat ruangan lebih kecil dan sempit.
- Tekstur yang licin dan ringan menimbulkan kesan luas dan ringan.
- Tektur kasar membuat intensitas warna tampak lebih lemah dan redup.
- Tekstur licin membuat intensitas warna tampak lebih kuat.

Warna dapat menimbulkan pancaran tertentu yang dapat ditangkap oleh mata, sehingga dapat menimbulkan persepsi secara psikologis. Warna dapat berperan dalam memperkuat bentuk dan mampu memberikan ekspresi kepada pikiran dan jiwa manusia yang melihatnya. Warna menentukan karakter warna dapat karakter sehingga warna dapat menciptakan suasana yang kita harapkan

Kesan yang ditimbulkan oleh warna adalah :

Macam	Kesan
Warna-warna gelap	Berat, sedih, kelesuan, misteri
Warna-warna terang	Keberanian, senang, dinamis
Warna-warna lembut	Tenang, tentram, nyaman
Warna-warna panas	Agresif, merangsang
Warna-warna dingin	Kalem, tenang, sejuk

Dalam arsitektur simbolisme, peranan tekstur dan warna pada wujud bangunan sangat penting, dengan demikian ketika manusia berada di dekatnya akan merangsang beberapa indera. Tidak hanya indera penglihatan saja tetapi juga indera perasa. Sehingga makna bangunan yang kita ingin disampaikan memiliki kesan menjiwa. Namun pada kenyataannya, permainan warna lebih dominan dari pada permainan tekstur pada arsitektur simbolisme. Hal ini dikarenakan warna dapat menyampaikan kesan-kesan pada suatu bangunan secara langsung kepada manusia yang melihatnya, kesan visual dapat dipersepsikan secara langsung oleh manusia.

Dalam kasus perancangan pusat pelayanan mobil honda ini , penggunaan warna pada bangunan, perancangan pusat pelayanan mobil honda ini memiliki tujuan untuk menghasilkan sebuah rancangan pusat perancangan mobil honda yang atraktif dan inovatif, sehingga penerapan warna-warna yang dapat menunjang dan menghadirkan kesan atraktif dan inovatif.

Ornament

Ornament adalah suatu bentuk dekorasi yang dipakai untuk memperindah ruang berkaitan dengan penciptaan suasana ruang, maka pemilihan ornament dipilih yang memberikan kesan seperti yang diinginkan. Ornament dapat berwujud dua dimensi atau tiga dimensi.

Proporsi dan skala

Proporsi dan skala mengacu pada hubungan antar bagian dalam suatu desain dan hubungan antar bagian dengan keseluruhan. Hubungan benda-benda dari berbagai ukuran dengan ruang menentukan skala. Ukuran dan bentuk ruang menentukan jumlah dan ukuran perabot didalamnya. Pemanfaatan perabot yang tidak terlalu besar dan banyak dapat memberikan kesan ruang yang luas.

Bidang, warna, tekstur dan garis memainkan peranan penting dalam menentukan proporsi. Warna cerah memberikan kesan maju kedepan sehingga menyebabkan suatu bidang dengan warna cerah tampak lebih jelas. Tekstur yang memantulkan cahaya atau bidang yang bermotif juga akan menonjolkan suatu bidang. Garis-garis vertical juga cenderung membuat suatu benda kelihatan lebih langsing dan lebih tinggi. Garis-garis horizontal membuat suatu benda terlihat lebih pendek dan lebar.

Skala adalah suatu ruang yang diperbandingkan terhadap materi, baik itu manusia maupun perabot. Pengolahan terhadap skala dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Skala pada arsitektur merupakan upaya untuk menjelaskan ukuran tubuh manusia, dan kebiasaannya. Ini memiliki kaitan dengan aktifitas kegiatan manusia didalam ruangnya. Menurut krier skala tidaklah tepat bila dimanfaatkan atau

dipikirkan semata-mata hanya untuk menentukan hal-hal seperti yang sifatnya teknis dan ekonomis semata..

Monumental

Skala monumental diperoleh dengan satuan unsur berukuran besar, lebih besar dari ukuran biasa, dengan pembagian yang relatif banyak.

Normal

Skala normal diperoleh melalui pemecahan masalah fungsional secara wajar, misalnya ukuran pintu, jendela dan unsur-unsur lainnya menurut fungsinya sehingga bersifat wajar dan alamiah.

Akrab

Skala akrab diperoleh dengan penggunaan ornament yang lebih besar dari biasanya, membuat pembagian yang lebih besar (garis pembagi bidang), unsur-unsur yang mudah dikenal biasanya besar, diperkecil, skema yang amat sederhana, bentuk datar, rata dan horizontal.

Pada bangunan pusat pelayanan mobil honda ini nantinya menerapkan proporsi dan skala monumental. Hal ini didasari atas pertimbangan agar desain rancangan nantinya akan memberi kesan yang besar dan high yang dapat dikatakan sebagai perwujudan tema simbolik analogi yang diwujudkan melalui sebuah bentukan yang jauh melampaui skala manusia normal jika dilihat dari luar, begitupun untuk bagian dalam bangunan, skala monumental dalam ruangan dihasilkan melalui tingginya langit-langit serta terdapat void yang tinggi dan luas

BAB VIII

KONSEP

VII.1 KONSEP BENTUK

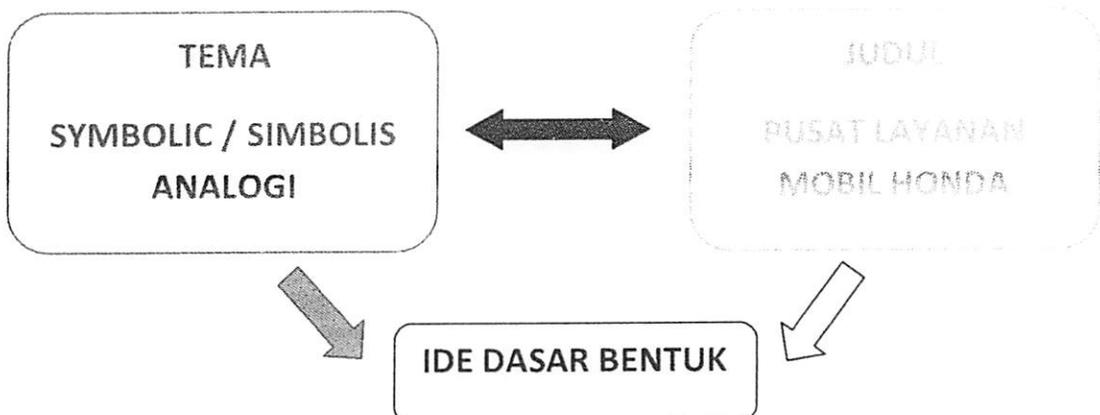
Karena objek yang akan dirancang adalah pusat pelayanan mobil honda yang bertema simbolik analogi maka konsep bentuk yang akan dibuat harus berhubungan dengan bentuk-bentuk dari mobil honda dengan demikian objek dan tema akan saling berhubungan.

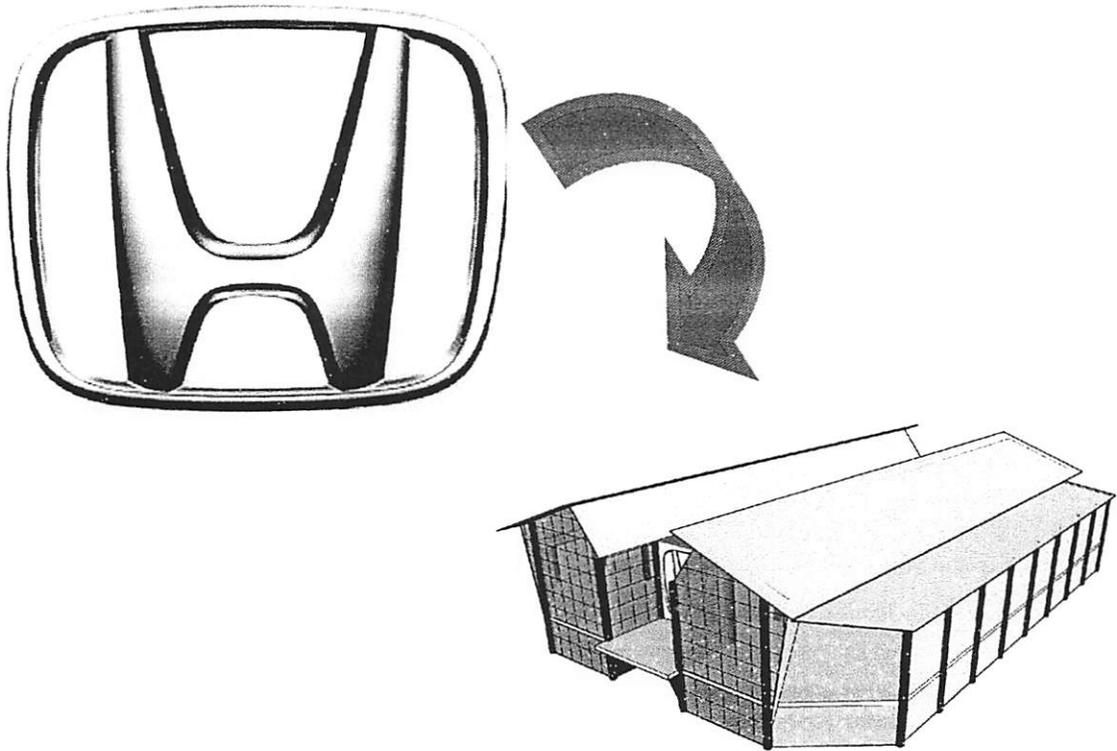
Pada bangunan pusat pelayanan mobil klasik ini nantinya menerapkan proporsi dan skala monumental. Hal ini didasari atas pertimbangan agar desain rancangan nantinya akan memberi kesan yang besar dan high. skala monumental dalam ruangan dihasilkan melalui tingginya langit-langit serta terdapat void yang tinggi dan luas.

penggunaan warna pada bangunan, perancangan pusat pelayanan mobil honda ini memiliki tujuan untuk menghasilkan sebuah rancangan pusat perancangan mobil klasik yang atraktif dan inofatif.

khusus untuk showroom penggunaan bahan adalah sebagian besar adalah kaca dan stanliss sehingga menciptakan suasana ruangan yang mewah dan pencahayaan yang digunakan adalah pencahayaan buatan berguna untuk memfokuskan mobil yang di pameran

KONSEP BENTUK





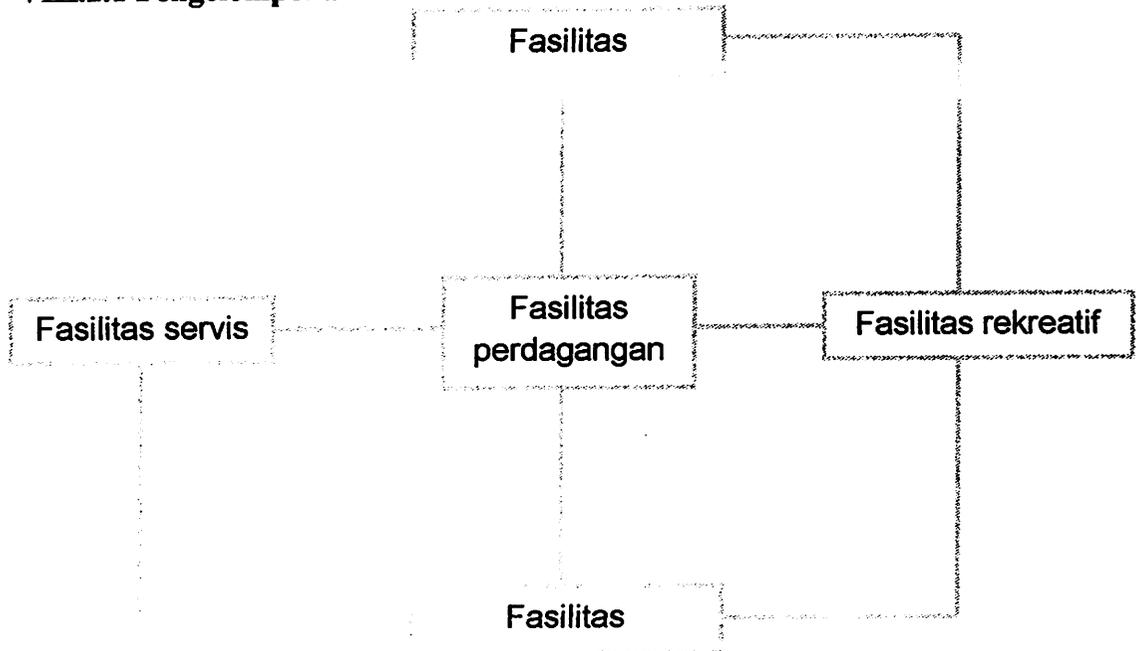
Ide dasar bentuk dari Simbolik analogi berawal dari logo mobil honda sehingga bentuk bangunan berhubungan dengan fungsi bangunan

Metode yang digunakan adalah metode bentuk dengan konsep analogi simbolik yaitu bentuk simbolik yang Sangat umum dari benda-benda yang dikenal secara umum dalam masyarakat sehingga bila diterapkan pada rancangan akan mudah ditangkap maksudnya oleh pengamat. Simbol, tanda atau lambang merupakan metode ekspresi yang sangat langsung. Mereka digunakan dalam rancangan arsitektur untuk memfokuskan perhatian para pemakai bangunan dengan menyampaikan pemahaman fungsi bangunan atau ruang di dalam arsitektur sehingga bangunan akan mudah difahami oleh pengamat tanpa harus bertanya pengamat akan tahu bangunan tersebut.

VIII.2 KONSEP RUANG

Organisasi Ruang

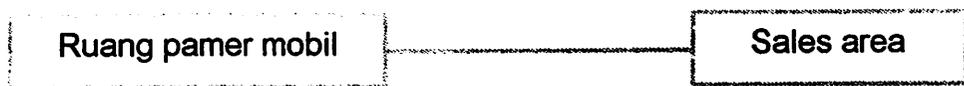
VIII.2.1 Pengelompokan makro



VIII.2.2 Pengelompokan mikro

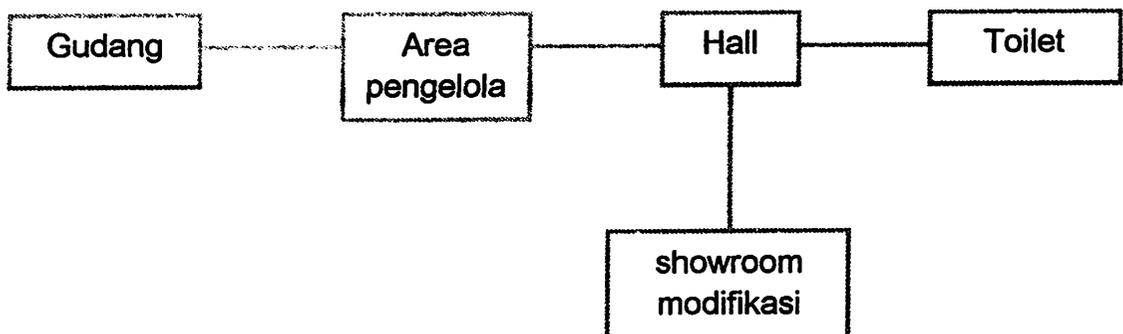
1. Fasilitas perdagangan

Showroom mobil



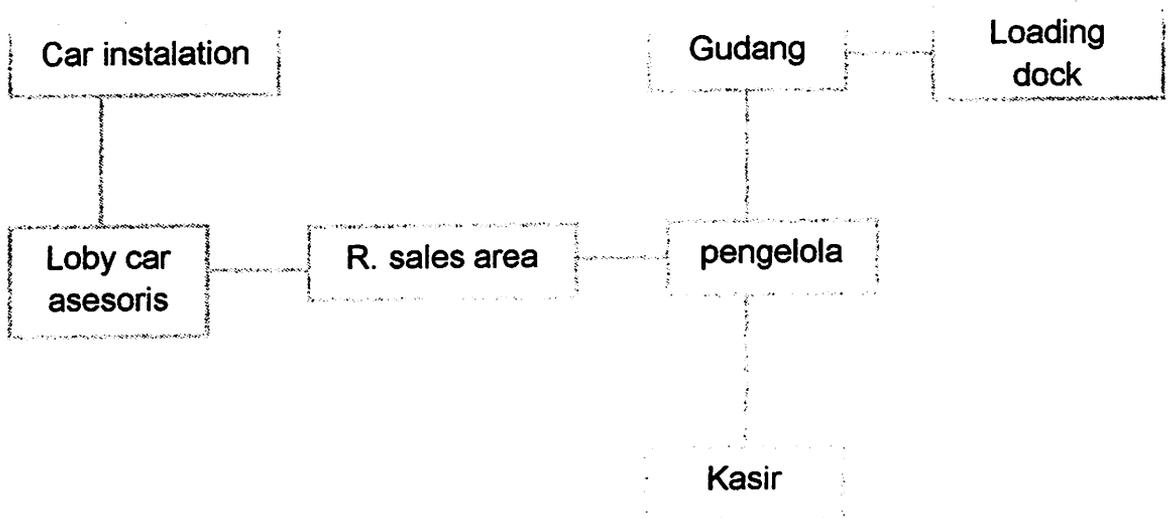
2. Fasilitas rekreatif

Pameran modifikasi

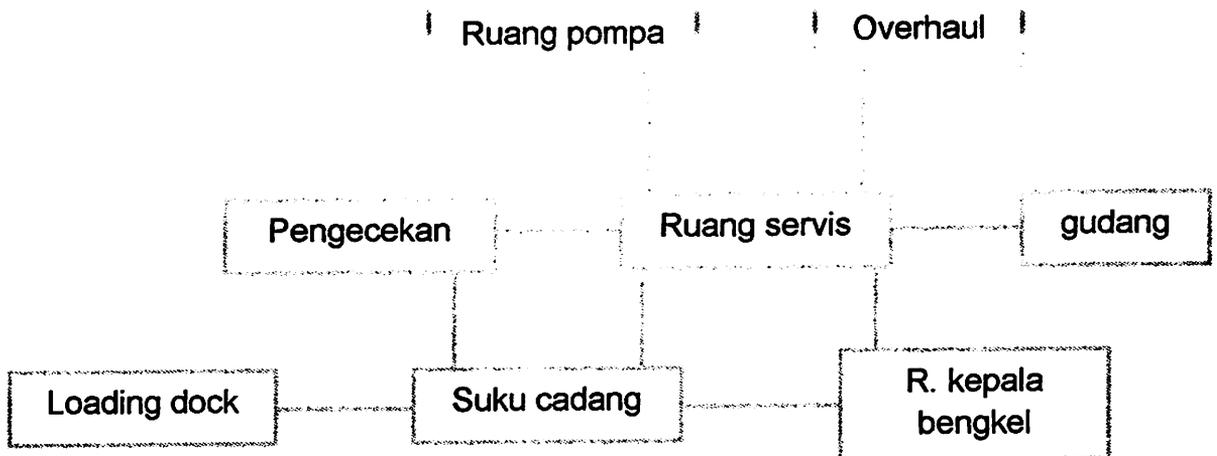


1. Fasilitas servis

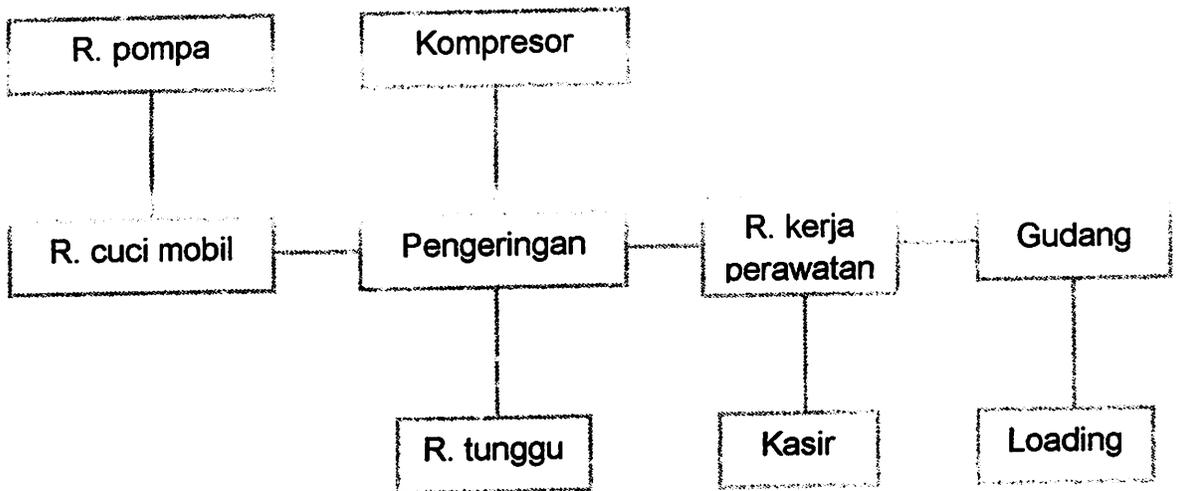
Took sperpart / assesoris



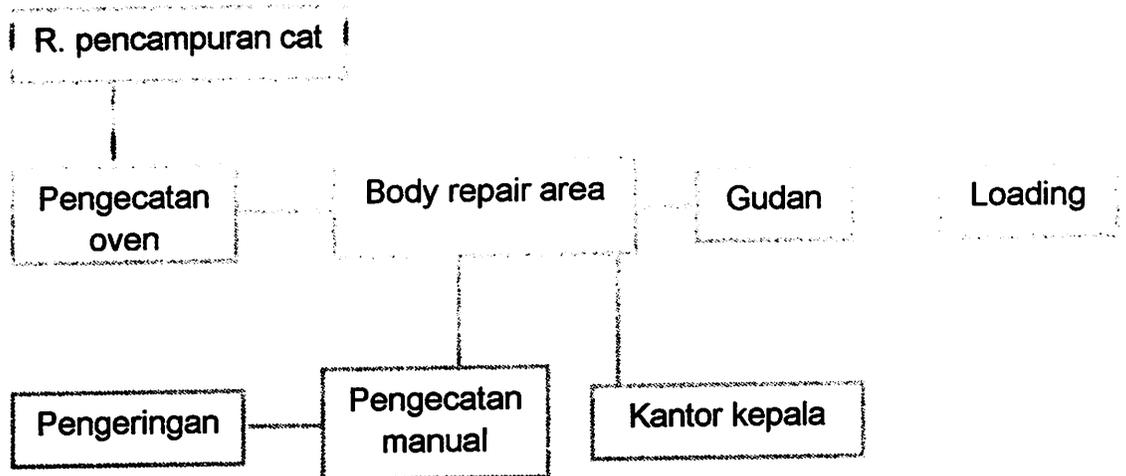
Tempat servis mobil



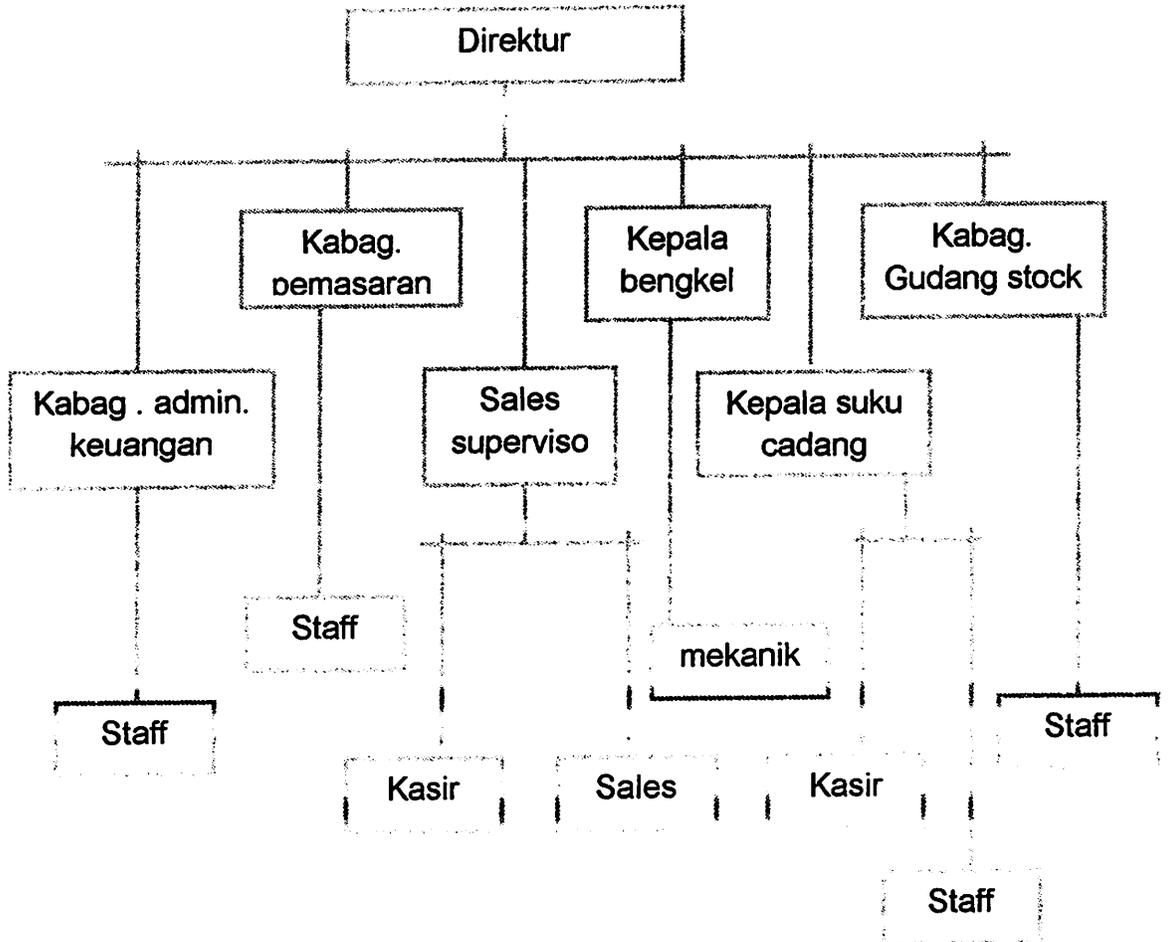
Tempat perawatan mobil



Ruang perbaikan body

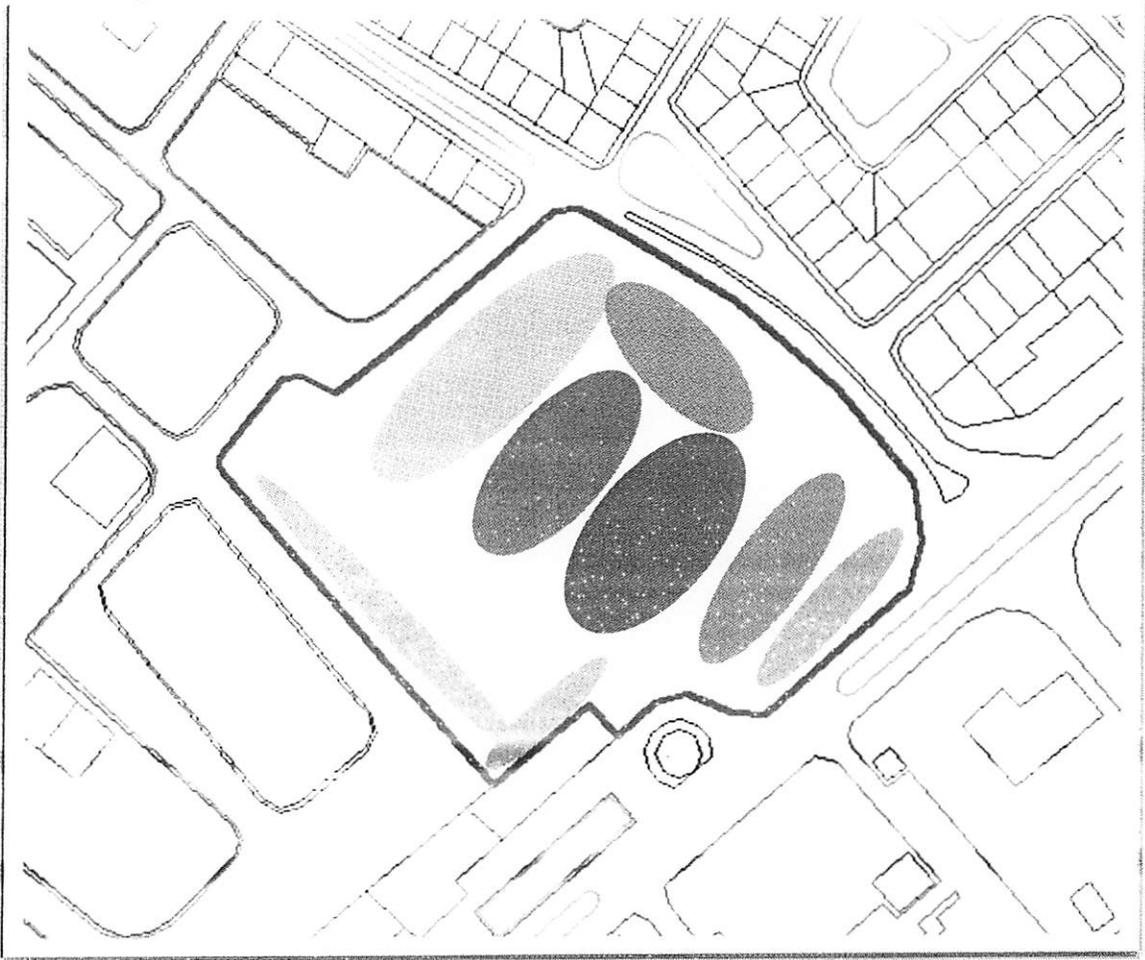


VIII.2.3 Diagram susunan organisasi



VIII.3 Konsep Tapak

Penzoningan



Keterangan :

-  Area showroom
-  Area penunjang
-  Area service dan perawatan
-  Area hijau
-  Area parkir
-  Area spear part, assesoris dan pengelolah

VIII.4 KONSEP UTILITAS

VIII.4.1 Konsep Pencahayaan

Tujuan

Untuk menentukan konsep system pencahayaan pada bangunan pusat pelayanan mobil honda.

Dasar pertimbangan

- A. Tuntutan ruang, persyaratan ruang, waktu penggunaan ruang serta estetika ruang.
- B. Dimensi / luas ruang
- C. Ekonomi

Analisa pendekatan

Adanya beberapa ruang yang terdapat pada pusat pelayanan mobil honda ini yang memerlukan atau wajib memakai pencahayaan yang maksimal.

Waktu dan jenis kegiatan

System penerangan yang memadai dan dapat memenuhi syarat.

Dengan pertimbangan faktor dasar pertimbangan tersebut, maka system penerangan yang dipakai adalah :

- Untuk ruang-ruang pengelola, servic, ruang display menggunakan system penerangan buatan agar dalam kegiatan-kegiatan yang berlangsung dapat memiliki besaran dan arah penerangan yang tetap, tidak menyilaukan dan dapat diatur sesuai keperluan.
- Penerangan buatan dipergunakan terutama pada ruang-ruang pengelola, ruang servis, ruang display menggunakan efek-efek khusus, baik dari jenis lampu maupun penempatannya.

- Penerangan alamiah dipakai pada siang hari hanya pada ruang-ruang yang memerlukan penerangan bantuan pada malam hari saja.
- Kualitas penerangan yang dipergunakan untuk penerangan buatan adalah dengan acuan pada time saver standart.

System pencahayaan yang digunakan adalah :

- Penerangan alami pada siang hari dengan memperhatikan syarat-syarat yaitu :
 - o Menerapkan system overstek, sunscreen, cantilever, dan penggunaan pohon-pohonan untuk menetralsir penyinaran matahari langsung.
 - o Mempertimbangkan system bukaan sebagai sistematika dan mempertimbangkan faktor keamanan.
 - o Digunakan maximum pada ruang-ruang terbuka seperti pada cafeteria, lahan parkir.
- Penerangan buatan memperhatikan syarat-syarat :

Jenis Ruang	Penerangan (LUX)
Locker	100
Gudang	100
Ruang kerja	300
Ruang rapat	300
Ruang informasi	400
Ruang operator	400
Pertokoan	400
Ruang service	400
Dapur / cafeteria	500

Syarat penerangan ruangan

Sumber : Ir. Hartono poerba, utilitas bangunan. 1992

Penerangan buatan digunakan pada siang hari pada ruang-ruang yang memiliki intensitas cahaya yang kurang dan pencahayaan buatan dengan efek khusus pada ruang display mobil.

VIII.4.2 Konsep system pemadam kebakaran

Tujuan

Menentukan system pemadam kebakaran yang diperlukan didalam perencanaan bangunan pusat pelayanan mobil honda yang berada di Jl. Raya Soekarno-Hatta Malang untuk menjaga kebakaran bangunan yang disebabkan oleh sambaran petir, konsleting alat-alat listrik atau kecerobohan manusia seperti api dan lain-lain.

Dasar pertimbangan

- A. Usaha penanggulangan kebakaran.
- B. Perencanaan pemadam kebakaran :
 - a. Pemakaian system yang efektif.
 - b. Pemakaian bahan.
 - c. Fungsi ruang.

Analisis Pendekatan

- Dapat memberikan pengaman, perlindungan dan pencegahan yang optimal terhadap bahaya kebakaran untuk keselamatan orang, bangunan serta benda-benda dari bahaya kebakaran sebelum dan sesudahnya secara tepat dan aman.
- Pertimbangan usaha penanggulangan kebakaran dapat dilakukan dengan perencanaan :
 - Perencanaan jumlah pintu, lebar pintu dan jalan yang memenuhi persyaratan dalam keadaan darurat.
 - Perencanaan ketahanan struktur terhadap bahaya kebakaran dan beban kebakaran pada ruangan.
 - Jenis alat pemadam kebakaran.
 - Jenis sumber kebakaran.

- Jenis bahan baku yang mudah memadamkan.
- Karakteristik bangunan.
- Lingkungan.
- Instalasi listrik dan petir.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut system pemadam kebakaran yang digunakan adalah:

- Heat detector (alat deteksi panas) sebagai peringatan atau pendeteksi awal terjadinya kebakaran.
- Sprinkler, yang bekerja otomatis bila terjadi kebakaran yang diikuti dengan bekerjanya alarm. Kepala sprinkler akan pecah pada suhu 67 c -74 c dengan luas area pelayanan 9,29 m² perkepala sprinkler. System dimana instalasi pemindahannya selalu penuh air, system yang digunakan adalah WEC pipa sprinkler. Alat pemadam api ringan diletakkan ditempat yang mudah terjadi kebakaran, yaitu di dapur, ruang unit tenaga, ruang mesin dengan bahan pemadam berupa zat-zat kimia pemadam.
- Hydran yang diletakkan diluar bangunan untuk mengatasi kebakaran yang cukup besar. Hydran diletakkan dekat dengan pipa utama air dengan jarak antara hydrant maksimal 30 m dan jangkauan sampai 5 lantai.

Penyalur air pemadam kebakaran ada 2 yaitu:

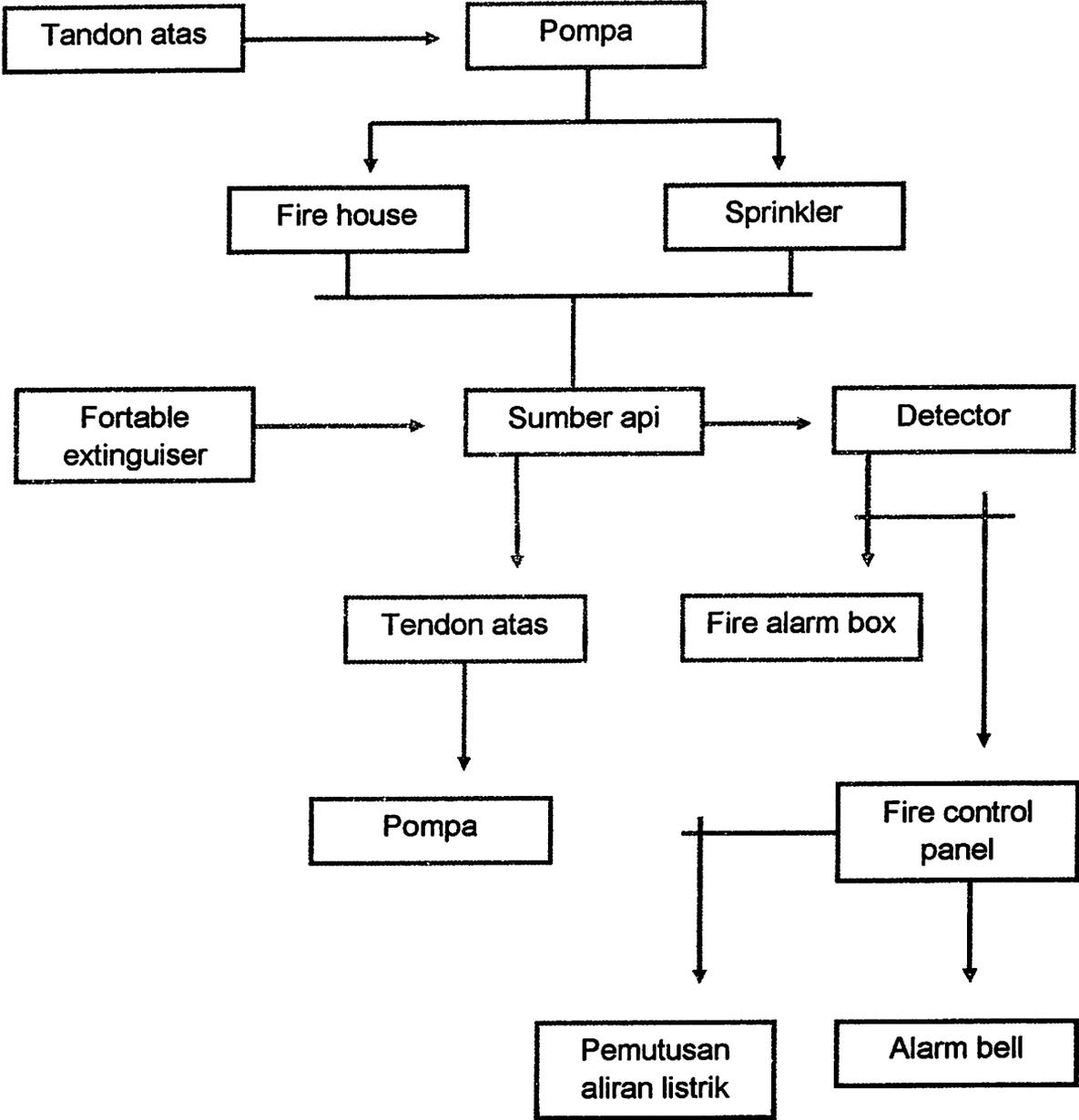
- System gravitasi dimana tangki air berada di atap.
- System pompa (groundtank).

Jadi system pemadam kebakaran yang digunakan adalah:

- Heat ditektor untuk semua ruang control terjadi kebakaran.
- Sprinkler untuk semua ruang.
- Portable untuk ruang-ruang seperti dapur, unit tenaga, ruang mesin.

Hydran digunakan dengan ditempatkan didalam / diluar bangunan. Untuk penyaluran digunakan system groundtank agar tekanan menjadi lebih merata

diagram penanggulangan kebakaran



VIII.4.3 Konsep System Penghawaan

Tujuan

Untuk menentukan konsep system penghawaan pada bangunan pusat pelayanan mobil honda yang berada di jl. Soekarno-Hatta Malang.

Dasar pertimbangan :

- A. Tuntutan kegiatan dan tuntutan ruang
- B. Kenyamanan
- C. Karakteristik tapak
- D. Ekonomis

Pendekatan analisis

- Semua kegiatan memerlukan penghawaan yang baik.
- Ruang-ruang yang ada dituntut dapat memberikan kenyamanan.
- System yang dipilih tetap mempertimbangkan pembiayaan, pelaksanaan dan pemeliharaan.
- Perhitungan luas kebutuhan ventilasi, sebagai contoh : ruang pengelola dengan kapasitas 16 orang digunakan rumus:

$$A = Q/E.V$$

Keterangan :

A = luas lubang ventilasi yang dibutuhkan

Q = jumlah orang X banyak udara yang dibutuhkan tiap orang

E = koefisien arah angin

V = kecepatan angin m/menit

Tiap orang memerlukan $30 \text{ cfm} = 0,81 \text{ m}^3/\text{menit}$

Jadi kebutuhan udara pada ruang pengelolah adalah $16 \times 0,81 \text{ m}^3 = 12,95 \text{ m}^3/\text{menit}$.

Kecepatan angin normal adalah $1,6 \text{ km/jam}$ atau $26,67/\text{menit}$

$A = 12,96 / 0,25 \times 26,27 = 1,94$ jadi luas lubang ventilasi yang diperlukan adalah $1,94 \text{ m}^2$.

System penghawaan yang digunakan ada 2 system yaitu :

- Penghawaan alami

Penghawaan alami yaitu memanfaatkan udara secara alami tanpa diolah, sehingga efisien dalam pengkondisian ruang dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Menggunakan system cross ventilasi, dengan luas bukaan $1/6 - 1/10$ luas lantai.
- Penanaman pohon dimaksudkan untuk menyerap hembusan angin yang berlebihan dari luar.
- Pengaturan tata letak massa bangunan.

Penghawaan alami digunakan pada ruangan bengkel dan perawatan .

- Penghawaan buatan

Dengan pertimbangan : pada bangunan utama (ruang display) merupakan massa tunggal maka menggunakan AC central, sedangkan untuk bangunan penunjang (bengkel, modifikasi, penjualan suku cadang, dll.) menggunakan AC split.

VIII.4.4 Instalasi listrik

Tujuan

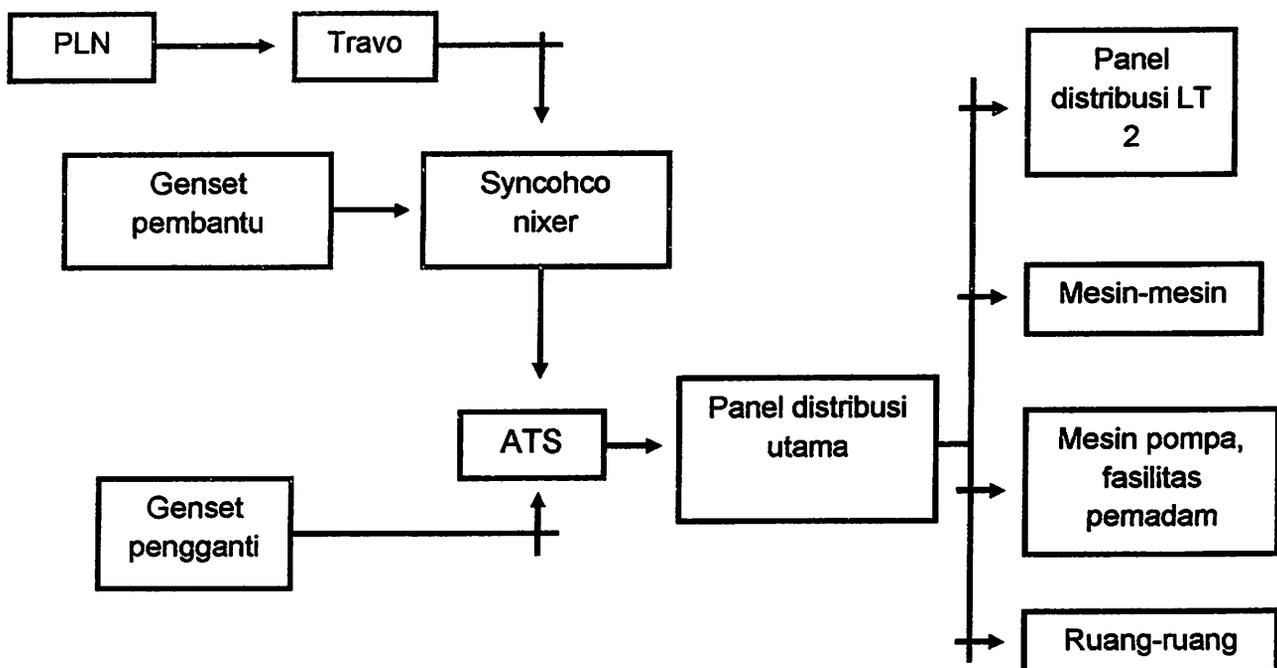
Menentukan penggunaan system kelistrikan yang masuk ke dalam bangunan pusat pelayanan mobil honda ini dengan penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan.

Dasar pertimbangan

- Tuntutan kegiatan
- Tuntutan ruang
- Ekonomis
- Kenyamanan

Analisa pendekatan

Merupakan system kelistrikan agar seluruh ruangan yang ada dalam bangunan mendapatkan pasokan listrik yang sesuai dengan kebutuhan atau kegiatan yang berlangsung dalam ruangan tersebut.



Merupakan suatu system yang mengatur tenaga listrik pada pendistribusiannya. System tenaga listrik berasal dari PLN, genset. Sumber utama berasal dari PLN, dilengkapi genset sebagai sumber cadangan, yang dilengkapi automatic switch sehingga genset akan otomatis bekerja jika listrik dari PLN padam.

VIII.4.5 Konsep System Air Bersih

Tujuan

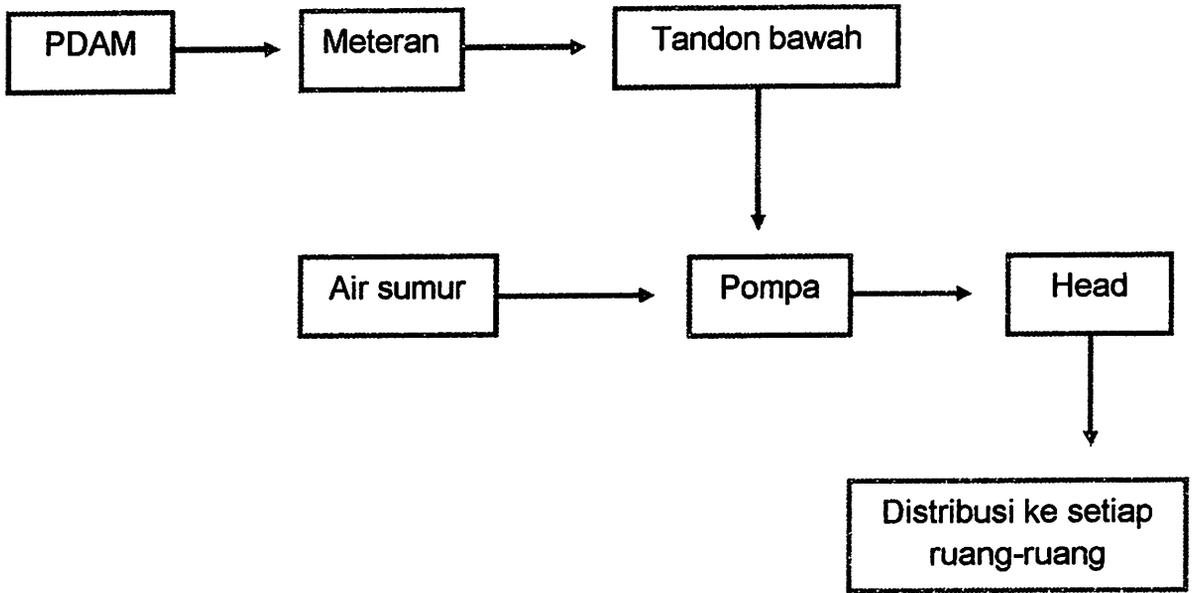
Untuk menentukan konsep system penyalur air bersih pada bangunan pusat pelayanan mobil honda yang berada di jl. Soekarno-Hatta Malang.

Dasar pertimbangan :

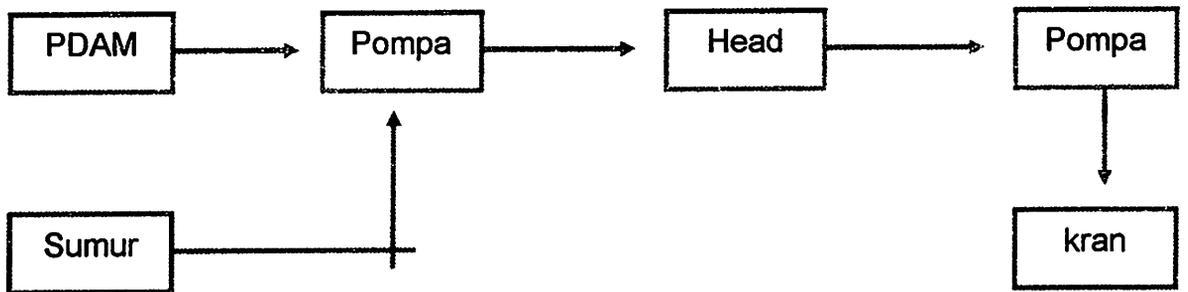
- A. Air bersih digunakan untuk minum, cuci, penyiraman taman, dan pemadam kebakaran.
- B. Penggunaan air bersih di dalam bangunan tidak selalu sama besarnya sepanjang hari, sehingga dipergunakan tandon air bersih (water reservoir) dengan kapasitas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan air bersih pada jam-jam puncak.

Pendekatan analisis

- Memperlancar kegiatan yang membutuhkan air bersih
- Ruang-ruang yang ada dituntut dapat memberikan kenyamanan.
- System yang dipilih tetap mempertimbangkan pembiayaan, pelaksanaan dan pemeliharaan.



Pada stall pencucian



VIII.4.6 Konsep system air kotor

Tujuan

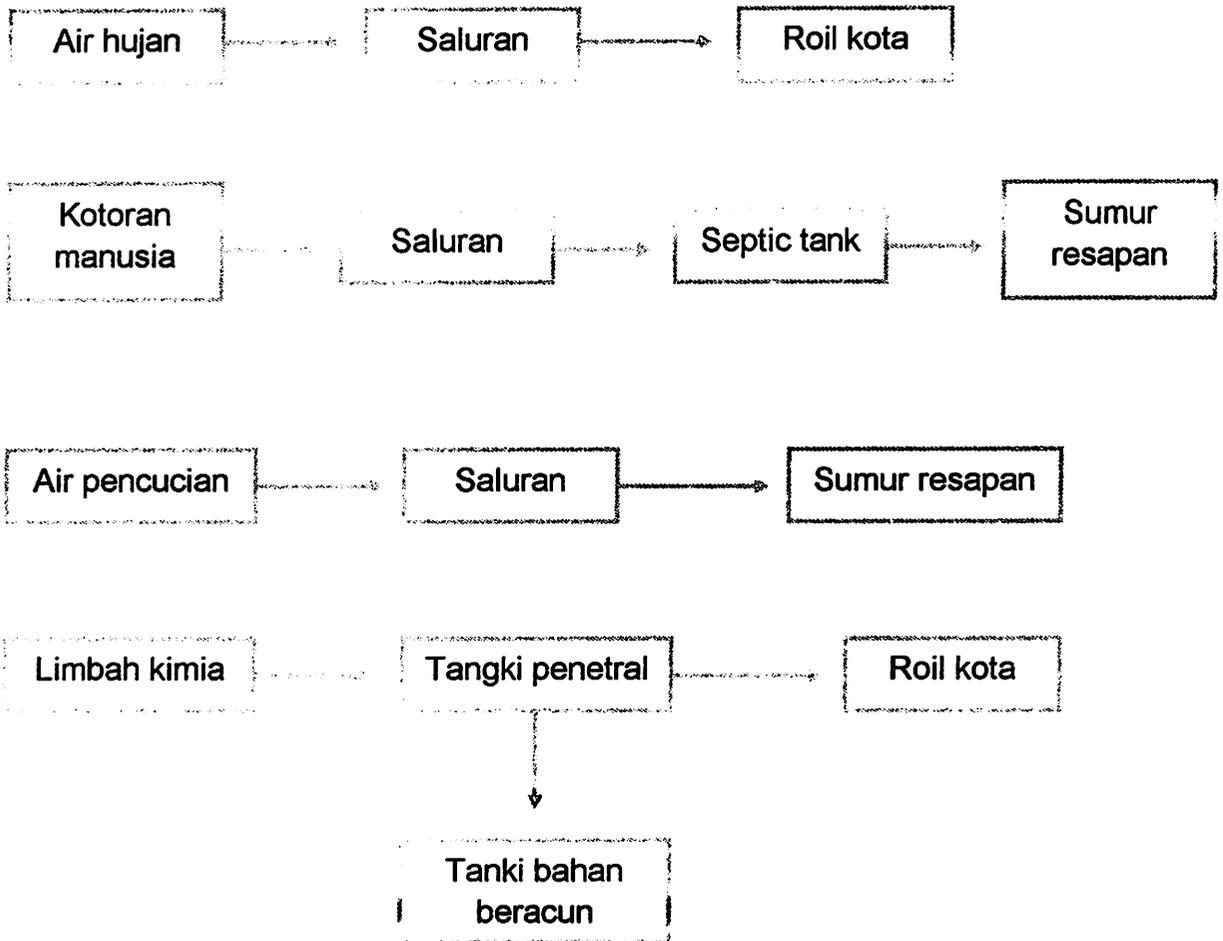
Untuk menentukan konsep system pembuangan air kotor pada bangunan pusat pelayanan mobil honda.

Dasar pertimbangan :

- A. System pembangunan yang diterapkan untuk saluran air hujan, air kotor km/wc, pembuangan air cuci mobil, pembuangan limbah yang mengandung bahan kimia (olie), cat.
- B. System pembuangan yang tidak mengganggu struktur konstruksi dari bangunan.
- C. System pembuangan yang tidak mengganggu kinerja aktifitas pada bangunan.

Pendekatan analisis :

- Memperlancar kegiatan yang berhubungan dengan aktifitas pembuangan limbah.
- Ruang-ruang yang ada dituntut dapat memberikan kenyamanan.
- System yang dipilih tetap mempertimbangkan pembiayaan, pelaksanaan dan pemeliharaan.



VIII.4.7 Konsep Struktur

- Struktur Beton

Karakter Beton

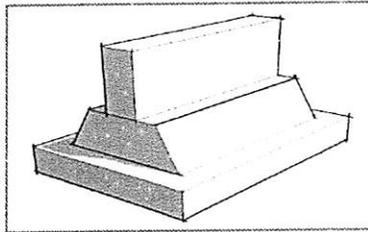
- Bentuk dapat dibuat sesuai keinginan (fleksibel)
- Lebih tahan terhadap suhu tinggi (kebakaran)
- Tidak memerlukan pemeliharaan

Pemilihan Beton

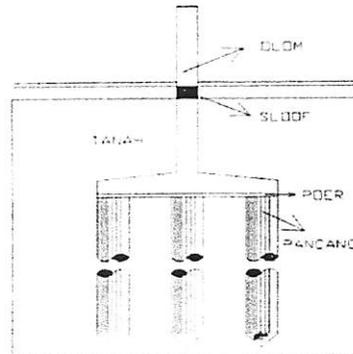
- Tahan terhadap api
- Kuat terhadap tekan

A. Sub Struktur

Pemilihan sistem struktur pada rancangan ini menggunakan pondasi tiang pancang dan pondasi menerus. Sehingga dapat menopang bangunan yang monumental dan high.



Pondasi menerus

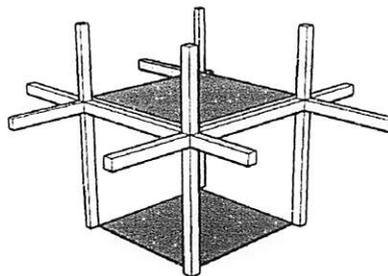


Pondasi tiang pancang

B. Main Struktur

Main struktur yang digunakan adalah Struktur Rangka yang terdiri dari gabungan balok dan kolom, dengan pertimbangan : Struktur fleksibel terhadap penataan ruang, ekonomis, mudah dalam pelaksanaan, mendukung distribusi gaya secara merata .

Kolom pemikul



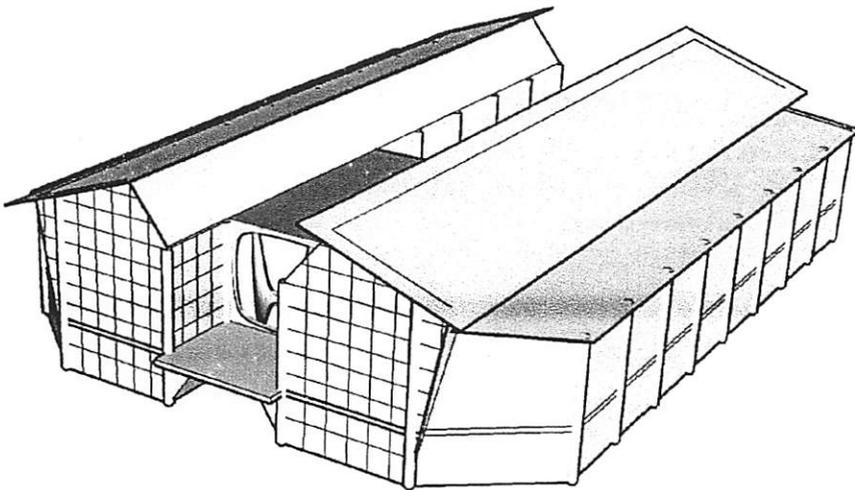
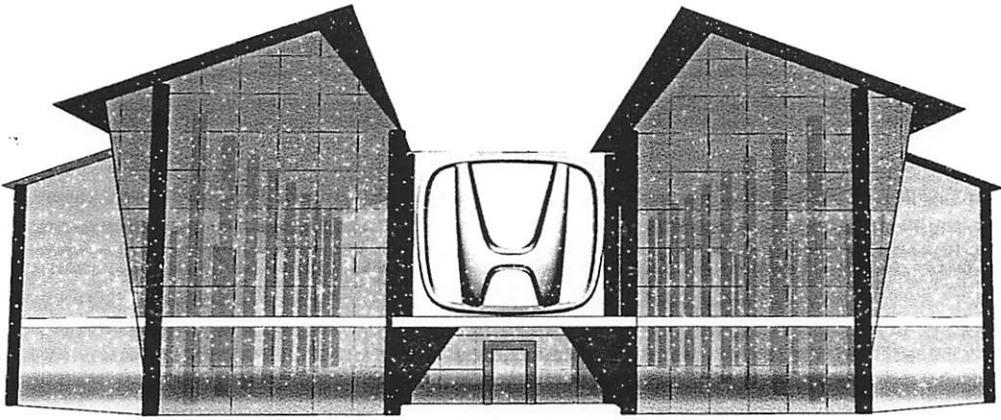
C. Upper Struktur

Pada Upper Structure bangunan ini menggunakan atap rangka baja. System struktur rangka atap menggunakan system rangka bidang.

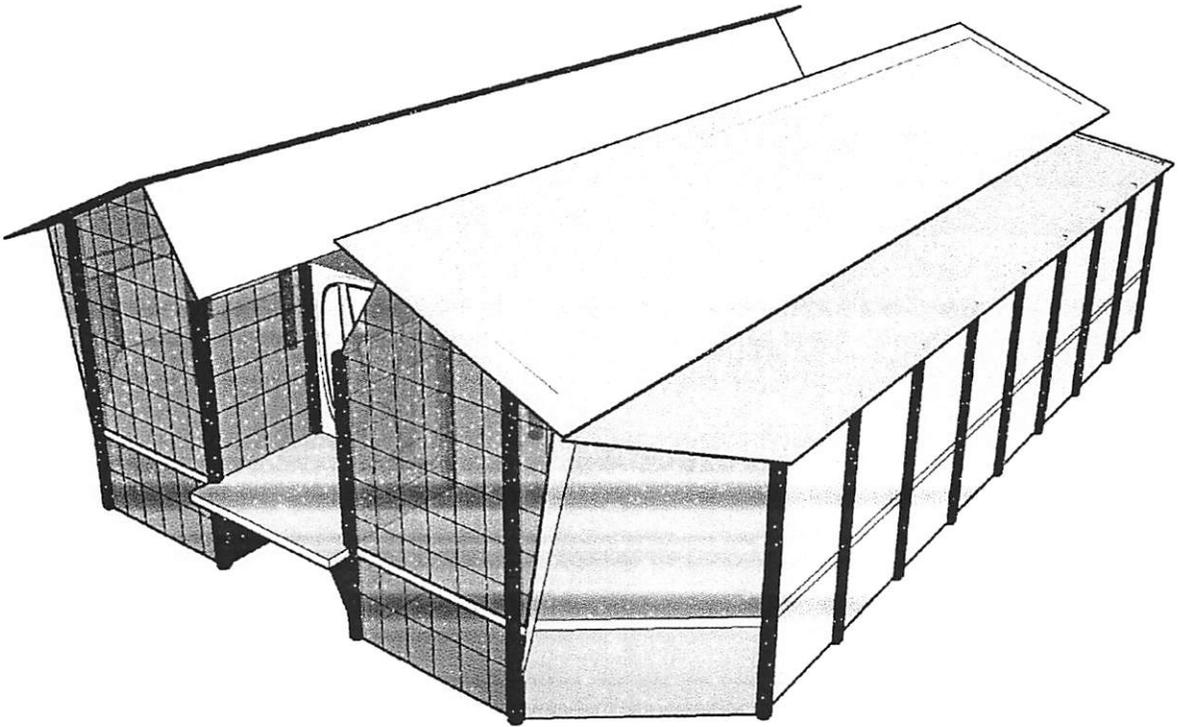
BAB IX

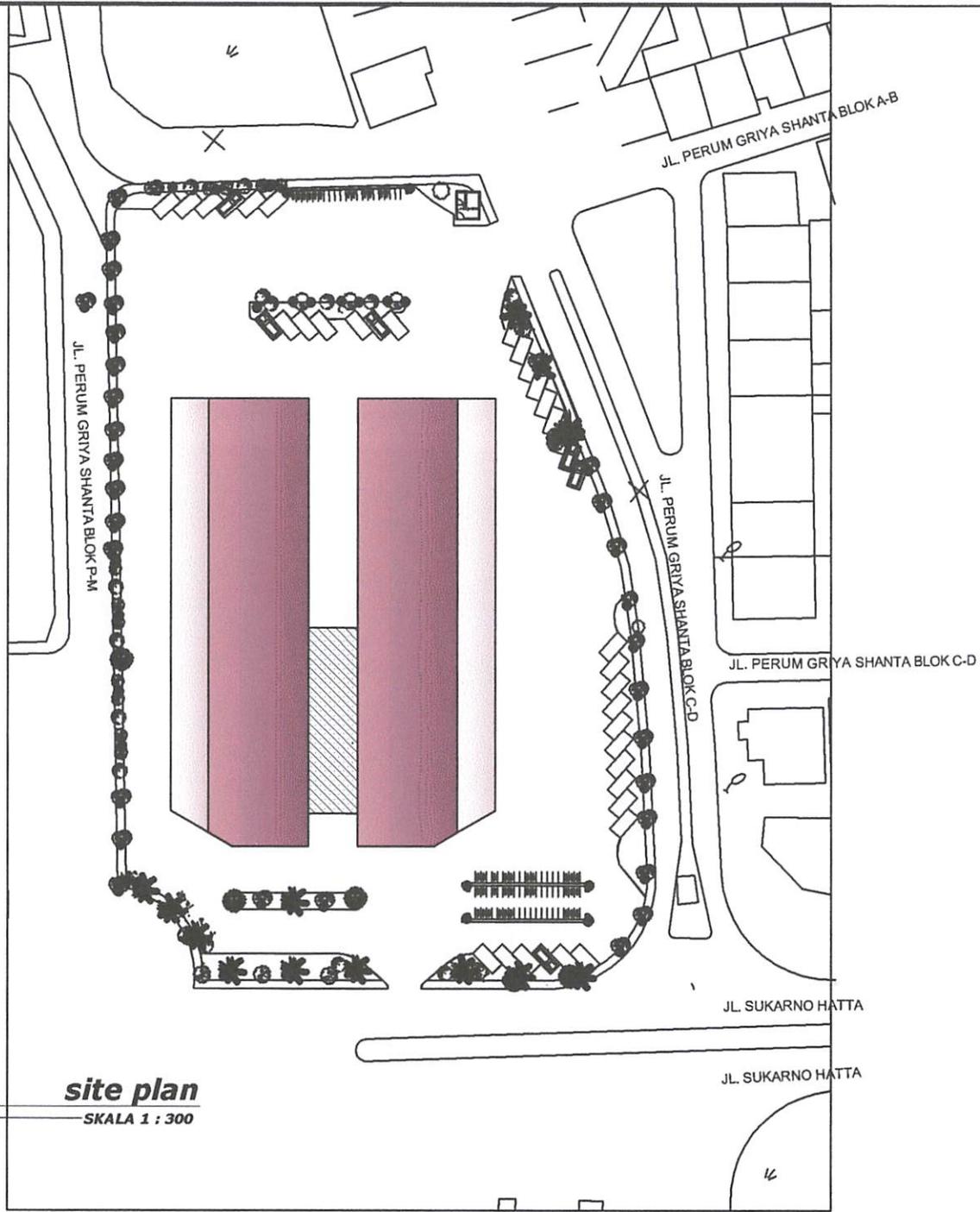
HASIL PERANCANGAN

IX.1 Gambar Tampak



IX.3 Gambar Perspektif





site plan
SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

site plan

SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

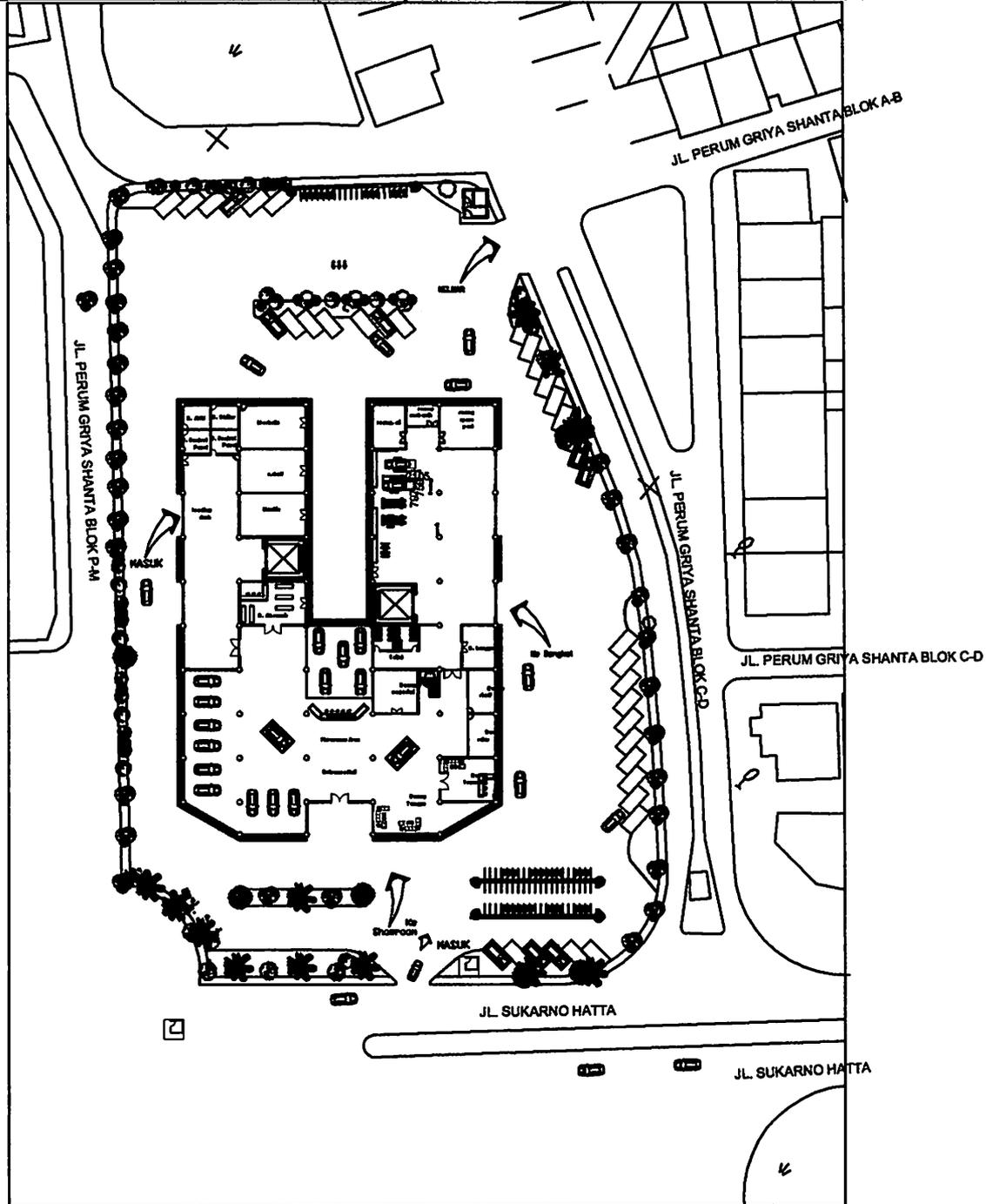
Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

Halaman

1



LAY OUT
 SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
 JURUSAN ARSITEKTUR
 FTSP ITN MALANG
 Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
 MALANG DENGAN
 TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
 05.22.059

JUDUL GAMBAR

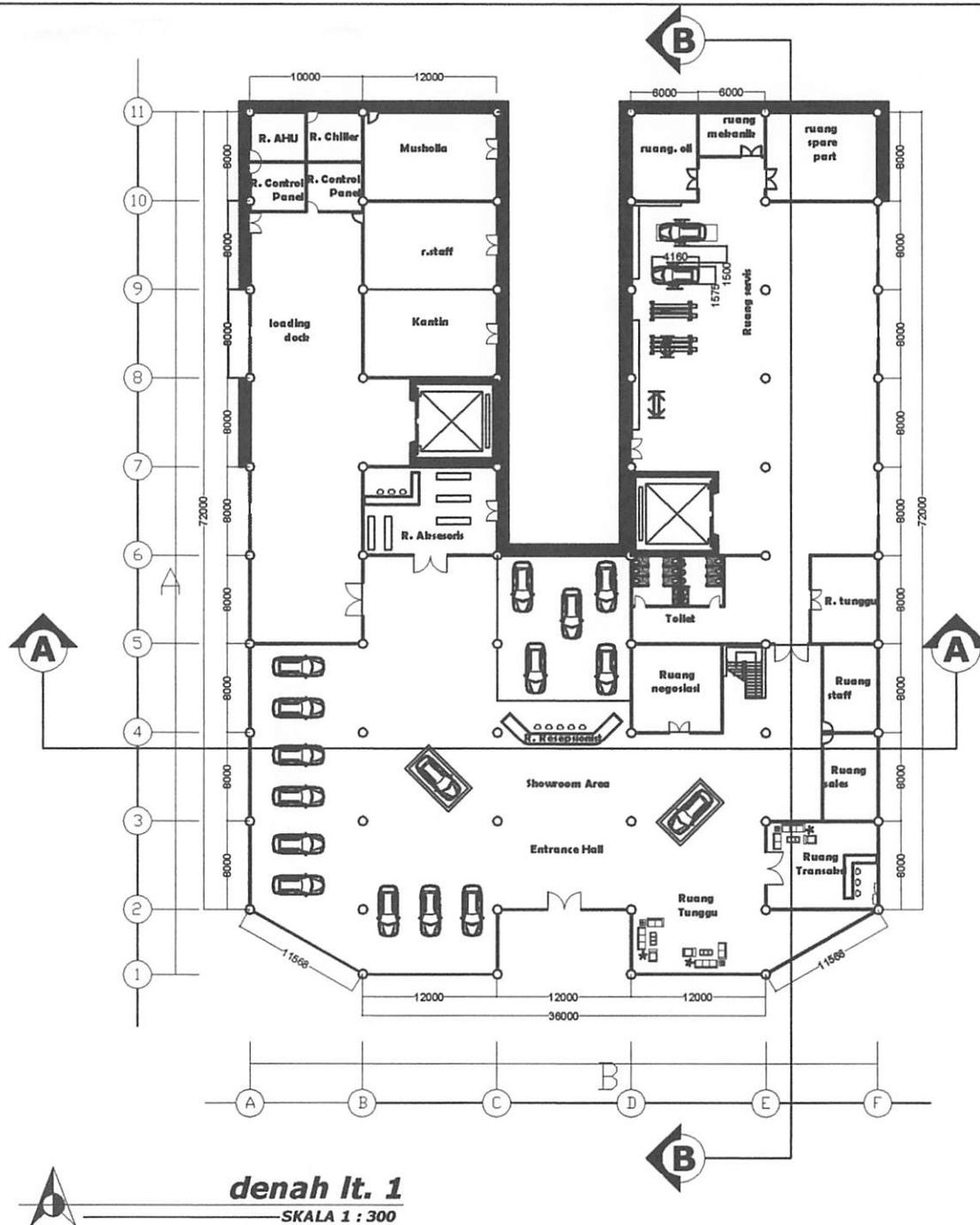
LAY OUT
 SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator	Halaman
	2



denah Lt. 1
SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

DENAH LT.1
SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

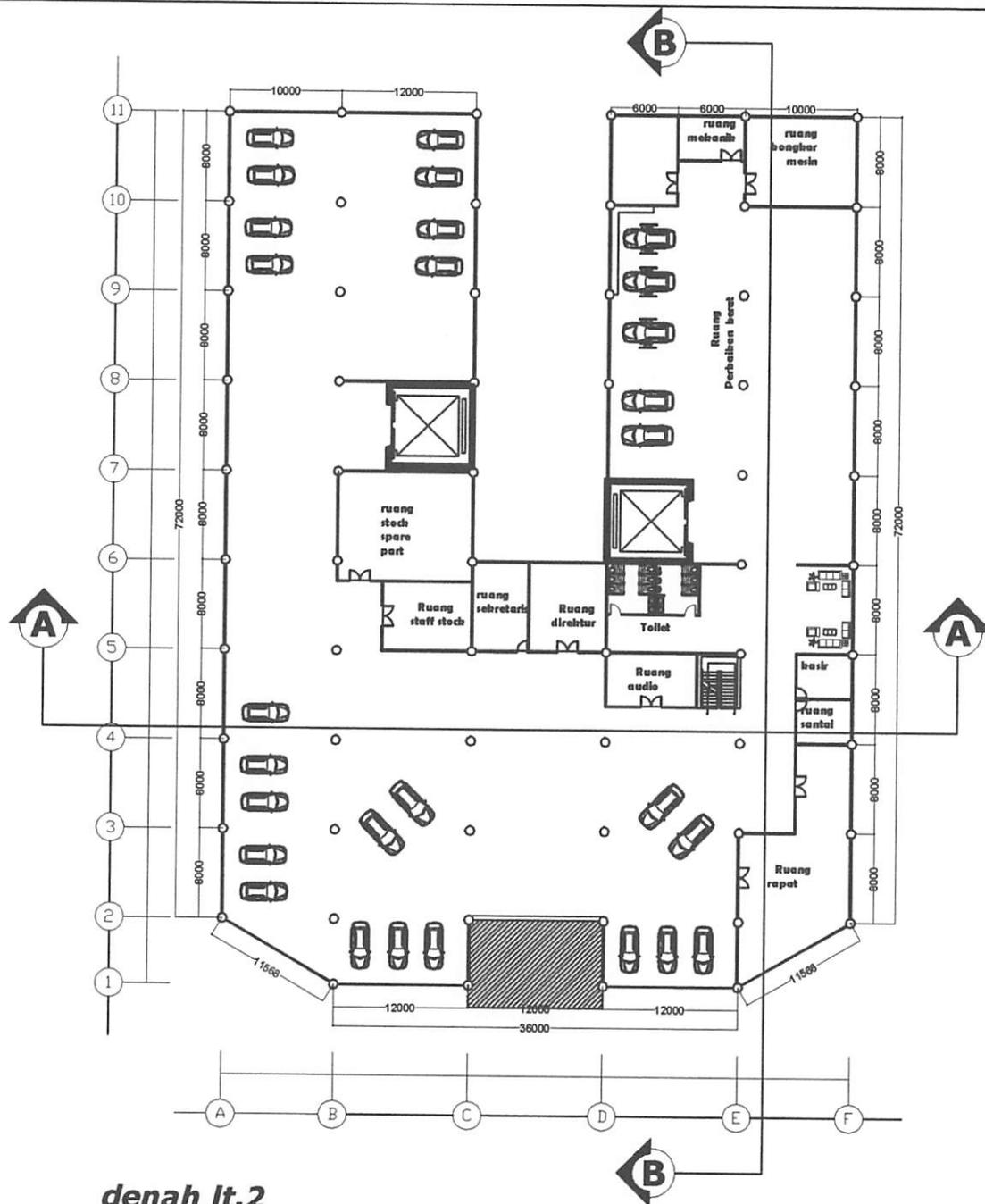
Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

Halaman

3



denah Lt.2
SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

DENAH LT.1

SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

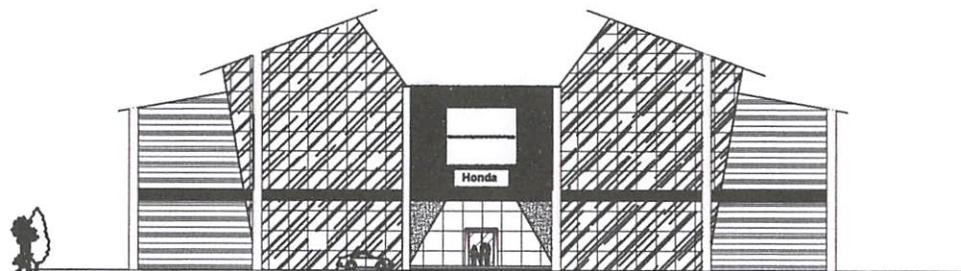
Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

Halaman

4



tampak depan
SKALA 1 : 300



tampak samping
SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

TAMPAK DEPAN & SAMPING
SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

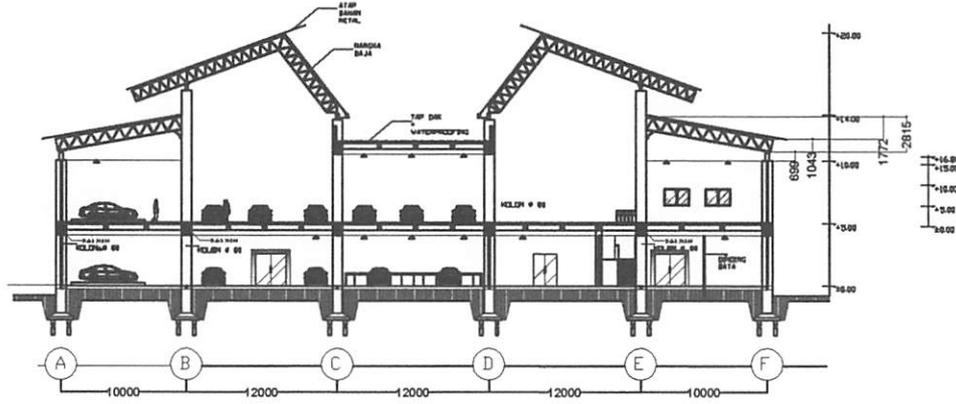
Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

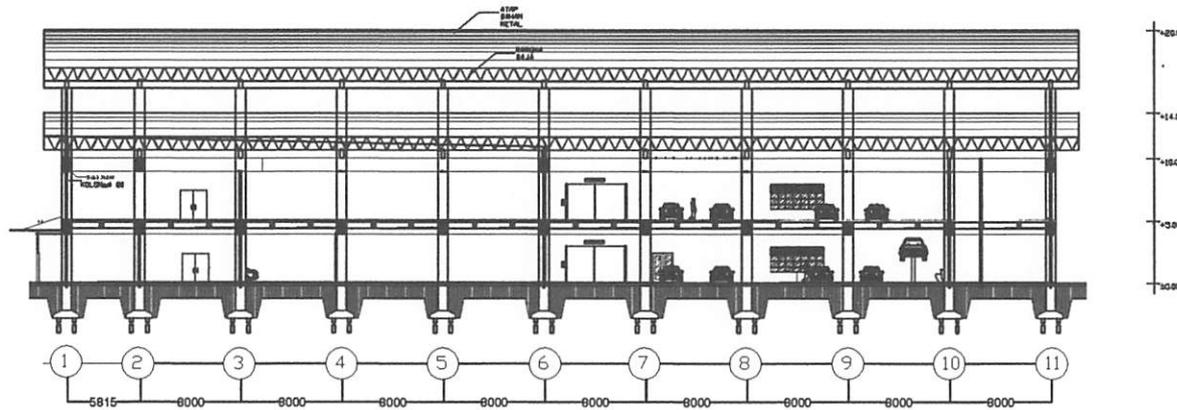
Koordinator

Halaman

5



potongan A-A
SKALA 1 : 300



potongan B-B
SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

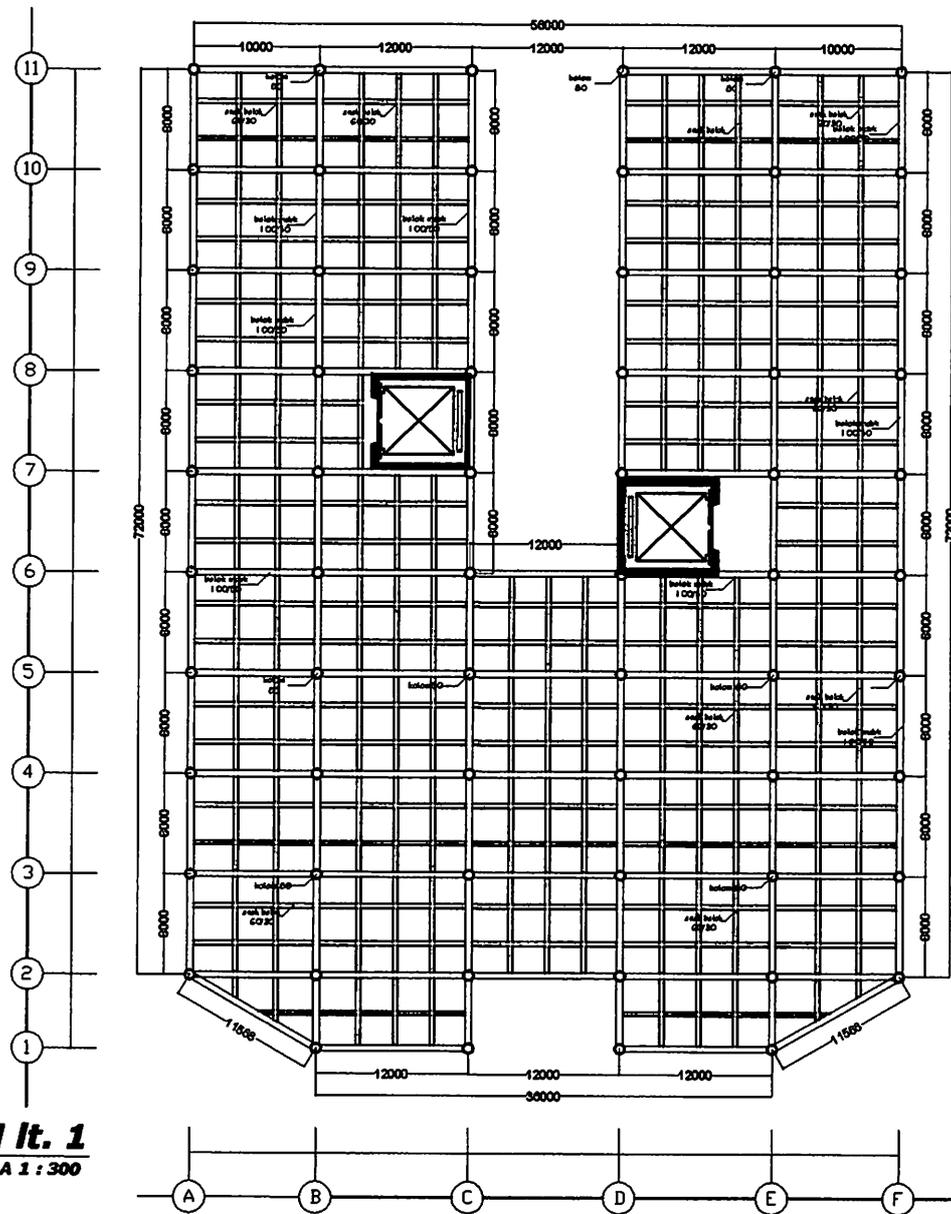
POTONGAN A-A
POTONGAN B - B

PENGESAHAN PEMBIMBING

Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

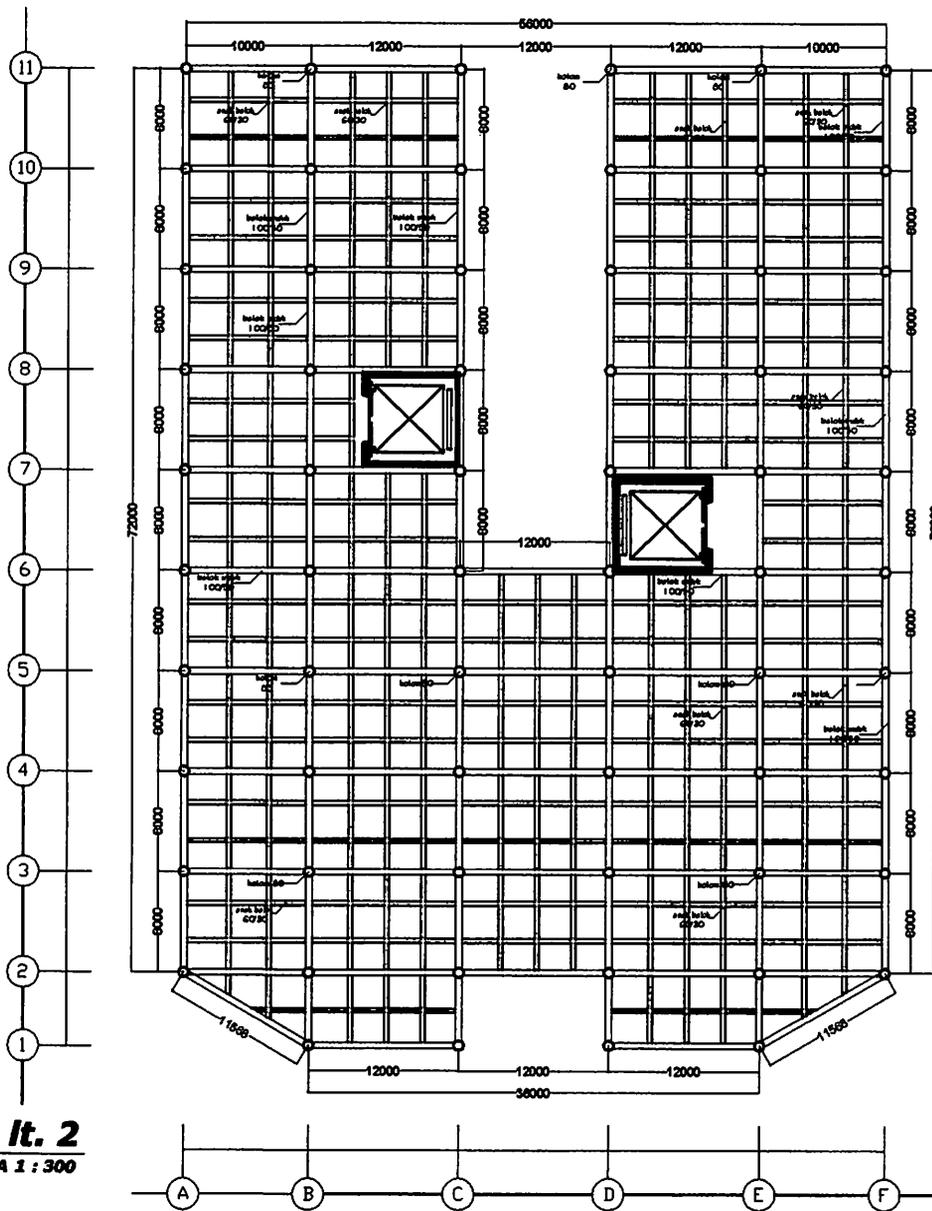
Koordinator Halaman



PEMBALOKAN It. 1
SKALA 1 : 300

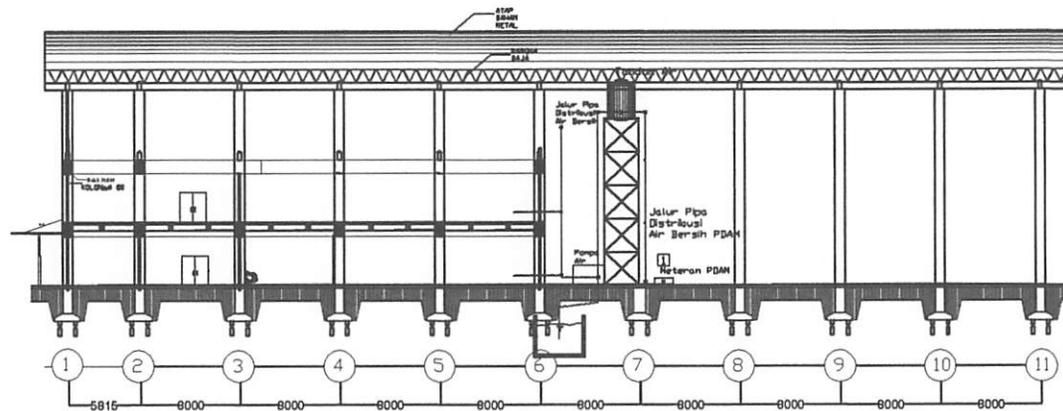
 SKRIPSI ARSITEKTUR JURUSAN ARSITEKTUR FTSP ITN MALANG Semester Genap 2010/2011	
PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG DENGAN TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS	
RAHMAD ANTON SUJARWO 05.22.059	
JUDUL GAMBAR	
RENCANA PEMBALOKAN L2.1 SKALA 1 : 300	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
Ir.Daim Triwahyono, MSA	
Deby Budi Susanti, ST.,MT.	
Koordinator	Halaman
	7

PRODUCED BY AN INDEPENDENT EDUCATIONAL PRODUCT



PEMBALOKAN It. 2
SKALA 1 : 300

SKRIPSI ARSITEKTUR JURUSAN ARSITEKTUR FTSP ITN MALANG Semester Genap 2010/2011	
PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG DENGAN TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS	
RAHMAD ANTON SUJARWO 05.22.059	
JUDUL GAMBAR	
PEMBALOKAN L4.2 SKALA 1 : 300	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
Ir.Daim Triwahyono, MSA	
Deby Budi Susanti, ST.,MT.	
Koordinator	Halaman
	8



rencana utilitas

SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
 JURUSAN ARSITEKTUR
 FTSP ITN MALANG
 Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
 MALANG DENGAN
 TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
 05.22.059

JUDUL GAMBAR

PENGESAHAN PEMBIMBING

Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

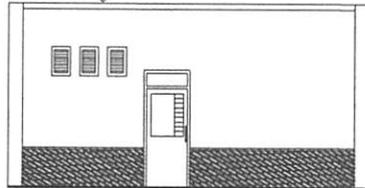
Halaman

9

BANGUNAN MEE

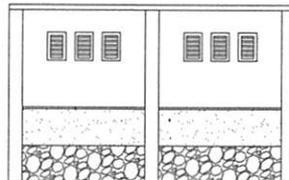


DENAH
SKALA 1:200



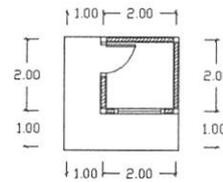
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:200

ATAP
SKALA 1:200

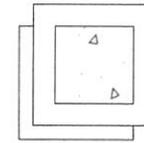


TAMPAK SAMPING KANAN
SKALA 1:200

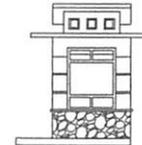
POS JAGA



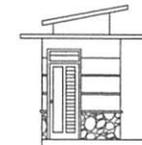
DENAH
SKALA 1:100



ATAP
SKALA 1:100



TAMPAK DEPAN
SKALA 1:100



TAMPAK SAMPING KIRI
SKALA 1:100



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

Detail Arsitektural

SKALA 1 : 300

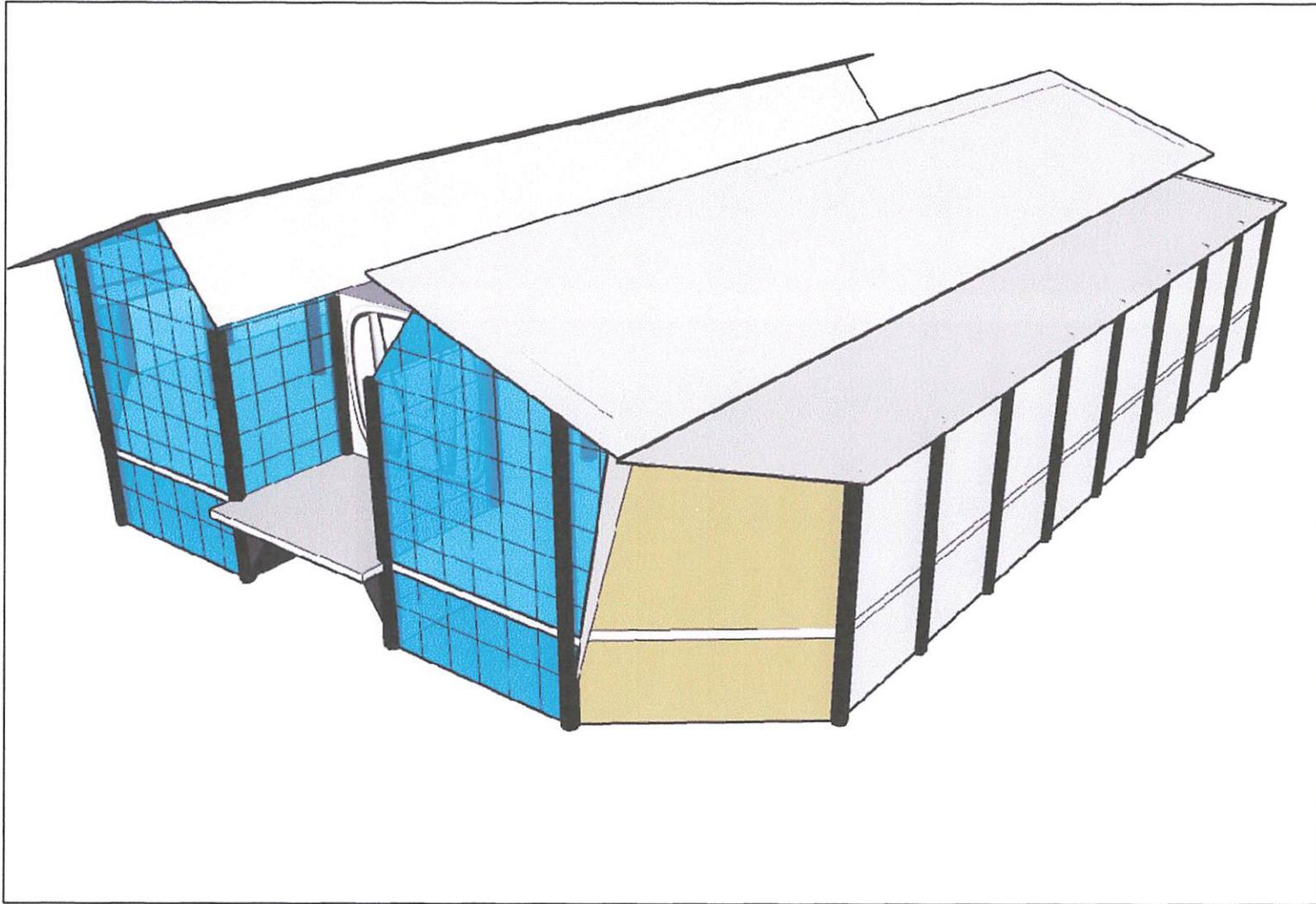
PENGESAHAN PEMBIMBING

Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

Halaman



PERSPEKTIF

SKALA 1 : 300



SKRIPSI ARSITEKTUR
JURUSAN ARSITEKTUR
FTSP ITN MALANG
Semester Genap 2010/2011

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI
MALANG DENGAN
TEMA ARSITEKTUR SIMBOLIS

RAHMAD ANTON SUJARWO
05.22.059

JUDUL GAMBAR

perspektif

SKALA 1 : 300

PENGESAHAN PEMBIMBING

Ir.Daim Triwahyono, MSA

Deby Budi Susanti, ST.,MT.

Koordinator

Halaman

DAFTAR PUSTAKA

1. www.yankodesign.com/2007/10/24/c42-car-showroom/
2. www.wallpaper.com/.../citron-showroom-paris/1849
3. blog.fl-2.com/?cat=6
4. www.dezeen.com/category/architecture-news/page/3/
5. bestofinteriordesign.blogspot.com/2009/07/sho...
6. www.tokohsimbolis.com
7. Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo. , *Peran, Kesan, dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*, Jakarta: Penerbit Djambatan, 1985..
8. Dipl. Ing. Suwondo B. Sutedjo. *Arsitektur, Manusia dan Pengamatnya*. Jakarta: Penerbit djambatan, 1986
9. [www. Arsitektur Simbolis « Indonesian Architecture & Art .com](http://www.ArsitekturSimbolis.com)
10. kutipan ir.soeranto. teori arsitektur 2.
11. jurnal universitas kristen petra. ,pusat modifikasi mobil mercedes benz-surabaya/2005
12. Kutipan tugas akhir ITN.graha mobil honda malang.1999
13. Kutipan tugas akhir ITN. , Pusat pelayana mobil Toyota.2002
14. Kutipan tugas akhir ITN. , Showroom mobil Mercedes benz di balik papan.2003.