

Skripsi Arsitektur

**Pusat Layanan Mobil Honda Di Malang
Tema Arsitektur Post-Modern**



Oleh :

Rully Syarifuddin

0522036

**PROGRAM STUDI TEKNIK ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG
2013**

CONFIDENTIAL

Approved for release by NSA on 08-28-2014 pursuant to E.O. 13526

SECRET
CONFIDENTIAL
SECRET

CONFIDENTIAL
UNCLASSIFIED
EXCLUDED FROM AUTOMATIC
DOWNGRADING AND
DECLASSIFICATION
SCHEDULE

Persetujuan Skripsi

Pusat Layanan Mobil Honda Di Malang Tema Arsitektur Post-Modern

Disusun dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Arsitektur S-1
Institut Teknologi Nasional Malang

Disusun oleh :

Rully Syarifuddin

0522036

Menyetujui :

Pembimbing I

Ir. Daim Triwahyono, MSA.
NIP. 195603241984031002

Pembimbing II

Ir. Yuni Setyo Pramono, MT
NIP. 196306091993021001



Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Arsitektur

Ir. Daim Triwahyono, MSA.
NIP. 195603241984031002

Penyusunan Skripsi

Tema Arsitektur Post-Modern
Post Modern Mobil Honda Di Malang

Di dalam dan Disiplin Sebagai Salah Satu Teknik Arsitektur
Gelar Sarjana Teknik Arsitektur S-1
Institut Teknologi Nasional Malang

17/03/2023

Kelompok II

03/2023

Arsitektur

Penyusunan II

Penyusunan I

NIP. 195603241981031002
Dr. Yuni Seto Pratiwi, M.Pd.

NIP. 195603241981031002
Dr. Diah Triandono, M.Pd.

Kelompok II Teknik Arsitektur

NIP. 195603241981031002
Dr. Diah Triandono, M.Pd.

Pengesahan Skripsi

Pusat Layanan Mobil Honda Di Malang Tema Arsitektur Post-Modern

Skripsi dipertahankan dihadapan Majelis Penguji Sidang Skripsi

Jenjang Strata Satu (S-1)

Pada hari : Sabtu

Tanggal : 13 Juli 2013

Diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Teknik

Disusun oleh :

Rully Syarifuddin

0522036

Disahkan oleh :

Penguji I



Ir. Bambang J.W.U., MT.
NIP. 196111071993031002

Penguji II



Ir. Suryo Tri Harjanto, MT
NIP.Y. 1039600294

Ketua,



Ir. Daim Triwahyono, MSA.
NIP. 195603241984031002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Rully Syarifuddin**

NIM : **0522036**

Program Studi : **Teknik Arsitektur**

Fakultas : **Teknik Sipil dan Perencanaan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,

Skripsi saya dengan judul :

Pusat Layanan Mobil Honda Di Malang Tema Arsitektur Post-Modern

Adalah hasil karya sendiri, bukan merupakan duplikasi serta tidak mengutip atau menyadur dari hasil karya orang lain, kecuali disebutkan sumbernya.

Malang, 13 Juli 2013
Yang membuat pernyataan



(**Rully Syarifuddin**)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan hidayah-Nya serta sholawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga atas izin dan berkah-Nya penyusunan laporan skripsi dengan judul **PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG DENGAN TEMA ARSITEKTUR POST-MODERN** dapat terselesaikan dengan baik.

Perancangan ini dilakukan untuk menghadirkan sebuah fasilitas ruang pameran mobil dan perbengkelan dengan penggunaan standart Honda yang dapat memperkuat citra bangunan sebagai pusat pelayanan mobil merk Honda.

Penyusunan laporan ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi tugas dan syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana teknik pada Institut Teknologi Nasional Malang.

Menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan yang telah diberikan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penyusun dengan segenap hati menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Daim Triwahyono, MSA selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Institut Teknologi Nasional Malang dan sebagai dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing, perhatian dan memberikan arahan yang sangat besar manfaatnya.
2. Bapak Ir. Yuni Setyo Pramono, MT selaku Sekretaris Jurusan Teknik Arsitektur Institut Teknologi Nasional Malang dan sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak emmberikan masukan dan arahan yang sangat berguna dalam proses bimbingan.
3. Ibu Ir. Ertin Lestari, MT Selaku Koordinator Studio Skripsi Teknik Arsitektur Institut Teknologi Nasional Malang.
4. Bapak Ir. Bambang Joko Wiji Utomo, MT selaku dosen penguji I
5. Bapak Ir. Suryo Tri Harjanto, MT selaku dosen penguji II
6. Bapak/Ibu dosen Institut Teknologi Nasional Malang khususnya Jurusan Teknik Arsitektur atas bimbingan dan pengajaran yang telah di berikan

Juga kami sampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya khususnya kepada:

1. Keluarga tercinta Bapak, Ibu, dan adik-adikku yang telah memberikan perhatian, kasih sayang, doa restu, motivasi, serta dorongan baik berupa materiil maupun non materiil.
2. Rekan-rekan mahasiswa dan sahabat-sahabat khususnya studio skripsi 2A, EA 3868 L, FSA khususnya yang telah banyak menyumbangkan tenaga, pikiran serta motivasi sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
3. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu disini

Semoga ALLAH SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan moriil dalam rangka menyelesaikan sripsi ini.

Kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan demi penyusunan yang lebih baik. Dan semoga hasil yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya bidang arsitektur, dan bagi semua pihak yang berkepentingan.

Malang, Agustus 2013

Penyusun

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

TEMA

ARSITEKTUR POST-MODERN

Rully Syarifuddin

(Jurusan Teknik Arsitektur, FTSP – ITN Malang)

A B S T R A K S I

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 dll. 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

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

Selain dari studi banding Showroom dan bangunan-bangunan pelayanan mobil yang ada, landasan teori yang di gunakan adalah literature yang sangat mendukung dari objek itu sendiri (*Pusat Layann Mobil*) maupun dari segi tematik (*Post-Modern*) yang berawal dari asal mula hingga melalui perkembangan yang ada hingga saat ini. Di harapkan keterkaitan pda rancangan yang di hasilkan pada Pusat Layanan Mobil Honda Di Malang dengan Tema Arsitektur Post-Modern dapat saling terkait erat.

Maksud dari perancangan ini adalah untuk dapat menghasilkan sebuah rancangan Pusat Layanan Mobil Honda yang atraktif, inovatif dan komunikatif 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 Layanan Mobil Honda* ini pun di tuntut untuk dapat memenangkan persaingan dalam hal menarik perhatian public dan memperluas jaringan konsumen diantara banyaknya Showroom-Showroom yang telah ada.

Diharapkan *Pusat Layanan Mobil Honda* ini dapat menggebrak dunia komersial Showroom Indonesia dengan terobosan-terobosan desainnya yang inovatif, khususnya di kota malang

Kata Kunci : *Showroom, Arsitektur Post-Modern, Pusat layanan Mobil Honda,*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.1.1 Perkembangan Otomatif Di Indonesia	2
I.1.2 Perkembangan Otomotif Di Malang	5
I.2 Batasan	8
I.3 Permasalahan	9
I.4 Tujuan dan Sasaran	9
I.4.1 Tujuan.....	9
I.4.2 Sasaran.....	10
BAB II : KAJIAN TEMA	11
II.1 Arsitektur Post-Modern.....	11
II.1.1 Pengertian Post-Modern	11
II.1.2 Perngertian Arsitektur Post-Modern	11
II.1.3 Hybrid Style Dalam Post-Modern.....	12
II.1.4 Ciri-Ciri Khusus Post-Modern.....	12
II.1.5 Contoh_contoh Arsitektur Post-Modern	16
II.1.6 Metode/Cara Berarsitektur	24
II.1.7 Fungsi/Aktifitas dan Bentuk.....	28
BAB III : TINJAUAN OBJEK.....	30
III.1 Pemahaman Judul	30
III.2 Filosofi Honda.....	31
III.3 Studi Banding.....	37

BAB IV : TINJAUAN LOKASI.....	49
IV.1 Gambaran lokasi.....	49
IV.2 Lokasi	51
IV.3 Luas Site	52
IV.4 Batas Site	54
BAB V : ANALISI	55
V.1 Analisi Bentuk	55
V.1.1 Wujud.....	55
V.1.2 Tekstur dan Warna.....	55
V.1.3 Ornamen.....	57
V.1.4 Kajian Bentuk.....	57
V.2 Analisa Ruang.....	59
V.3 Studi Ruang	60
V.4 Analisa Tapak.....	65
V.4.1 Pendaerahan Site	65
V.4.2 Analisa Pencapaian.....	67
V.4.3 Analisa Vegetasi.....	69
V.4.4 Analisa View to Site.....	70
V.4.5 Sirkulasi Dalam Tapak.....	71
BAB VI : PROGRAMIG	72
VI.1 Diagram Pemikiran.....	72
VI.1.1 Diagram Susunan Organisasi.....	73
VI.2 Aktivitas Pengunjung	74
VI.2.1 Aktivitas Pengelola.....	76
VI.2.2 Pengelompokan Ruang.....	79
VI.2.3 Besaran Ruang	80
BAB VII : KONSEP	84
VII.1 Bentuk	84

VII.1.1 Fungsi	85
VII.1.2 Konsep Ruang.....	85
VII.2 Struktur	90
VII.3 Utilitas	91
BAB VIII: PRADESAIN	94
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Michael Graves	17
Gambar 2.2	Team Disney Building, Burbang - California.....	17
Gambar 2.3	Tampak Depan Team Disney Building, Burbang - California	18
Gambar 2.4	Team Disney Building, Burbang - California.....	18
Gambar 2.5	Tampak Belakang Team Disney Building, Burbang - California .	19
Gambar 2.6	Tampak Belakang Team Disney Building, Burbang - California .	19
Gambar 2.7	Castalia Ministry Health.....	20
Gambar 2.8	Tampak Depan Castalia Ministry Health	20
Gambar 2.9	Tampak Samping Castalia Ministry Health.....	21
Gambar 2.10	Robert Venturi	21
Gambar 2.11	Sainsbury Wing National Gallery, London	21
Gambar 2.12	Tampak Samping Sainsbury Wing National Gallery.....	22
Gambar 2.13	Vanna Venturi House Robert Venturi.....	23
Gambar 2.14	Skema Kerangka Konseptual Postmodernisme	24
Gambar 3.1	Suichiro Honda, Honda Motor Company.....	31
Gambar 3.2	Honda Daan Mogot, Jakarta	37
Gambar 3.3	Ruang Komputerisasi	37
Gambar 3.4	Mekanik Bengkel Honda.....	38
Gambar 3.5	Costumer Lounge.....	38
Gambar 3.6	Peralatan Bengkel	39
Gambar 3.7	Spooring	39
Gambar 3.8	Perawatan Ganti Oli	40
Gambar 3.9	With Computerized Stock System For Reliable Service.....	40
Gambar 3.10	Honda Fatmawati, Jaksel.....	40
Gambar 3.11	Showroom.....	41
Gambar 3.12	Sales Division	41
Gambar 3.13	Ruang Tunggu.....	41

Gambar 3.14	Kantin	41
Gambar 3.15	All New Honda Jazz.....	42
Gambar 3.16	Honda Civic Vti-S Manual	43
Gambar 3.17	All New Accord	44
Gambar 3.18	All New City i-DSI Manual.....	46
Gambar 3.19	New CR V	47
Gambar 3.20	Honda Freed.....	48
Gambar 4.1	Site	52
Gambar 4.2	Batas Site	54
Gambar 5.1	Jarak Ideal Pengamat Dengan Mobil	60
Gambar 5.2	Jarak Ideal Pengamat Dengan Mobil	61
Gambar 5.3	Besaran Ruang Lift Mobil	61
Gambar 5.4	Jarak Antara Stall	62
Gambar 5.5	Pencucian Mobil	62
Gambar 5.6	Pemanfaatan Site.....	65
Gambar 5.7	Pencapaian Site	67
Gambar 5.8	Sirkulasi Site	68
Gambar 5.9	Vegetasi	69
Gambar 5.10	View To Site	70
Gambar 6.1	Pola Pemikiran.....	72
Gambar 6.2	Diagram Susunan Organisasi (Pengelola).....	73
Gambar 6.3	Diagram Susunan Organisasi (Perbengkelan)	73
Gambar 6.4	Ruang Pamer Mobil	74
Gambar 6.5	Mobil Yang Telah Disepakati.....	74
Gambar 6.6	Toko Aksesoris/Spareparts	75
Gambar 6.7	Ruang Service Mobil/Bengkel.....	75
Gambar 6.8	Kantor Pengelola.....	76
Gambar 6.9	Mekanik.....	76

Gambar 6.10	Kegiatan Bagian Perawatan Mobil	76
Gambar 6.11	Kegiatan Service	77
Gambar 6.12	Kegiatan Perbaikan Bodi Mobil.....	77
Gambar 6.13	Aksesoris Mobil.....	78
Gambar 6.14	Suku Cadang/Spareparts.....	78
Gambar 6.15	Gudang Stock Mobil	78
Gambar 7.1	Jarak Ideal Pengamat Dengan Mobil	86
Gambar 7.2	Jarak Ideal Pengamat Dengan Mobil	87
Gambar 7.3	Stall Perbaikan/Service Besar.....	87
Gambar 7.4	Ruang Cuci Mobil	88
Gambar 7.5	Upper Struktur	90
Gambar 7.6	Main Struktur	90
Gambar 7.7	Sub Struktur	90
Gambar 7.8	Distribusi Air	92
Gambar 7.9	Pengolahan Limbah.....	92
Gambar 7.10	Distribusi Listrik.....	93
Gambar 8.1	Proses Analisa Tapak	94
Gambar 8.2	Proses Analisa Bentuk.....	95
Gambar 8.3	Proses Penzonningan.....	96
Gambar 8.4	Denah	97
Gambar 8.5	Tampak dan Potongan.....	98
Gambar 8.6	Site Plan.....	99
Gambar 8.7	Lay Out Plan	100

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Spec All New Honda Jazz	42
Tabel 3.2	Spec Honda Civic Vti-S Manual.....	43
Tabel 3.3	Spec All New Accord.....	44
Tabel 3.4	Spec All New City i-DSI Manual	46
Tabel 3.5	Spec New CR V	47
Tabel 5.1	Kesan Yang Ditimbulkan Oleh Tekstur	55
Tabel 5.2	Kesan Yang Ditimbulkan Oleh Warna.....	56
Tabel 5.3	Hubungan Ruang.....	59
Tabel 6.1	Ruang Pengelola	80
Tabel 6.2	Ruang Showroom.....	80
Tabel 6.3	Ruang Bengkel Suku Cadang dan Aksesoris.....	81
Tabel 6.4	Ruang Penunjang	81
Tabel 6.5	Ruang Utilitas Bangunan.....	82
Tabel 6.6	Besaran Ruang Keseluruhan.....	82
Tabel 6.7	Radius Putaran Mobil.....	83

BAB I

PENDAHULUAN



I.1 Latar Belakang

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 dll. 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

BAB I PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai banyak potensi yang belum dimanfaatkan dengan baik. Salah satu potensi yang belum dimanfaatkan adalah tenaga kerja yang banyak jumlahnya. Potensi ini akan terbuang sia-sia jika tenaga kerja yang ada tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja yang ada. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja adalah dengan meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui pendidikan dan pelatihan.

Salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan adalah dengan meningkatkan kualitas tenaga pengajar. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pengajar melalui pendidikan dan pelatihan.

Salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan adalah dengan meningkatkan kualitas tenaga pengajar. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pengajar melalui pendidikan dan pelatihan.

Salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan adalah dengan meningkatkan kualitas tenaga pengajar. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pengajar melalui pendidikan dan pelatihan.

purpose vehicle (MPV) sejenis kijang dan *sport utility vehicle* (SUV) (Suara merdeka, 2005)

Berdasarkan uraian di atas dimana pertumbuhan pasar otomotif di Indonesia khususnya kendaraan roda empat sangat pesat sekali, sehingga kebutuhan menghadirkan sebuah bangunan showroom mobil.

Showroom secara umum merupakan sebuah wadah atau tempat yang meliputi kegiatan (penjualan, promosi, informasi) dan memodifikasi.

Showroom yang atraktif berfungsi atau bersifat mempunyai daya tarik dan menyenangkan. Suasana yang atraktif ditujukan dengan adanya bentuk atau penampilan bangunan dan ruang. Keputusan mengenai bentuk berkaitan dengan skala, proporsi, irama, tekstur, dan warna. Semua ini dapat mengubah suasana ruang menjadi berkesan dinamis, bebas dan lain sebagainya.

I.1.1 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 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 mengkompensasikannya 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 diasiasi 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) ¹.

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.

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.

¹ Suara Merdeka; 27 Januari 2005.

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.

I.1.2 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 irit ². 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.1.3 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 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.

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 post-modern pada perancangan pusat pelayanan mobil Honda di Malang.

² Otomotif; Lampung Post; Sabtu, 27 September 2008.

Arsitektur post-modern 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 post-modern yang ditonjolkan adalah elemen 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 post-modern oleh Michael Graves dianggap dapat mewakili tema arsitektur post-modern dalam perancangan pusat pelayanan mobil Honda ini. Pada dasarnya Post-Modern merupakan reaksi (anti-thesis) dari Modernisme (thesis) yang sudah berjalan sangat lama. Arsitektur Neo-Historisme Michael Graves menjadi terkenal berkat bentuk arsitekturalnya yang prima.

Konsep Graves 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, post-

modern Michael Graves dapat diterapkan pada perancangan bangunan komersial dalam bidang komersial.

Diharapkan dari penerapan teori dan konsep Michael Graves 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 Neo-Historisme 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 *postmo*, 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.

I.2 Batasan

- Pelayanan dan fasilitas yang disediakan dikhususkan bagi kendaraan merk Honda yang mencakup: *showroom* dan bengkel beserta fasilitas penunjang bagi kegiatan pemasaran, perawatan, perbaikan, pemodifikasian serta penyediaan suku cadang dan aksesoris.
- Menghadirkan imej serta kesan “*POSTMO*” dan “*HONDA*” yang komunikatif pada bangunan.
- Tema yang diangkat untuk perancangan *pusat layanan mobil Honda* adalah Arsitektur *postmo* Dimana salah satu teori yang diangkat adalah teori arsitektur metafor Michael Graves.

I.3 Permasalahan

Permasalahan secara umum :

Perlunya wadah untuk tempat kegiatan pelayanan jual beli kendaraan khususnya mobil baru, sebagai salah satu tujuan untuk meningkatkan pasar otomotif di kota Malang.

Permasalahan secara arsitektural :

- Se jauh mana arsitektur Post-Modern mampu menyelesaikan permasalahan rencana rancangan Pusat Pelayanan Mobil Honda sesuai dengan imej atau karakteristik Honda itu sendiri.
- Merencanakan dan merancang bangunan dan ruang sesuai dengan fungsi yang berbeda.
- Merencanakan sirkulasi yang ada, baik di dalam maupun di luar bangunan.
- Merencanakan dan merancang bangunan yang dapat meningkatkan kualitas lingkungan dimana Pusat Pelayanan Mobil Honda berada.
- Merancang Pusat Pelayanan Mobil Honda yang atraktif dan inovatif sebagai pembentuk citra bangunan komersial yang berbeda dari showroom-showroom mobil yang sudah ada di kota Malang.

I.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

I.4.1 Tujuan

Operasional:

Sebagai sebuah bangunan komersil yang mampu memberikan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh HONDA yang pada akhirnya mampu memberikan keuntungan kepada pengelola dalam hal ini Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) Honda.

Fungsional:

Sebagai bangunan yang dapat mewadahi seluruh aktivitas sesuai dengan fungsinya, antara lain:

1. Sarana promosi dan informasi produk (mobil) baru HONDA.
2. Sarana transaksi jual beli mobil baru.
3. Pelayanan jasa (perbaikan/servis, penyediaan spare part dan aksesoris mobil HONDA)

Khusus:

Menghadirkan bangunan “Pusat Pelayanan Mobil Honda di Malang” yang memenuhi tuntutan masyarakat di bidang otomotif khususnya mobil-mobil produksi HONDA

I.4.2 Sasaran

- Menghadirkan sebuah rancangan Pusat Pelayanan Mobil Honda di Malang dengan tema Arsitektur Post-Modern Michael Graves dengan konsep metafor dari salassatu produk kendaraan honda yang banyak dikenal oleh masyarakat yaitu mobil jazz sehingga dapat menghasilkan suatu rancangan bangunan komersial yang sangat komunikatif.
- Memberi kenyamanan pelayanan terhadap pengunjung dan merancang bentuk ruang dan bentuk bangunan yang mencerminkan: penonjolan aktifitas; kegiatan komersial pelayanan; hubungan visual yang komunikatif; bentuk yang memiliki identitas dan karakter khusus, unik dan memoriabel.

BAB II

KAJIAN TEMA

II.1. ARSITEKTUR POST- MODERN

II.1.1. PENGERTIAN POST- MODERN

Post Modern bila diartikan secara harafiah kata-katanya terdiri atas 'Post' yang artinya masa sesudah dan 'Modern' yang artinya Era Modern maka dapat disimpulkan bahwa Post Modern adalah masa sesudah era Modern (era diatas tahun 1960an).

Post Modernism sendiri merupakan suatu aliran baru yang menentang segala sesuatu kesempurnaan dari Modernism, bahkan tak jarang menentang aturan yang ada dan mencampurkan berbagai macam gaya . Post Modernisme tidak hanya di bidang arsitektur tetapi meliputi segala bidang kehidupan seperti sosial, politik, dan budaya.

II.1.2. PENGERTIAN ARSITEKTUR POST- MODERN

Bila Post Modern berarti masa sesudah era Arsitektur Modern maka penegrtian dari Arsitektur Post Modern adalah Arsitektur yang berkembang setelah era Arsitektur Modern dimana aliran arsitektur yang baru ini mempunyai tujuan menolak , menyempurnakan , dan mengkoreksi terhadap kesalahan yang telah terjadi pada Arsitektur Modern di masa yang sebelumnya.

Beberapa teori yang mendasari Arsitektur Post Modern antara lain :

1. Theory in Arch, umumnya mengamati aspek-aspek formal, tektonik, structural, dan prinsip-prinsip estetik yang melandasi gubahan arsitektur itu sendiri, juga meliputi prinsip-prinsip teoritis dan praktis yang penting bagi pencipta desain bangunan yang baik . Teori ini cenderung bersifat deskriptif, superficial, dan perseptif .
2. Theory of Arch, umumnya berusaha menjelaskan bagaimana para arsitek mengembangkan prinsip-prinsip dan menggunakan pengetahuan, teknik dan sumber-sumber dalam proses.
3. Theory about Arch, umumnya bertujuan menjelaskan makna dan pengaruh arsitektur dalam konteks budayanya yang memahami bagaimana arsitektur

digunakan dan diterima oleh masyarakat. Dengan kata lain teori ini berusaha menjelaskan bagaimana arsitektur itu berfungsi, dipahami, dan diproduksi secara sosial dan budaya.

II.1.3. Hybrid Style Dalam Post-Modern

- Arsitektur Post-Modern adalah pencampuran antara tradisional dengan non-tradisional. perpaduan antara lama dan baru.
- Arsitektur Post-Modern mempunyai *style* yang *hybrid* (perpaduan dua unsur) dan bermuka ganda atau sering disebut sebagai *double coding*.
- Dualisme lain yang dihadapi adalah memadukan antara *Elitisme* (golongan elit/minoritas) dengan *Populisme* (masyarakat umum), dimana kebutuhan keduanya harus dapat dipenuhi.

II.1.4. CIRI-CIRI KHUSUS ARSITEKTUR POSTMODERN⁷

Dalam pembahasan arsitektur post-modern, ciri-ciri yang dimaksud dalam arsitektur post-modern menurut Charles Jencks memberikan daftar ciri-ciri khusus sebagai berikut :

A. IDEOLOGI (*Ideological*)

Suatu konsep bersistem yang menjadi azas pendapat untuk memberikan arah dan tujuan, jadi ideological adalah konsep yang memberikan arah agar pemahaman arsitektur postmodern biar lebih terarah dan sistematis.

a. Double Coding of Style

Bangunan postmodern adalah bangunan yang memiliki dua gaya (*style*) yaitu memadukan arsitektur modern dengan arsitektur lainnya, misal :

1. Revivalist – Metaphorical
2. Local – Kontekstual
3. Commercial

b. Popular and Pluralistic

⁷ Ikhwanudin, *Menggali Pemikiran Posmodernisme dalam Arsitektur*

Ide/gagasan yang umum serta bersifat lebih umum dan tidak terikat dengan kaidah-kaidah tertentu, tetapi memiliki fleksibilitas yang beragam. Hal ini lebih baik daripada gagasan tunggal.

c. Semiotic Form

Penampilan bangunan lebih mudah difahami, karena bentuk-bentuk yang vertical yang menyiratkan makna-makna tertentu.

d. Tradition and Choice

Merupakan hak-hak yang tradisional dan penerapannya secara terpilih atau disesuaikan dengan maksud dan tujuan perancang.

e. Artist / Client

Mengandung dua hal pokok yaitu bersifat seni (intern) dan bersifat umum (ekstern). Yang menjadi tuntutan perancangan sehingga mudah dipahami secara umum.

f. Elistist and participative

Lebih menonjolkan suatu kebersamaan serta mengurangi sikap borjuis seperti dalam arsitektur modern.

g. Piecemeal

Penerapan unsure-unsur dasar, secara sub-sub saja/ tidak menyeluruh. Unsur-unsur dasar seperti: History, Bvernacular, Lokasi / Lokal dll.

h. Architect, as representative and activist

Arsitek berlaku sebagai wakil penerjemah perancangan dan secara aktif berperan serta dalam perancangan.

B. GAYA (*Stylistik*)

Pengertian gaya dalam arsitektur post modern adalah suatu pemahaman bentuk, cara, rupa, dsb, yang khusus mengenai arsitektur post modern.

a. Hybrid Expression.

Penampilan hasil gabungan antara unsur-unsur modern dengan :

Vernacular	–	Revivalist
Local	–	Commercial
Metaphorical	–	Contextual



b. Complexity.

Hasil pengembangan ideology dan ciri-ciri post modern yang mempengaruhi perancangan dasar sehingga menampilkan rancangan yang bersifat kompleks. Disini pengamat diajak mengamati, menikmati dan mendalami secara seksama.

c. Variable Space with surprise

Perubahan nilai ruang yang tercipta akibat adanya kejutan-kejutan, misalnya : warna, detail elemen arsitektur, suasana interior, dll.

d. Conventional and abstract form

Kebanyakan penampilan bentuk yang konvensional dan bentuk yang rumit / popular, sehingga mudah ditangkap artinya.

e. Eclectic

Campuran langgam yang saling berintergrasi secara kontinyu untuk menciptakan unity.

f. Semiotic

Arti yang hendak ditampilkan secara fungsi.

g. Variable mixed aesthetic depending on context, expression on content and semantic - appropriateness toward function

Gabungan unsure estetis dan fungsi-fungsi estetis serta tidak mengacaukan fungsi.

h. Pro Organic and applied ornament

Mencerminkan kedinamisan sesuatu yang hidup dan kaya ornamen.

i. Pro Representation

Menampilkan cirri-ciri yang gamblang sehingga dapat memperjelas arti dan fungsi.

j. Pro Metaphor

Hasil pengisian bentuk-bentuk tertentu yang diterapkan pada desain bangunan sehingga orang lebih menangkap arti dan fungsi bangunan.

k. Pro Hestorical reference

Menampilkan nilai-nilai histories pada setiap rancangan yang menegaskan cirri bangunan.

l. Pro Humor

Mengandung nilai humoris sehingga pengamat diajak untuk lebih menikmatinya.

m. Pro Symbolic

Menyiratkan symbol-simbol yang mempermudah arti dan yang dikehendaki perancang.

C. IDE – IDE RANCANGAN (*Design Ideas*)

Pengertian tentang ide-ide desain dalam arsitektur postmodern adalah suatu gagasan perancangan yang mendasari arsitektur postmodern

a. Contextual Urbanism and Rehabilitation

Kebutuhan akan suatu fasilitas yang berkaitan dengan suatu lingkungan urban

b. Functional Mixing

Gabungan beberapa fungsi yang menjadi tuntutan dalam perancangan

c. Mannerist and Baroque

Kecenderungan untuk menonjolkan diri

d. All Phetorical Means

Semua bentuk-bentuk perancangan yang memilki arti

e. Skew Space and Extensions

Pengembangan rancangan yang asymetris – dinamis

f. Street Building

g. Ambiquity

Menampilkan ciri-ciri yang men ‘dua’ , berbeda tetapi masih unity dalam fungsi

h. Trends to Asymetrical Symetry

Menampilkan bentuk-bentuk yang berkesan asymetris tetapi yang seimbang

i. Collage / Collision

II.1.5. CONTOH - CONTOH ARSITEKTUR POSTMODERN

Karya-karya rancangan **Michael Graves**

CIRI – CIRI RANCANGAN MICHAEL GRAVES

1. Banyak dipengaruhi bentukan dari arsitektur klasik.
2. Memiliki inti Bangunan.
3. Bersifat natural dan serasi dengan alam.
4. Memasukkan unsur-unsur simbolis yang di ambil dari kultur masyarakat pada beberapa desain.
5. Menggunakan Deep Colour.



Gambar 2.1. Michael Graves

TEAM DISNEY BUILDING



Gambar 2.2. *Team Disney Building*, Burbank – California

Nama : DISNEY BUILDING
Lokasi : Burbank, California
Arsitek : Michael Graves ,1991
Gaya : Post Modern
Catatan :Tampak dari bangunan ini bersifat klasik tetapi langgamnya tetap murni Disney. Rencana ini secara keseluruhan yang menggunakan dekorasi yang bersifat humor mendapat dukungan dari Seven Dwarves.

Salah satu bangunan hasil rancangan Michael Graves adalah bangunan Team Disney Building yang merupakan salah satu karya Arsitektur Post Modern, dimana dapat kita lihat terutama pada bagian façade Team Disney Building tersebut dan juga bentukan-bentukan lain keseluruhan bangunan

Dalam rancangan “*Team Disney Building*” ini, Michael Graves bertolak dari gaya atau langgam arsitektur pra modern, yaitu penggunaan gaya Arsitektur Klasik Yunani yang diolah sedemikian rupa menjadi gaya arsitektur “Neo Klasik”.



Gambar 2.3. Tampak Depan "**Team Disney Building**", Burbank – California

Konsepsi pengahadiran kembali langgam lama diwujudkan dengan prinsip-prinsip Arsitektur Klasik Yunani yang terwujud dengan penggunaan kolom-kolom vertical yang tersusun dengan jarak tertentu

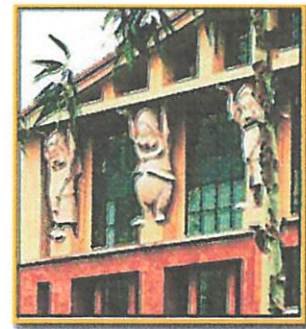
Selain konsepsi penghadiran kembali gaya arsitektur Klasik ini terwujud dalam penggunaan kolom-kolom

vertical yang menjadi ciri khas pada Arsitektur Yunan, juga penggunaan bentukan segitiga pada bagian paling atas bangunan yang dalam Arsitektur Yunani disebut sebagai "pediment".

Tampak pada bangunan Team Disney Building bahwa Michael Graves menggunakan kolom-kolom vertical yang tersusun dengan jarak tertentu yang mengelilingi seluruh bagian tepi gedung. Yang paling mencolok dari bangunan itu sendiri adalah dibagian tampak depannya.

Graves mengambil langgam Yunani tetapi juga melakukan transformasi bentuk. Beliau mencoba untuk menggunakan "sense of humor" nya dalam berarsitektur dengan memainkan bentuk-bentuk kolom pada bagian atasnya.

Pada bangunan Yunani, bagian pediment biasanya terdapat patung-patung dewa-dewa Yunani sedangkan pada Team Disney Building tetap mengambil bentukan segitiga pediment tetapi tanpa menggunakan patung-patung dewa Yunani tersebut, melainkan kolom-kolom yang menopang bagian pediment berbentuk karakter dari tokoh Disney, yaitu tujuh kurcaci yang bersama-sama menopang bagian segitiga pediment diatasnya.



Gambar 2.4. "**Team Disney Building**", Burbank – California

Bentukan tersebut seolah olah sedang menyindir dan mempermainkan bentuk - bentuk dari sejarah tersebut dengan menggunakan karakter Disney yang

berjumlah tujuh dan masing-masing kurcaci itu setinggi 6 meter yang bertindak sebagai kolom-kolom yang berupa tokoh-tokoh (caryatids) sebagai “*classical façade*” sekaligus sebagai focal point atau point of interest dari bangunan tersebut



Gambar 2.5. Tampak Belakang “Team Disney Building”, Burbank – California

Masyarakatpun pasti sudah mengenali tokoh Disney yang satu ini, hanya dari bentuk outline dari kepala tokoh ini saja orang sudah mengenalinya sebagai salah satu tokoh Disney. Team Disney Building yang berada di Burbank, California ini jelas terlihat

bahwa bangunan ini memiliki identitas atau jadi diri, dimana di bagian kolom-kolomnya yang berupa tujuh kurcaci Disney yang merupakan identitas dari Disney itu sendiri. Masyarakat dapat mengenali identitas dari tokoh Disney tersebut yaitu karakter Disney yang berupa tujuh kurcaci yang bernama Grumpy, Sneezy, Doc, Sleepy, Bashful, Happy, Dopey. Masyarakat sudah mengenali ceritanya, sehingga hanya dengan melihat facadenya saja masyarakat dapat mengetahui identitas dari bangunan tersebut.

Bagian tampak samping dan tampak belakang, sisi-sisi lain dari gedung ini menggunakan bentukan silinder di sisi ujung bangunan. Bentukan setengah lingkaran pada bagian atas gedung sehingga membentuk suatu irama pada bagian atas bangunan ini sehingga dapat dikatakan bahwa “Team Disney Building” memiliki identitas atau jati diri yang jelas dan mudah untuk dikenali sebagai bangunan dari Disney Corporation.

Karena manusia sebagai makhluk biologis yang mampu untuk mengingat kembali masa lampau dan menjadikan sebuah kenangan dalam dirinya, dimana hal ini juga menjadi hal penting dan sekaligus sebagai konsepsi arsitektural post modern.

Sehingga kehadiran “Team Disney Building” telah membangkitkan masyarakat



Gambar 2.6. Tampak Belakang “Team Disney Building”, Burbank – California

untuk menghadirkan kembali kenangan akan cerita dari tokoh karakter-karakter Disney. Karena dapat mengingatnya maka akhirnya, bangunan ini menjadi mudah dikenali dan diingat.

Selain prinsip-prinsip atau konsepsi arsitektural tersebut diatas, ‘Team Disney Building’ juga menampakkan sebagai bangunan Asitektur Post Modern dalam penggunaan warna bangunan Graves menggunakan warna-warna cerah seperti oranye, dimana warna oranye sendiri merupakan warna kontemporer, sehingga memberi wajah dan penampilan yang baru daripada Asitektur Modern yang biasanya menggunakan warna abu-abu dan sejenisnya. Prinsip atau konsep dari Arsitektur Post Modern juga tidak meninggalkan unsur-unsur geometrika, terlihat pada gedung ini, yaitu pada bagian tampak samping dan tampak belakang, sisi lain dari gedung ini, menggunakan bentuk silinder di sisi ujung bangunan.

❑ CASTALIA MINISTRY OF HEALTH



Nama : CASTALIA MINISTRY OF HEALTH

Lokasi : Castalia, Netherland.

Arsitek : Michael Graves

Type :

Konteks :

Gambar 2.7. Castalia Ministry Of Health

Gaya : Post Modern

Michael Graves adalah salah satu tokoh yang menunjukkan ketidak puasannya terhadap doktrin-doktrin arsitektur modern, hal ini ditegaskanya dengan menerapkan konsep yang dimilikinya yang mendasarkan kesederhanaan dalam sebuah bangunan, bentuk geometris yang relevan sedapat mungkin dicocokkan



Gambar 2.8. Tampak Depan Castalia Ministry Of Healt,
Castalia, Netherland



Gambar 2.9. Tampak Samping Castalia Ministry Of Health, Castalia, Netherland

dengan bentuk karakter universal yang menjadi dasar nilai keindahan, kesederhanaan, kemurnian, dan ketepatan geometris. Perpaduan antara yang lama dengan yang baru terlihat jelas pada bangunan ini dimana ciri klasik yang dihadirkan dalam ke 'simetris' an yang sederhana sehingga dengan ke 'simetris'-annya bangunan ini mencerminkan keindahan ter-sendiri bagi kehadirannya.

Karya-Karya Rancangan **Robert Venturi**

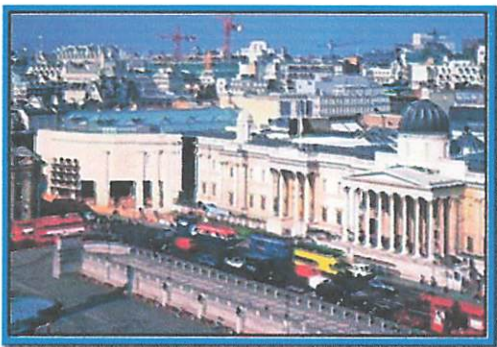
CIRI –CIRI RANCANGAN ROBERT VENTURI

1. Banyak menghadirkan bentukan yang dipengaruhi bentukan dari arsitektur vernakular.
2. Mengahdirkan kembali oranamentasi dan dekorasi , art deco, pop art.
3. Bersifat natural dan serasi dengan alam.
4. Memasukkan unsur-unsur simbolis yang di ambil dari culture / budaya masyarakat dimana arsitektur dihadirkan.
5. Lebih mengutamakan penggunaan bahan lokal dari-pada fabrikasi.



Gambar 2.10. Robert Venturi

SAINSBURY WING NATIONAL GALLERY



Gambar 2.11 Sainsbury Wing Natiaonal Gallery, London , Inggris
Robert Venturi, 1991

Salah satu karya Robert Venturi yang cukup terkenal adalah “Sainsbury Wing National Gallery” yang dibangun di London, Inggris dan selesai secara sempurna pada tahun 1991 (tepatnya bulan Juli 1991). Adapun bangunan yang ada pada ruang terbuka (open space) yang terakhir adalah merupakan bangunan luas Trafalgar. Bangunan ini merupakan salah satu

bangunan terbesar dan terkenal di Dunia.

Banyak para turis yang dari Italia dan Belanda mengunjungi bangunan ini hanya sekedar untuk melihat secara langsung dari dekat bangunan ini, dan juga tidak sedikit para turis yang datang ke tempat ini hanya sekedar untuk mengambil gambar atau melukisnya saja. Shalnya dengan bangunan-bangunan lain yang telah ada, konstruksi bangunan dari S.W.N Gallery ini juga meng-gunakan bahan-bahan bangunan pokok dari Portland cement (beton) dan beton bertulang.

Sedangkan bahan-bahan bangunan Façade sengaja dirancang oleh Robert Venturi direplikasikan pada bangunan gedung yang baru, akan tetapi hal ini dimaksudkan sebagai alternatif inofasi yang kontras dengan elemen-elemen bangunan yang lain, seperti misalnya luasnya perpotongan ruang dan kecilnya kolom logam sebagai hal yang kreatif dari irama (rhytm) dan kesatuan (harmony) baru dari bangunan ini.

SAINS WING NATIONAL GALLERY ini terdiri atas beberapa ruang masuk yang berkesinambungan dan mempunyai keterkaitan antara ruang masuk (entrance) yang satu dengan ruang masuk (entrance) yang lainnya.

Pintu masuk pada lantai dasar adalah tidak hanya digunakan sebagai akses bagi semua orang, akan tetapi pada kenyataannya struktur asli dari bangunan ini menunjukkan adanya akses-akses lain yang memungkinkan untuk dimanfaatkan.

Ruangan – ruangan utama / ruangan induk :

1. Ruang Konfrensi,
2. Restoran (*1 buah*),
3. Gedung Teater (*berisi 350 tempat duduk*),
4. Museum Shop yang besar, dan
5. Ruang Pusat Informasi Interaktif.

Ruangan ini diperuntukkan sebagai ruangan penunjang bagi semua fungsi ruangan- ruangan yang

ada, guna menjaga kemungkinan-kemungkinan jika terjadi masalah pengoperasian pada fasilitas yang ada pada bangunan in.

Gedung Gallery ini dikelompokkan pada setiap variasi '*pathways*' sebagai akomodasi bagi jutaan pengunjung museum. Adapun ruangan umum (*public spaces*



Gambar 2.12 Sainsbury Wing
Natieonal Gallery, London , Inggris
Robert Venturi, 1991

area) yang lain yang terhubung dengan S.W.N Gallery ini di alokasikan pada empat lantai di bawah dari Gallery utama (*Main Gallery*) yang ada, hal ini dimaksudkan sebagai penambah daya tarik '*Renaissance Gallery*'.



❑ VANNA VENTURI HOUSE



Gambar 2.13 Vanna Venturi House
Robert Venturi, 1962, Chestnut Hill,
Philadelphia

Nama	: VANNA VENTURI
	HOUSE
Lokasi	: Chestnut Hill, Philadelphia.
Tahun	: 1962
Arsitek	: Robert Venturi
Tipe Bangunan	: Rumah Tinggal
Sistem Bangunan	: Light Wood Frame
Iklim	: Sedang
Gaya	: Post-Modern

Proyek penting pertama dibangun R. Venturi adalah rumah ibunya, Vanna Venturi House 1961-1964. Hal ini secara sederhana dilakukan setelah beberapa saat Modernisme akhir, rencananya, seperti proyek Beach House, berdasarkan pada sebuah konsepsi simbolik daripada terhadab abstrak murni.

Proyek ini dupusatkan pada gagasan cerobong asap, sebagai titik utama, yang dapat dirasakan pada jaraknya terpenuhi. Jarak tersebut menggelembung dari titik utama pada saat kepulan asap dari cerobong naik memenuhi rumah. Disini prinsip-prinsip kondensasi (pengkerutan) menjadi sangat kompleks dan menarik, dengan cerobong asap naik pada atap, maka pesta urama berasal dari Beach House tersebut.

Tetapi sekarang kamar tamu menjadi setengah kubah, dan bentuk semi lingkaran diangkat pada bagian lengkung pintu depan yang sudah ditetapkan ; sekarang keseluruhan rumah meninggi dan tampak terbelah ditengah.”

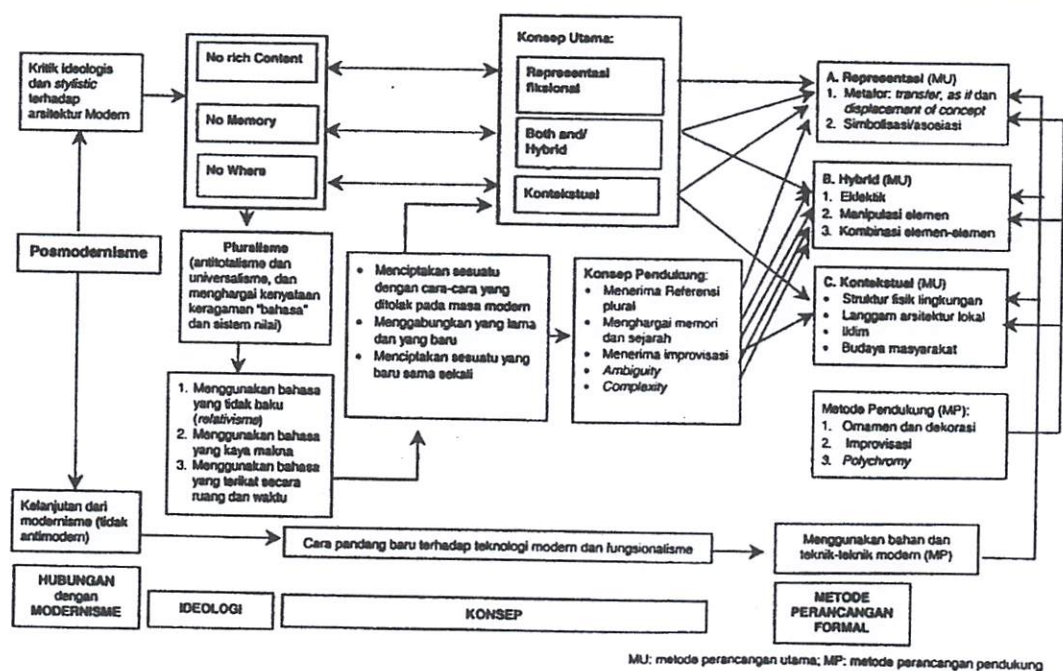
Teori-teori arsitektural Venturi untuk ini dan bangunan-bangunan lain yang dia desain pada tahun 1960-an membawa pengaruh pada pengembangan post-modernisme dan warna arsitektur pada tahun 1970-an. Teori-teorinya menyarankan

penggunaan ‘ilusi historis’ dan ‘simbolisme’, menolak sterilitas bangunan modern yang ortodoks. Sebagai tambahan terhdap kualitas formal unik menengahnya, rumah ini kaya referensi arsitektur historis. Jalan monumental yang melaluinya melewati Porta Pia Michaelangelo di Roma dan tembok belakang Nymphaeum di palladio dan Villa Barbaronya Lessandro Vittoria di Maser. Disisi lain, pedeimen rusaknya membawa pada ‘dualitas’ dari jalan rumah apartemen Luigi Moretti di Via Parioli di Roma.”

II.1.7. METODE / CARA BERARSITEKTUR

“Metode perancangan” adalah metode yang digunakan untuk menciptakan bentuk-bentuk dalam karya arsitektur dengan menggunakan metode dasar kombinasi dan penggabungan. Ian Chernikov dalam Wojtowics dan Fawcett (1986), berkata,” *The whole methodology is based upen the development of combination and assemblages...*” secara substansial metode desain terdiri dari “*principle dan form*” atau “*language dan Cocabulary*” (Wojtowics dan Fawcett, 1986).⁸

KERANGKA KONSEPTUAL POSMODERNISME DALAM ARSITEKTUR



Gambar 2.14. Skema Kerangka Konseptual Posmodernisme Arsitektur
(Sumber: Analisa Penulis, 2004)

⁸ Ikhwandudin, 2005. *Posmodernisme Dalam Arsitektur*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.Hal.94.

1. Metode Perancangan Utama

a. Metafor dan Simbolisasi

Metafor adalah kiasan atau ungkapan bentuk pada bangunan yang diharapkan mendapatkan tanggapan dari masyarakat yang menikmati atau memakainya (Sutedjo 1986). Metaphor dapat membantu “melihat” bangunan sebagai suatu yang lain dan melihat bangunan atau desain secara “baru”. Selain itu metaphor membantu menciptakan konsep baru yang otentik pada suatu bangunan (Antoinades, 1990). Menurut Antoinades (1990), metafor dapat dilakukan dengan cara-cara berikut :

Pertama, berusaha mentransfer dari sebuah subjek (konsep atau objek) kepada subjek yang lain. Metapor membantu untuk menciptakan konsep baru yang hakiki yang besar sekali jumlahnya secara otentik. Cara ini disebut dengan metaphor “transfer”.

Kedua, mencoba “melihat” subjek (konsep atau objek) seolah-olah sebagai sesuatu yang lain misalnya “melihat rumah sebagai sebuah kota” (*a house asa city*). Dengan demikian bentuk, bentuk bangunan mungkin dilihat secara baru oleh pengamat, memiliki makna yang ekspresif, atau mirip tipe bangunan tertentu. Cara ini disebut dengan metaphor “*as fi*”.

Ketiga, memindahkan fokus penelitian dari suatu area konsentrasi ke dalam area konsentrasi yang lain misalnya “*architecture as dence*”. Metaphor ini digunakan dengan menerapkan pengetahuan dan interpretasi yang sudah dipahami seperti subjek, objek, situasi, dan kejadian. Sebagai contoh konsep “*architecture as dence*”, tari balet klasik dianalogika dengan “*simetri*” dan tari balet modern dianalogikan sebagai “*asimetri*”.

Simbolisasi berasal dari kata simbol. Dalam illustrated Dictionary of Achitecture (Burden, 1998), symbol adalah “something that stands for or represents something else by association, resemblance, or convention, deriving its meaning chiefly from the structure on which it appears” ‘sesuatu yang berdiri atau merepresentasikan sesuatu yang lain dengan cara asosiasi, kemiripan, atau konvensi, yang diturunkan maknanya terutama dari struktur yang tampak’.

b. Hybrid dan Both and

Metode *hybrid* dilakukan melalui tahapan-tahapan *quotation*, manipulasi elemen, dan unifikasi atau penggabungan. Metode *Hybrid* berpikir dari “elemen atau bagian” menuju keseluruhan. Sebaliknya, pada metode *both and*, berpikir dilakukan dari keseluruhan menuju elemen atau bagian.

Pada metode *hybrid*, tatanan diletakkan dibelakang pada saat unifikasi atau penggabungan elemen, sedangkan pada *both and*, tatanan ditentukan terlebih dahulu. “Manipulasi” pada metode *hybrid* pada prinsipnya sama dengan “infleksi” pada metode *both and*. “Infleksi” tidak lain adalah modifikasi.

Tahapan metode *hybrid*:

- Elektik atau *Quotation*

Elektik artinya “menelusuri dan memilih perbendaharaan bentuk dan elemen arsitektur dari masa lalu yang dianggap potensial untuk diangkat kembali”. *Elektik* menjadikan arsitektur masa lalu sebagai titik berangkat, bukan sebagai model ideal. Di sisi lain, *quotation* adalah “mencuplik” elemen atau bagian dari suatu karya arsitektur yang telah ada sebelumnya.

- Manipulasi atau Modifikasi

Elemen-elemen *elektik* atau hasil *quotation* tersebut selanjutnya dimanipulasi atau dimodifikasi dengan cara-cara yang dapat menggeser, mengubah, dan atau memutarbalikkan makna yang telah ada. Beberapa teknik manipulasi:

1. Reduksi atau simplifikasi. Reduksi adalah pengurangan bagian-bagian yang dianggap tidak penting. Simplifikasi adalah penyederhanaan bentuk dengan cara membuang bagian-bagian yang dianggap tidak atau kurang penting.
2. Disorientasi, perubahan arah (orientasi) suatu elemen dari pola atau tatanan asalnya. Orientasi meliputi orientasi arah, mata angin, depan-belakang, dan atas bawah. Disorientasi model dilakukan dengan mengubah pola orientasi yang baku pada model.

3. Disproporsi, berkaitan dengan perbandingan ukuran atau dimensi elemen, atau antara elemen dan keseluruhan. Ada beberapa sistem proporsi seperti *golden section*, modular dan proporsi harmoni. Pada disproporsi, perubahan proporsi tidak mengikuti sistem proporsi referensi (model).

- Penggabungan (*kombinasi atau unifikasi*)

Penggabungan atau penyatuan beberapa elemen yang telah dimanipulasi atau dimodifikasi kedalam desain yang telah ditetapkan *order*-nya.

c. Kontekstual

Menimbang pendapat dari Venturi, Jencks, Klotz, dan Karokawa, metode ini dapat diartikan memiliki pengertian yang luas yang meliputi laggam arsitektur (*regionalism*-nya Klotz), struktur fisik lingkungan (*local context* dan *contextual urbanism*-nya Jencks; *respond to topogical condition*-nya Klotz), iklim (*respond to environment*-nya Klotz, *respect to given enviroment*-nya Venturi, dan *simbosis man and nature*-nya Kurokawa), dan budaya setempat (*culture*, Klotz).

Menurut sastrowardoyo (1993), "kontekstualisme" dapat dipandang sebagai teknik medesain yang dikembangkan untuk memberikan jawaban khususnya atas kondisi-kondisi yang bersifat morfologis, tipologis, pramatis menjadi bersifat pluralistik dan fleksibel. Siswanto (1993) mengajukan metode desain kontekstualisme dengan pendekatan tipologi antara lain yaitu komposisi, struktur formal internal, *juxtaposition* alasan dan *memory, type image, style* dan *regionalisme*. Dipihak lain, Brolin (1980) menjelaskan tiga metode kontekstualisme sebagai sikap merespons keberadaan bangunan-bangunan kuno disekitarnya dengan cara *alteration* 'perubahan', *addition* 'penambahan' dan *in-fill* 'penyelipan'.

2. Metode Perancangan Pendukung

Metode perancangan pendukung meliputi penggunaan ornamen dan dekorasi, bahan dan teknik modern, improvisasi, dan *polychromy*.

a. Penggunaan ornamen dan dekorasi

Arsitektur postmodern menerima kehadiran ornament dan dekorasi. Ornament adalah “hiasan” yang “ditempelkan” pada elemen struktural, sedangkan dekorasi adalah “hiasan” yang diletakkan pada elemen-elemen nonstruktural.

b. Improvisasi

Metode improvisasi bertujuan membantu mencapai kekayaan makna dengan cara “ketidaksempurnaan” dan “ketidakelesaian”, baik direncanakan atau tidak. Termasuk di dalamnya metode desain *pleasure and enjoyment*, yaitu cara mendesain elemen-elemen arsitektur yang bersifat main-main dan sekedar bersenang-senang saja.

c. Karya warna (polychromy)

Arsitektur postmodern cenderung menggunakan warna yang kaya (polychromi). Selain itu, tiap warna dapat memiliki nilai simbolis yang khas di berbagai tempat di muka bumi.



II.1.8. FUNGSI / AKTIVITAS, DAN BENTUK

II.1.8.1. FUNGSI

Dalam arsitektur postmodern yang dimaksud fungsi adalah peran dan kemampuan arsitektur untuk mempengaruhi dan melayani manusia, yang disebut manusia bukan hanya pengertian manusia sebagai makhluk yang berpikir, bekerja melakukan kegiatan, tetapi manusia sebagai makhluk yang berpikir, bekerja, memiliki perasaan dan emosi, makhluk yang punya mimpi dan ambisi, memiliki nostalgia dan memori. Manusia bukan manusia sebagai makhluk biologis tetapi manusia sebagai pribadi.

Dalam postmodern perancangan dimulai dengan melakukan analisa fungsi arsitektur, yaitu :

- ❖ Arsitektur mempunyai fungsi memberi perlindungan kepada manusia.
- ❖ Arsitektur memberikan perasaan aman, nyaman, nikmat.
- ❖ Arsitektur mempunyai fungsi untuk menyediakan dirinya dipakai manusia untuk berbagai keperluan.
- ❖ Arsitektur berfungsi untuk menyadarkan manusia akan budayanya akan masa silamnya.

- ❖ Arsitektur memberi kesempatan pada manusia untuk bermimpi dan berkhayal.
- ❖ Arsitektur memberi gambaran dan kenyataan yang sejukur-jujurnya.

II.1.8.2. BENTUK

Bentuk arsitektur postmodern adalah komponen dasar yang tidak harus berhubungan satu menyebabkan yang lain (*hubungan sebab-akibat*) komponennya mandiri dan berdiri sendiri-sendiri. Yang jelas bentuk memang berbeda secara substansial. Ciri pokok dari bentuk adalah ‘ada dan nyata atau terlihat atau teraba’ kemudian menjadi tugas arsitek untuk mewujudkannya.

II. 2. KESIMPULAN

Berdasarkan data diatas dapat di simpulkan bahwa arsitektur post-modern adalah suatu gerakan yang bertujuan terciptanya pluralisme untuk mengatasi elitisme yang inheren di dalam paradigma sebelumnya.



BAB III

TINJAUAN OBYEK

III.1 PEMAHAMAN 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 Kawi 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 Zaafr; Skripsi Arsitektur; *Pusat Pelayanan Toyota di Malang*; Institut Teknologi Nasional Malang; 2004.

³ Kamus Bahasa Indonesia Edisi II; Jakarta; 1995.

III.2 FILOSOFI HONDA ⁴



Gambar 3.1: 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, yang mana hal ini kemudian mengarahkan kami pada kebiasaan utama perusahaan yang kemudian berwujud pada kreatifitas.

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

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 kenyataan”⁷.

“Sesuai komitmen kami untuk masa depan, Honda selalu menempatkan pelestarian lingkungan sebagai prioritas dan melakukan upaya proaktif mengurangi dampak kerusakan lingkungan”⁸.

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:

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

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

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.

III.3 STUDI BANDING

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



Gambar 3.2: 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 3.3: 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 3.4: Mekanik Bengkel Honda yang handal.

Memiliki Ruang Tunggu (Customer Lounge) yang nyaman.



Gambar 3.5: 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 3.6: Peralatan bengkel yang memadai.

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



Gambar 3.7: Spooring.

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



Gambar 3.8: Perawatan ganti oli.

Ketersediaan suku cadang yang lengkap.

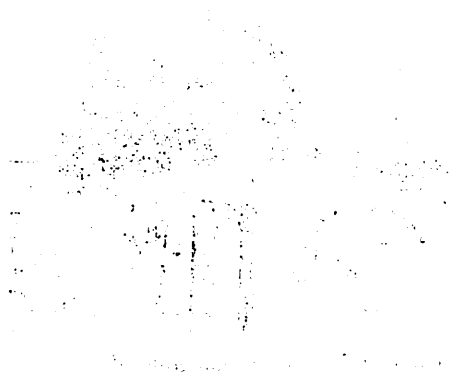


Gambar 3.9: With computerized stock system for reliable service.

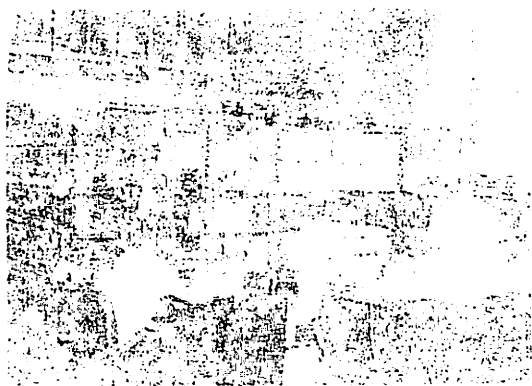
2. Honda Fatmawati (PT. Istana Kebayoran Raya Motor).



Gambar 3.10: Honda Fatmawati Jl. RS. Fatmawati No.21, Jakarta Selatan – 12410.



1. The first of the two images is a portrait of a person.



2. The second of the two images is a portrait of a person.

3. The third of the two images is a portrait of a person.



4. The fourth of the two images is a portrait of a person.

5. The fifth of the two images is a portrait of a person.

Memiliki standar ruang pameran Honda.



Gambar 3.11: Showroom.



Gambar 3.12: Sales Division.



Gambar 3.13 Ruang Tunggu (Waiting Room).



Gambar 3.14: Kantin.

2000-10-10 10:00 AM

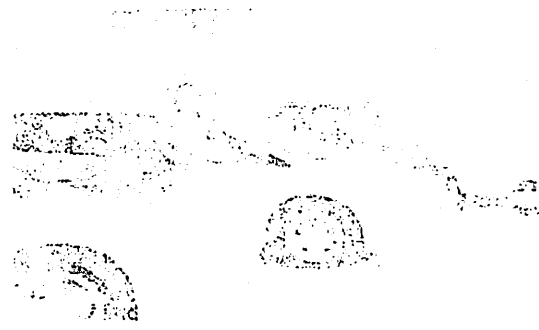


Figure 1. Aerial view of the study area.



Figure 2. Aerial view of the study area.



Figure 3. Aerial view of the study area.



Figure 4. Aerial view of the study area.

Data Mobil Honda ⁹:



Gambar 3.15: All New Honda Jazz

HargaRp. 191.000.000,-

Type Mobil City Car

Description

Tabel 3.1

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.

⁹ Otomotif – Honda; Kompas.com.

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

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.




Exterior.



Performance.



Interior - Audio.

Type Mobil Sedan

Description

Tabel 3.2

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.

Gambar 3.16: Honda Civic Vti-S Manual (21st Century)

© 2007 The Authors
Journal compilation © 2007 Blackwell Publishing Ltd

Discussion

Copyright © 2012 John Wiley & Sons, Ltd.

It has been well established that the β -ray emission spectrum of ^{222}Rn is composed of three distinct peaks with $E_{\beta\text{max}}$ values of 2039, 2039.5 and 2039.9 keV, corresponding to the β -transitions from ^{222}Rn to the ^{222}Ac ground state and to the ^{222}Ac first and second excited states, respectively.

richa roo' ha'at'el

and also possibly in the presence of a large number of other children.

doi:10.1017/S0022292412001597 Printed in the United Kingdom
© 2012 Cambridge University Press

1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 26

11/11/2016

[illegible]

1. *Journal of the American Medical Association*, 2000; 283: 2686-2692.

$$2.71 \times 10^{-4} \text{ mol/L} \times 1000 \text{ mL} = 0.271 \text{ mmol}$$

1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 26

1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 277: 1001-1005.

[illegible][illegible]

Figure 1 consists of two line graphs. The left graph is titled '100% water activity' and the right graph is titled '90% water activity'. Both graphs plot 'Growth rate (log CFU/h)' on the y-axis against 'Temperature (°C)' on the x-axis. The x-axis ranges from 10 to 50 °C. The y-axis ranges from 0 to 1.5 log CFU/h. Both graphs show a similar trend: growth rate increases from 10 °C to a peak at 37 °C and then decreases. The peak growth rate is approximately 1.4 log CFU/h for both water activities. The growth rate is zero at 10 °C and 50 °C.

[illegible]

1. The first step in the process is to identify the problem or issue that needs to be addressed. This involves gathering information and understanding the context of the problem.

100

100

ACKNOWLEDGMENTS

The authors thank Dr. Z. S. Kovalenko, V. A. Gerasimov, and N. I. Zhuravskaya for their interest in the work.

- 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®.



Interior.



Exterior.

Gambar 3.17: All New Accord Vti DOHC i-VTEC 2.4 M/T

Type Mobil Sedan
Description

Tabel 3.3

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).

¹⁰ Honda Civic Coupe – The Official Honda Web Site.

1. The first of these is the fact that the
 2. the first of these is the fact that the
 3. the first of these is the fact that the

4. The second of these is the fact that the
 5. the second of these is the fact that the

6. The third of these is the fact that the

7. The fourth of these is the fact that the

8. The fifth of these is the fact that the

9. The sixth of these is the fact that the

10. The seventh of these is the fact that the

11. The eighth of these is the fact that the

12. The ninth of these is the fact that the

13. The tenth of these is the fact that the

14. The eleventh of these is the fact that the

15. The twelfth of these is the fact that the

16. The thirteenth of these is the fact that the

17. The fourteenth of these is the fact that the

18. The fifteenth of these is the fact that the

19. The sixteenth of these is the fact that the

20. The seventeenth of these is the fact that the

21. The eighteenth of these is the fact that the

22. The nineteenth of these is the fact that the

23. The twentieth of these is the fact that the

24. The twenty-first of these is the fact that the

25. The twenty-second of these is the fact that the

26. The twenty-third of these is the fact that the

27. The twenty-fourth of these is the fact that the

28. The twenty-fifth of these is the fact that the

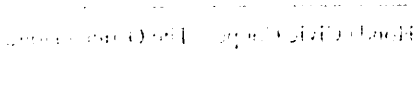
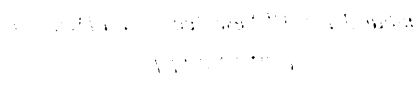
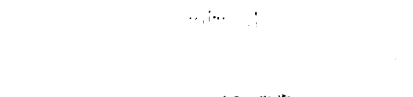
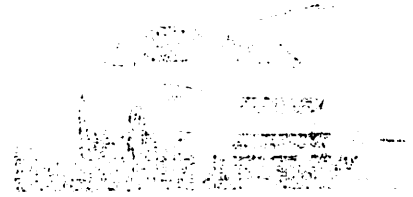
29. The twenty-sixth of these is the fact that the

30. The twenty-seventh of these is the fact that the

31. The twenty-eighth of these is the fact that the

32. The twenty-ninth of these is the fact that the

33. The thirtieth of these is the fact that the



Fuel Tank Capacity	ltr	65
Model		4 Silinder Dohc i-VTEC 16 Valve in-line.

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.





Harga Rp. 260 juta
 Type Mobil Sedan
 Description

Tabel 3.4

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 3.18: All-New City i-DSI Manual

1. The first part of the report discusses the general situation of the country and the progress of the work. It also mentions the results of the survey and the conclusions drawn from it.

2. The second part of the report describes the methods used in the survey and the results of the analysis. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

3. The third part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

4. The fourth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

5. The fifth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

6. The sixth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

7. The seventh part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

8. The eighth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

9. The ninth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

10. The tenth part of the report discusses the results of the survey and the conclusions drawn from it. It also mentions the conclusions drawn from the analysis.

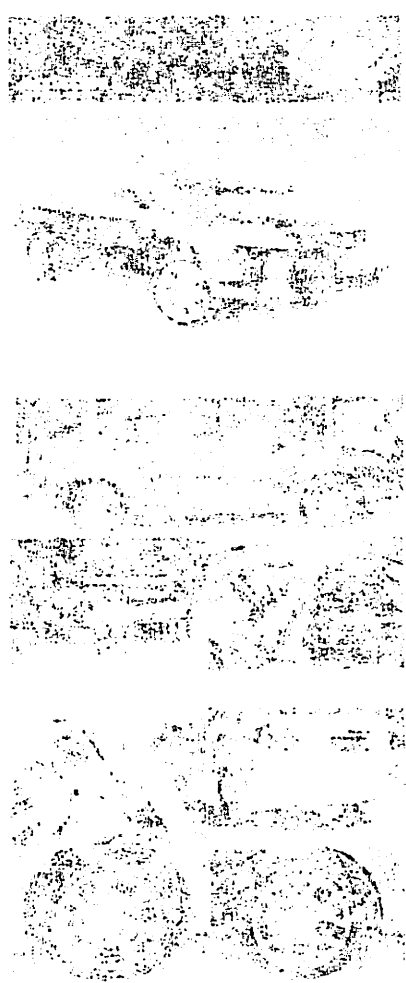


Figure 1. Results of the survey.

- **4X2 Manual**

Type MobilSedan

Description

Tabel 3.5



Gambar 3.19: New CR-V

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.



Performance.



Interior.



Exterior.

Gambar 3.20: Honda Freed

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.

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 beraksentiasi krom. Penampilannya makin menarik dengan desain lampu depan bersudut.

BAB IV

TINJAUAN LOKASI

IV.1 GAMBARAN LOKASI

Secara astronomis Malang terletak pada posisi 112.06° – 112.07° Bujur Timur , 7.06° – 8.02° Lintang Selatan. Luas wilayah kota Malang sebesar $110,06 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk sebanyak 798.104 jiwa.

Kecamatan Klojen memiliki luas 882,5 Ha dengan batas-batas administratif sebagai berikut:

- Sebelah utara : Kecamatan Blimbing.
- Sebelah Selatan: Kecamatan Sukun.
- Sebelah Timur : Kecamatan Kedungkandang.
- Sebelah Barat : Kecamatan Lowokwaru.



1. Kemampuan Lahan

Kemampuan lahan adalah identifikasi unsur-unsur yang sangat berpengaruh terutama untuk jenis-jenis penggunaan tanah yang ada di atasnya. Tinjauan mengenai unsur-unsur tersebut meliputi kedalaman efektif tanah, tekstur tanah, drainase dan faktor pembatasnya.

- Kedalaman efektif adalah kedalaman tanah dimana perakaran tanaman masih bisa tumbuh dengan baik. Kondisi di Kecamatan Klojen sebagai bagian dari wilayah kota Malang memiliki lebih dari 90 cm.
- Tekstur Tanah adalah perbandingan partikel debu dan pasir yang terdapat pada suatu gumpalan. Tekstur tanah diklasifikasikan atas 3 kelas yaitu halus, sedang, dan kasar. Dari ketiga kelas ini yang ada pada Kecamatan Klojen adalah tekstur halus dan sedang. Tanah bertekstur halus merupakan tanah dengan penyebaran yang paling banyak.
- Drainase yang dimaksud adalah kemampuan permukaan tanah untuk merembeskan air secara alami. Keadaan drainase tanah dikelompokkan atas 3

kelas, yaitu drainase baik / tidak pernah tergenang, drainase tergenang periodik dan drainase terus menerus. Sebagian besar wilayah Kecamatan Klojen berdrainase baik / tidak pernah tergenang.

2. Penggunaan Lahan

Secara umum, kondisi pemanfaatan ruang di wilayah Kecamatan Klojen didominasi oleh permukiman/pekarangan.

3. Prasarana Transportasi

Dari segi fungsinya, maka jaringan jalan yang ada di Kecamatan Klojen sangat penting artinya dalam menunjang sistem sirkulasi lalu lintas kota Malang. Jalan-jalan yang penting artinya tersebut digolongkan berdasarkan hierarki jalannya.

4. Pola Pergerakan

Tiga hal utama yang menimbulkan bangkitan lalu lintas dalam kota adalah bekerja, berbelanja dan bersekolah. Ketiganya menimbulkan pergerakan penduduk dengan motivasi masing-masing kegiatan tersebut.

Pola pergerakan penduduk Kecamatan Klojen dapat dibedakan menjadi 3 bentuk pola pergerakan yaitu:

- Pergerakan motivasi bekerja.

Pergerakan motivasi bekerja adalah pergerakan penduduk dengan motivasi menuju ke tempat kerja.

- Pergerakan motivasi berbelanja.

Pelaku pergerakan motivasi belanja ini adalah penduduk pada umumnya. Sedangkan tujuannya adalah fasilitas-fasilitas perdagangan seperti pasar dan pertokoan.

- Pergerakan motivasi bersekolah.

Fasilitas-fasilitas pendidikan menjadi tujuan pergerakan motivasi bersekolah ini.

5. Kondisi Tata Bangunan

a. Ketinggian Bangunan



Bangunan di Kecamatan Klojen pada umumnya memiliki ketinggian bangunan antara 1 – 3 lantai.

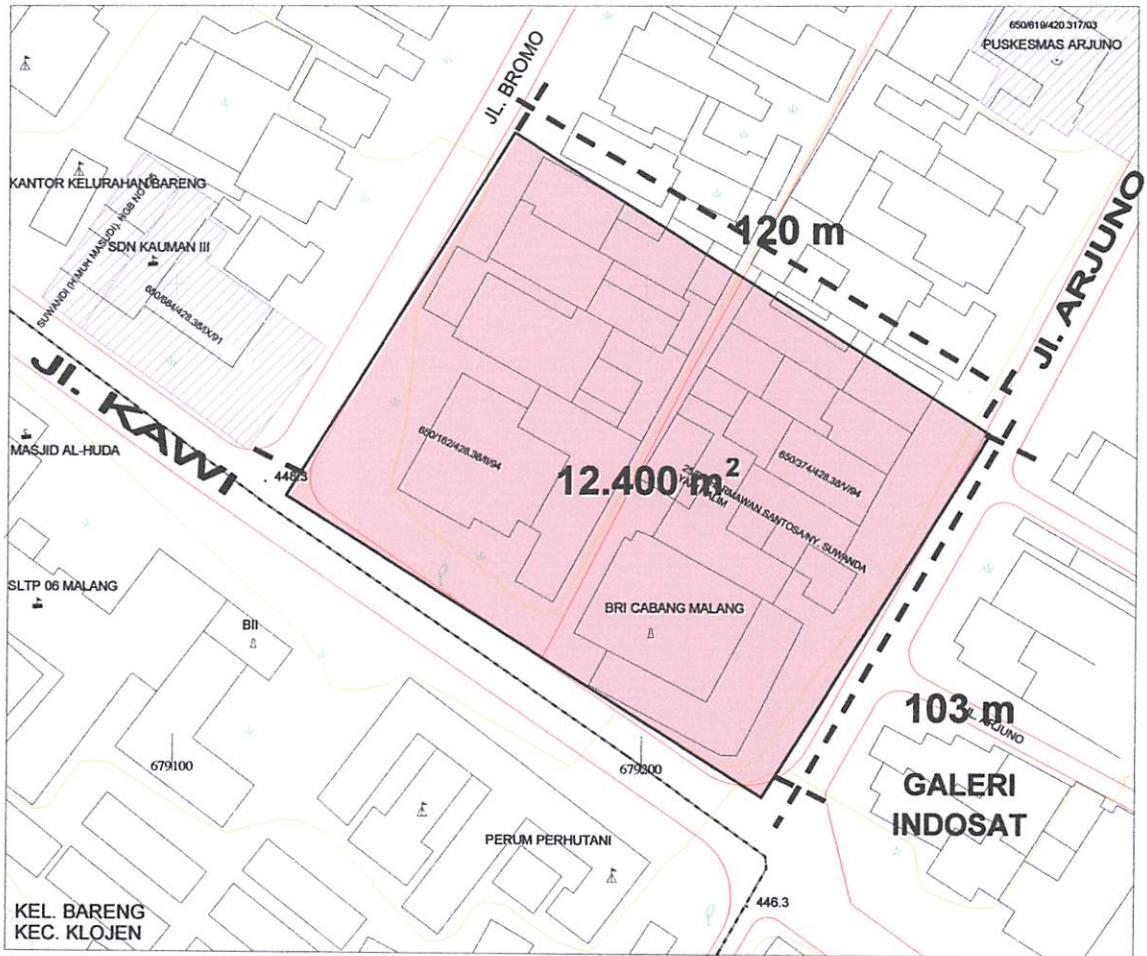
b. Perletakan Lahan

Perletakan lahan di wilayah Kecamatan Klojen sangat beragam, mulai dari lahan klasifikasi kecil, hingga ukuran sangat besar. Besar klasifikasi ini juga berpengaruh pada KDB bangunan di Kelurahan tersebut. Lahan padat biasanya memiliki KDB 80-100 %, lahan sedang 60-80 % dan lahan kurang padat memiliki KDB 40-60%.

IV.2 LOKASI

Lokasi terletak di kawasan kota Malang melewati jalan Kawi Kelurahan Kidul Dalem Kecamatan Klojen Kota Malang. Lingkungan tersebut merupakan area perdagangan berdasarkan keterangan RDTRK Kecamatan Klojen Kota Malang. Site dikelilingi oleh jalan raya dan gang dengan luas 112110.25

IV.3 LUAS SITE



Gambar 4.1 : Site

Dasar Pemilihan Site:

- Luas site yang dibutuhkan memenuhi kebutuhan dan proyeksi bangunan Pusat Pelayanan Mobil Honda Di Malang.
- Memiliki aksesibilitas utama dari manapun menuju ke arah pusat kota.
- Sesuai dengan RDTRK, wilayah dimana site ini berada tergolong dalam kawasan perdagangan, yang memang diperuntukkan bagi kawasan pelayanan, perumahan skala besar. Dalam hal ini sangat cocok untuk perancangan Pusat Pelayanan Mobil Honda Di Malang yang meliputi aktifitas pelayanan maupun perdagangan bagi Jawa Timur.

- Dekat dengan pusat kota, tempat perbelanjaan dan hiburan, pendidikan, peribadatan dan pusat pemerintahan serta kawasan permukiman.

Sarana Infrastruktur:

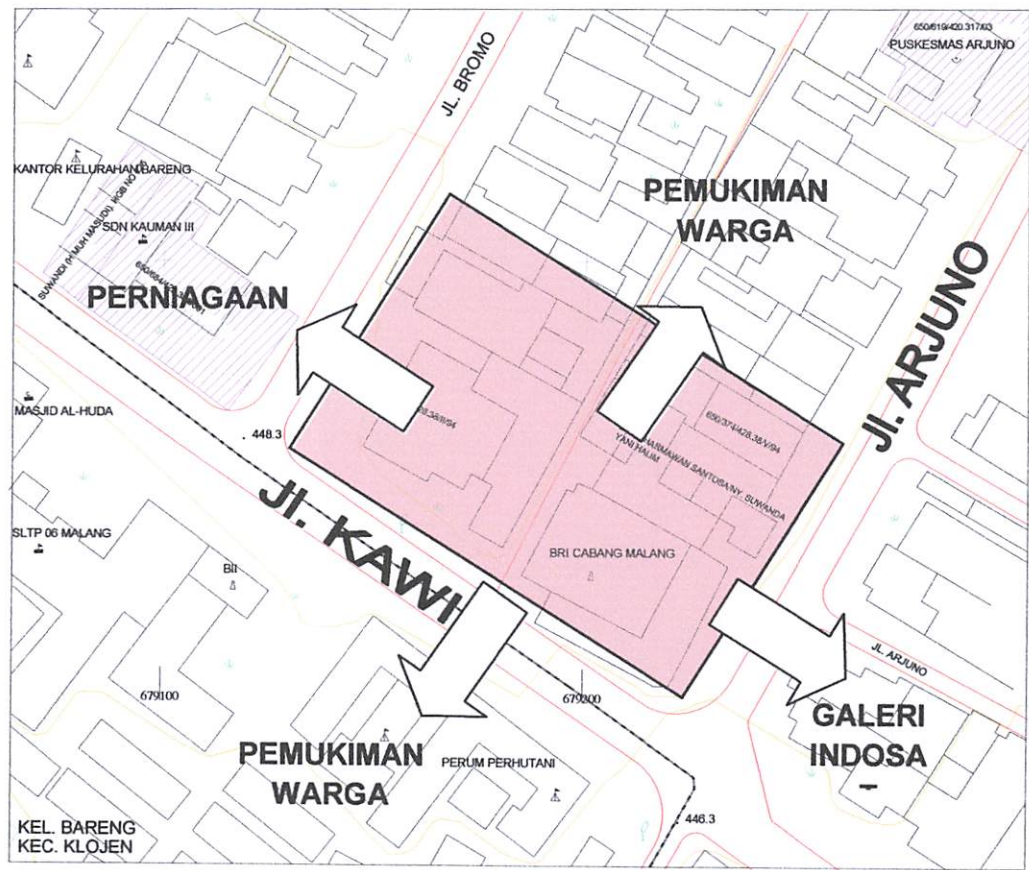
- Adanya saluran riol kota sebagai sarana utilitas kota.
- Adanya pengadaan sumber air bersih dari PDAM.
- Terdapat jaringan tenaga listrik dari PLN.
- Adanya jaringan komunikasi kabel telepon.
- Kondisi jalan yang baik.

Peraturan Kota

- Koefisien lantai bangunan 0,4 – 1,2.
- Koefisien dasar bangunan 60 % - 100 %.
- Tinggi pemanfaatan lantai maksimal 3 lantai.



IV.4 BATAS SITE



Gambar 4.2 : Batas Site

- Utara : Berbatasan dengan perumahan warga
- Barat : Berbatasan dengan perniagaan (apotik dan pertokoan)
- Selatan : Berbatassan dengan permukiman warga, kantor, sekolah
- Timur : Berbatasan dengan pertokoan

BAB V

ANALISIS

V.1 ANALISA BENTUK

V.1.1 Wujud

Wujud desain pusat pelayanan mobil Honda berlandaskan konsep-konsep perancangan dari tokoh arsitek post-modern yakni Michael Graves, dimana titik awal rancangan berawal dari metaphor sebuah objek serta karakter site dan mengidentitaskan *brand product Honda*. Sehingga bangunan perancangan tersebut lebih komunikatif dan komersial.

V.1.2 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 bentuk yang dapat menaikkan, mempertegas dan mengaburkan suasana ruang. Tekstur yang dirancang mampu menstimulus tidak hanya indera pengelihatannya saja, tekstur memiliki efek dramatis ketika dikaitkan dengan studi cahaya dan bayangan. Kesan yang ditimbulkan oleh tekstur tersebut:

Tabel 5.1: Kesan yang ditimbulkan oleh tekstur.

Jenis / Tekstur	Kesan
Halus	Menyenangkan, Ketenangan, Kelembutan
Kasar	Menarik perhatian, Kekuatan, Ancaman

- Tekstur 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.
- Tekstur 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 menciptakan suasana yang kita harapkan.

Kesan yang ditimbulkan oleh warna adalah :

Tabel 5.2: Kesan yang ditimbulkan oleh warna.

Macam	Kesan
Warna-warna Gelap	Berat, sedih, kelesuan, misteri
Warna-warna Terang	Keberanian, semangat, dinamis
Warna, warna Lembut	Tenang, tentram, nyaman
Warna-warna Panas	Agresif, merangsang
Warna, warna dingin	Kalem, tenang, sejuk

Dalam arsitektur post-modern, peranan tekstur dan warna pada wujud bangunan sangat penting, dengan demikian ketika manusia berada di dekatnya akan merangsang beberapa indera. Tidak hanya indera pengelihatannya saja tetapi juga indera perasa. Sehingga makna bangunan yang ingin disampaikan memiliki kesan yang sangat menjiwa. 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 sedikit banyak dipengaruhi oleh Standarisasi Showroom Honda, dimana warna dasar bangunan showroom telah ditetapkan yaitu warna perak. Akan tetapi dalam perancangan showroom ini memiliki tujuan untuk menghasilkan sebuah rancangan showroom yang atraktif dan inovatif, sehingga selain warna perak sebagai warna dasar bangunan, juga diterapkan warna-warna yang dapat menunjang dan menghadirkan kesan neo-historicism yakni warna orange sebagai identitas post-modern Michael Gra

V.1.3 Ornamen

Ornamen adalah suatu bentuk dekorasi yang dipakai untuk memperindah ruang berkaitan dengan penciptaan suasana ruang, maka pemilihan ornamen dipilih yang memberikan kesan seperti yang diinginkan. Ornamen dapat berwujud dua dimensi atau tiga dimensi. Penggunaan terlalu banyak ornamen akan menimbulkan kesan kacau.

Dalam perancangan bangunan showroom ini menggunakan konsep post-modern. Ornamen yang digunakan adalah permainan komponen dan elemen yang mencirikan Honda.

V.1.4 Kajian Bentuk

Sesuai dengan tema yang diangkat bahwa arsitektur post-modern berangkat dari bentuk. Teori Michael Graves mengangkat *Neo-Historicism* yakni mengangkat arsitektur masa lalu serta memadukannya dengan arsitektur masa kini (modern).

Pusat Pelayanan Mobil Honda harus memiliki citra bangunan komersial yang dapat mengkomunikasikan kepada pengamat. Menitik beratkan pada karakter *brand product* Honda yang dijual, sehingga masyarakat dapat mengetahui secara jelas keberadaan obyek tersebut.

Sesuai dengan ciri post-modern sendiri yakni penekanan terhadap ornamental dan dekorasi dengan memakai label logo Honda dan arsitektur kolonial. Sehingga dapat menciptakan sebuah showroom yang atraktif, inovatif dan komunikatif.

Arsitektur post-modern (Michael Graves) bentuknya sederhana. Bentuk yang diambil menyesuaikan terhadap lingkungan. Konsep Neo-Historicism-nya mengangkat arsitektur kolonial sebagai tampilan bentuk. Namun bentuknya harus mampu menyelesaikan masalah identitas *brand product* Honda yang diangkat.

Untuk mengidentitaskan sesuatu dalam arsitektur, maka menggunakan pendekatan dengan cara memakai hal yang berhubungan dengan *brand product* Honda yakni dengan menggunakan logo produknya.

Setiap logo tentu mempunyai filosofi tersendiri. Bisa juga menyimpan sejarah perjalanan produsen mobil tersebut. Dengan tampilan/fasade dari bentuk yang melambangkan logo tersebut diharapkan mudah dikenali oleh pecinta mobil Honda.

KAJIAN:

Berusaha menghadirkan karakter HONDA dengan tampilan arsitektur Kolonial.

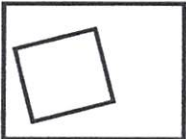
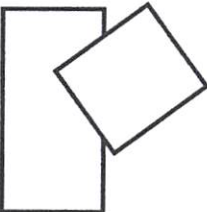
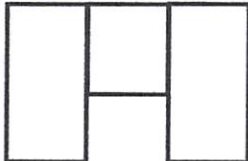
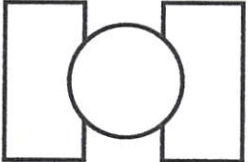
Permainan kolom-kolom tinggi sebagai identitas arsitektur kolonial. Serta dengan penambahan ornamen.

Pemakaian atap dengan kemiringan yang curam sebagai identitas arsitektur kolonial, sehingga memperkuat kesan historis pada kawasan tersebut, mengingat bahwa pada lokasi jalan Kawi tergolong kawasan dengan bangunan-bangunan kolonial.

Arsitektur post-modern adalah memadukan unsur masa lalu dan masa kini sehingga untuk bentuk showroom (ruang pameran mobil) mengadopsi arsitektur modern. Bentuk atap diidentifikasi karena mobil Honda yang aerodinamik (menerima gaya angin). Warna perak sebagai identitas Honda.

V.2. Analisa Ruang

Tabel 5.3: Hubungan ruang.

Hubungan Ruang		Arahan/Penerapan Aplikasi
	Ruang dalam ruang	• Showroom mobil dengan ruang multimedia. • Ruang perawatan terdapat stall pencucian dan pengeringan. • Ruang perbaikan mobil/servis mobil terdapat ruang overhaul.
	Ruang yang saling berkaitan	• Cafeteria yang digunakan bersama-sama oleh fasilitas perawatan dan perbaikan. • Ruang suku cadang yang digunakan bersama-sama oleh ruang servis ringan dan berat.
	Ruang-ruang yang saling bersebelahan.	• Ruang display aksesoris dan car installation pada toko aksesoris. • Ruang kerja servis ringan dan berat. • Ruang modifikasi yang bersebelahan dengan showroom mobil baru.
	Ruang-ruang yang dihubungkan oleh sebuah ruang bersama.	• Hall dan koridor sebagai penghubung dari beberapa sarana fisik.



V.3 STUDI RUANG

➤ Ruang Pamer Mobil

Berfungsi sebagai tempat untuk memamerkan mobil-mobil, baik yang dijual maupun yang tidak dijual dengan kata lain sekedar untuk dipamerkan.

Ruang pamer dibedakan menjadi 2, yakni:

- **Ruang pamer tetap.**

Ruang pamer untuk mobil-mobil yang dijual, pada ruang pamer ini terdapat display untuk setiap tipe mobil Honda.

- **Ruang pamer tidak tetap.**

Yaitu ruang pamer yang digunakan untuk:

- Launcing atau pengenalan tipe-tipe terbaru.
- Pameran mobil prototype.

Untuk penampilan ruang pamer memperhatikan:

a) **Stage**, yakni tempat mobil dipamerkan yang antara lain stage diam dan putar.

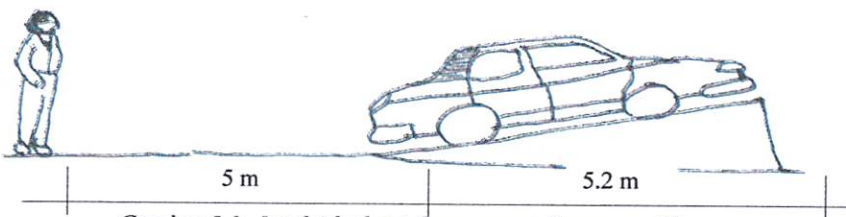
b) **Lighting**.

Pencahayaan ini sangat penting untuk menonjolkan mobil yang dipamerkan.

Maka dengan efek cahaya tertentu maka mobil tersebut akan tampil lebih menarik. Ada dua jenis pencahayaan yakni: pencahayaan sinar matahari dan buatan (menyeluruh dan *spotlight*).

➤ Standar Ruang Pamer

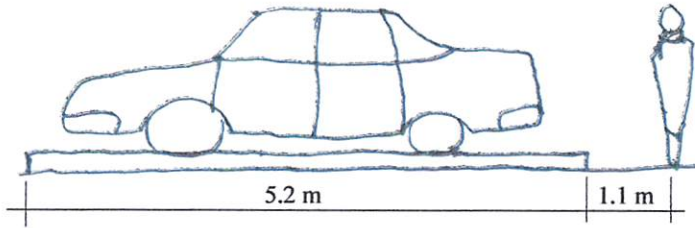
- Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.



Gambar 5.1: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

- Untuk stand berputar.

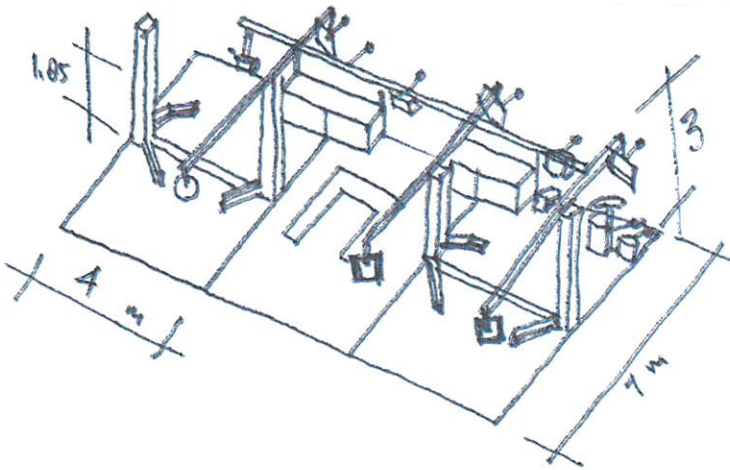
Dengan stand berputar maka pengamat tidak bisa terlalu dekat dengan mobil yang dipamerkan.



Gambar 5.2: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

➤ Stall Perbaikan / Servis Besar

Stall ini berfungsi untuk tempat atau sarana teknisi untuk memperbaiki kendaraan dengan mempergunakan bantuan alat berupa lift car untuk mengangkat mobil.



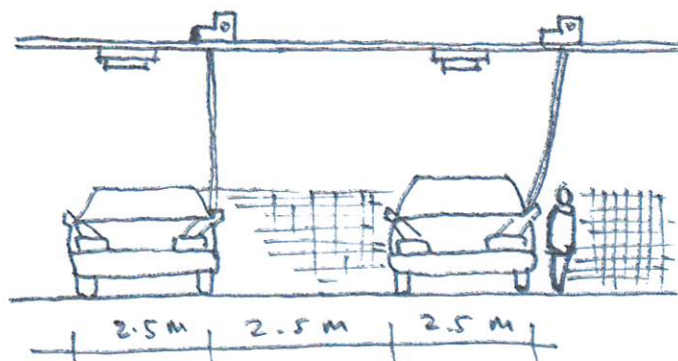
Gambar 5.3: Besaran ruang lift car.

Peletakan ruang over houl dekat dengan ruangan servis berat, karena ruang over houl ini berfungsi sebagai tempat perbaikan mesin-mesin mobil dengan mempergunakan alat. Dan di dalam ruangan over houl ini terdapat SST (tempat penyimpanan alat-alat perbaikan khusus).

➤ Stall Perbaikan / Servis Ringan

Fungsinya sebagai tempat untuk mekanik melakukan pekerjaan servis ringan, yang meliputi: cek mesin, ganti olie, dan lain-lain.

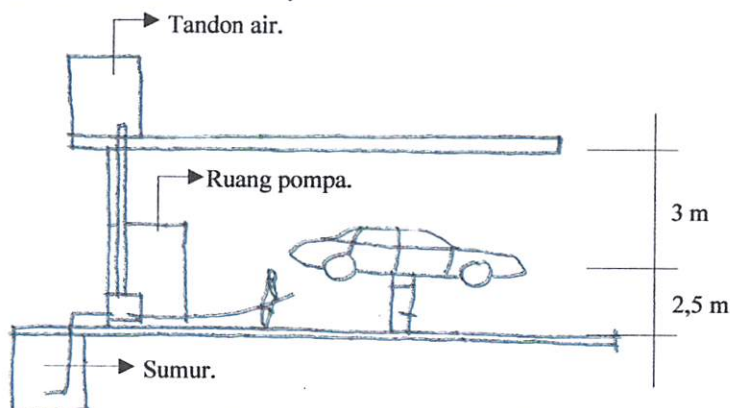
Pada stall ini jarak antara mobil harus luas agar mekanik tidak terganggu serta menghindari lecet, atau kerusakan lainnya pada saat kendaraan sedang diservis/perbaiki.



Gambar 5.4: Jarak antara stall.

➤ Pencucian Mobil

Tempat pencucian mobil menggunakan sistem hidrolik, agar mudah membersihkan bagian bawah mobil. Menggunakan aliran air yang diambil dari sumur kemudian disimpan di tandon atas.



Gambar 5.5: Pencucian Mobil.

➤ Ruang Perawatan

Aktifitas yang dilakukan di ruang perawatan, antara lain:

- Pencucian mobil.

- Pengeringan mobil.
- Poles bodi dan kaca.
- Pembersihan interior dan eksterior mobil, dan lain-lain yang berhubungan dengan salon mobil.

➤ **Ruang Perbaikan Bodi.**

Pengecatan dengan menggunakan oven room dapat menghasilkan warna yang lebih sempurna dari pada pengecatan di ruangan terbuka. Syarat cat yang digunakan terbuat dari polyurethane dengan panas ideal untuk kering 20-60⁰ c. Perbandingan cat dengan bahan dasar lainnya harus benar-benar tepat. Pada saat pengecatan, suhu oven room 30⁰ c, saat pengeringan 60-80⁰ c. Plafond terbuat dari bahan semacam busa yang akan mengalirkan udara yang bisa diatur suhunya agar selalu stabil dalam pengecatan.

➤ **Ruang Aksesoris dan Spareparts**

Berfungsi sebagai display untuk suku cadang dan aksesoris. Terdapat perbedaan antara display suku cadang dan display aksesoris, yakni:

- Aksesoris

Penataan barang-barang aksesoris harus lebih menarik, karena mengingat sifat aksesoris hanya sebagai pelengkap bukan hal yang utama. Dengan penataan yang baik dan menarik, pengunjung akan tertarik untuk melihat dan mengetahui. Jika sudah mengetahui dan tertarik, maka ada keinginan untuk membeli.

Ruang pameran aksesoris dibagi menjadi dua bagian, yakni:

1) Aksesoris audio

Yaitu aksesoris yang mencakup segala kebutuhan sound system pada sebuah mobil, termasuk: speaker, power amplifier, kabel-kabel, jok, dan lain-lain.

2) Aksesoris non-audio

Yaitu aksesoris yang mencakup kebutuhan fisik mobil, juga modifikasi mobil, termasuk: knalpot, ban, velg, setir, lampu, accu-baterai, shockbreaker, dan lain-lain.

- Suku Cadang

Untuk suku cadang ukuran kecil dibuatkan rak yang diberi sekat-sekat untuk peletakkan dan diberi kode.

Penataan ruang yang baik pada bagian suku cadang dapat menjamin kelancaran aliran pelanggan suku cadang maupun aliran pasokan suku cadang yang efisien.

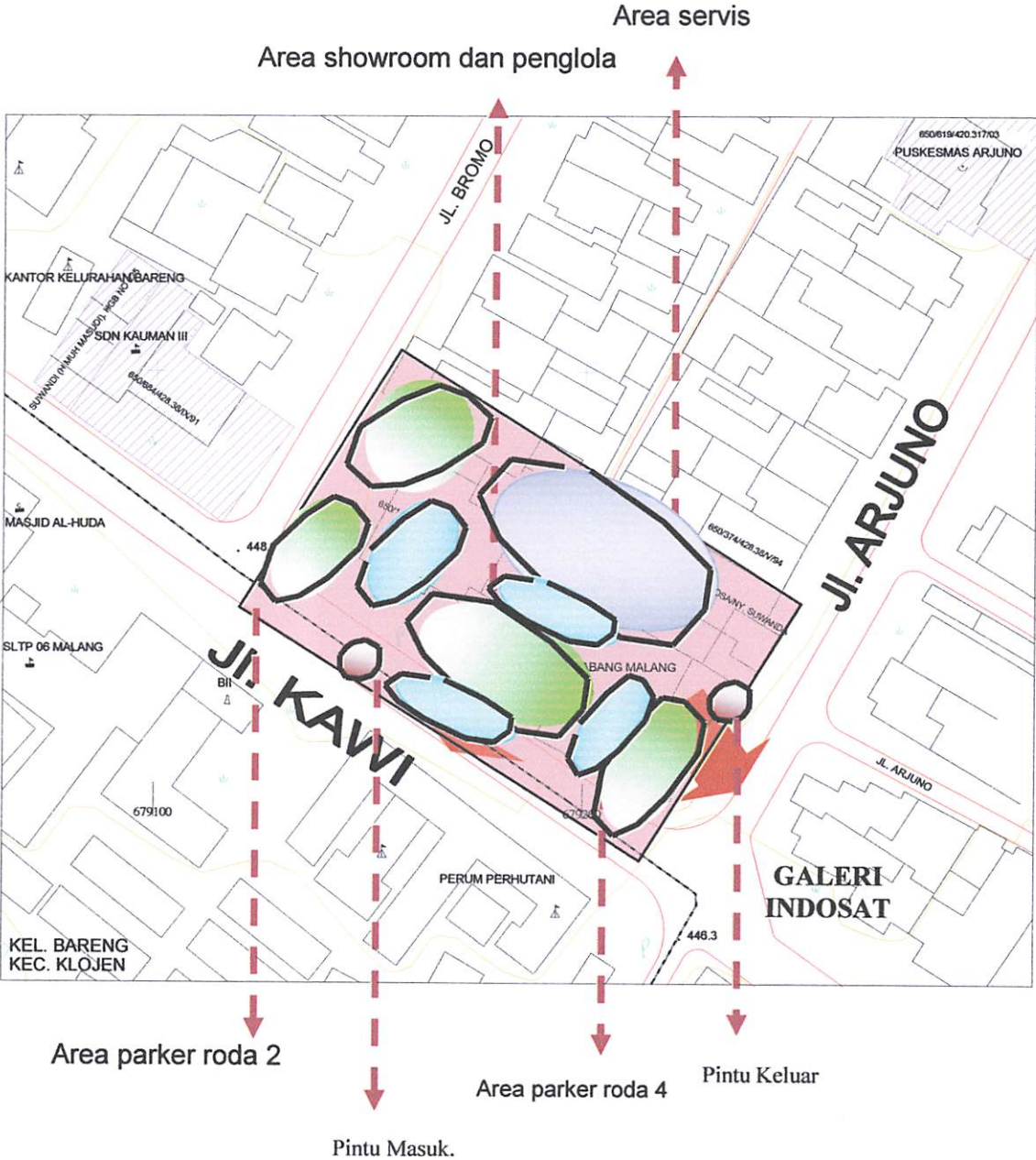
Pada intinya bagian suku cadang terdapat dua area, yaitu secara fungsional berbeda satu sama lainnya. Dua area tersebut adalah:

- 1) Area pelanggan (kantor, kasir, ruang tunggu pelanggan).
 - Untuk menjamin kelancaran proses pelayanan suku cadang, area pelanggan harus dirancang dengan efektif.
 - Area pelanggan harus memiliki hubungan yang baik dengan fungsi-fungsi lainnya di showroom dan servis.
- 2) Area kerja (suku cadang/ruang kantor).
 - Tata letak area kerja harus memungkinkan bagi para karyawan untuk mewujudkan efisiensi pengadaan suku cadang, seperti pengiriman, penerimaan dan penyimpanan suku cadang.

V.4 Analisa Tapak

V.4.1 Pendaerahan Site

Ketepatan dalam penganalisaan suatu pendaerahan memberikan gambaran pada site yang akan dirancang.



Gambar 5.6: Pemanfaatan site.

Keterangan:

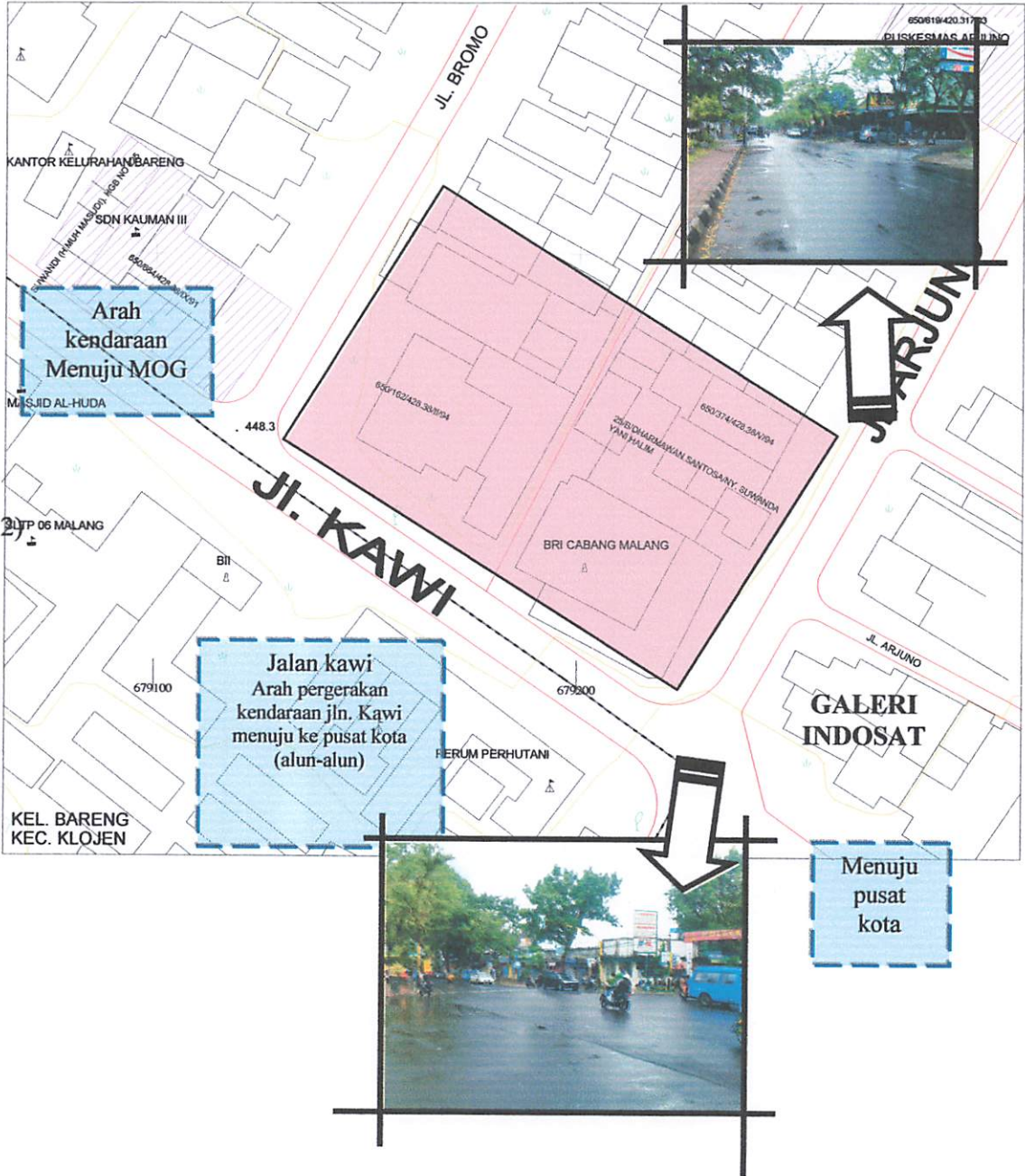


Space untuk sirkulasi dan vegetasi.



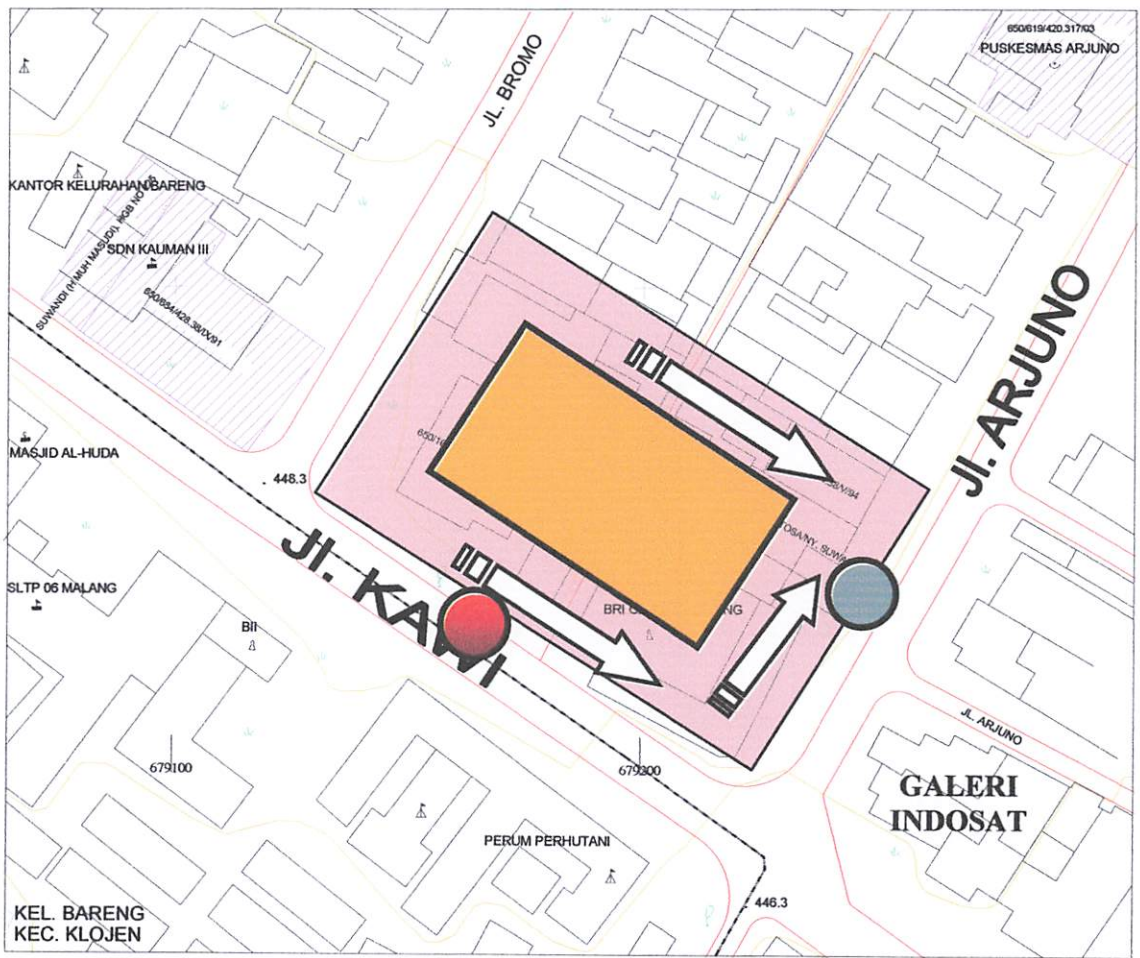
Hasil orientasi pada bangunan memberikan faktor penentu terhadap arah tatanan bangunan yang terjadi.

V.4.2 Analisa Pencapaian
1) Data yang diperoleh:



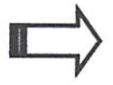
Gambar 5.7: Pencapaian site.

Penyelesaian arah kendaraan menuju dan meninggalkan site:



Gambar 5.8: Sirkulasi Site.

Keterangan:

-  Pintu masuk. Dasar pertimbangan karena karakter jalan ke utara dan mayoritas menuju ke arah barat site. Sehingga ditetapkan pintu masuk di jalan Kawi.
-  Pintu keluar. Dasar pertimbangan karena pengendara mayoritas menuju ke arah barat. Sehingga menyatukan satu titik pergerakan kendaraan dan meninggalkan site.
-  Pergerakan kendaraan di dalam site. Mengarahkan pada satu titik pintu keluar.
-  Rencana peletakan massa; showroom dan perbengkelan.



V.4.3 Analisa Vegetasi

Pada perancangan pusat pelayanan mobil Honda penggunaan potensi vegetasi yang sudah ada sebagai barrier terhadap kebisingan di luar ruangan



Gambar 5.9: Vegetasi.

Beberapa fungsi vegetasi:

- Pengendali iklim (radiasi sinar matahari dan udara).

Vegetasi mengurangi radiasi matahari dengan menyerap panas matahari sehingga memberikan keteduhan untuk kawasan disekitarnya.

Vegetasi juga sebagai penyaring debu, bau dan sehingga memberikan udara segar

- Pembatas fisik.

Vegetasi memberikan batasan terhadap pergerakan manusia dan kendaraan. Vegetasi juga sebagai pengarah.

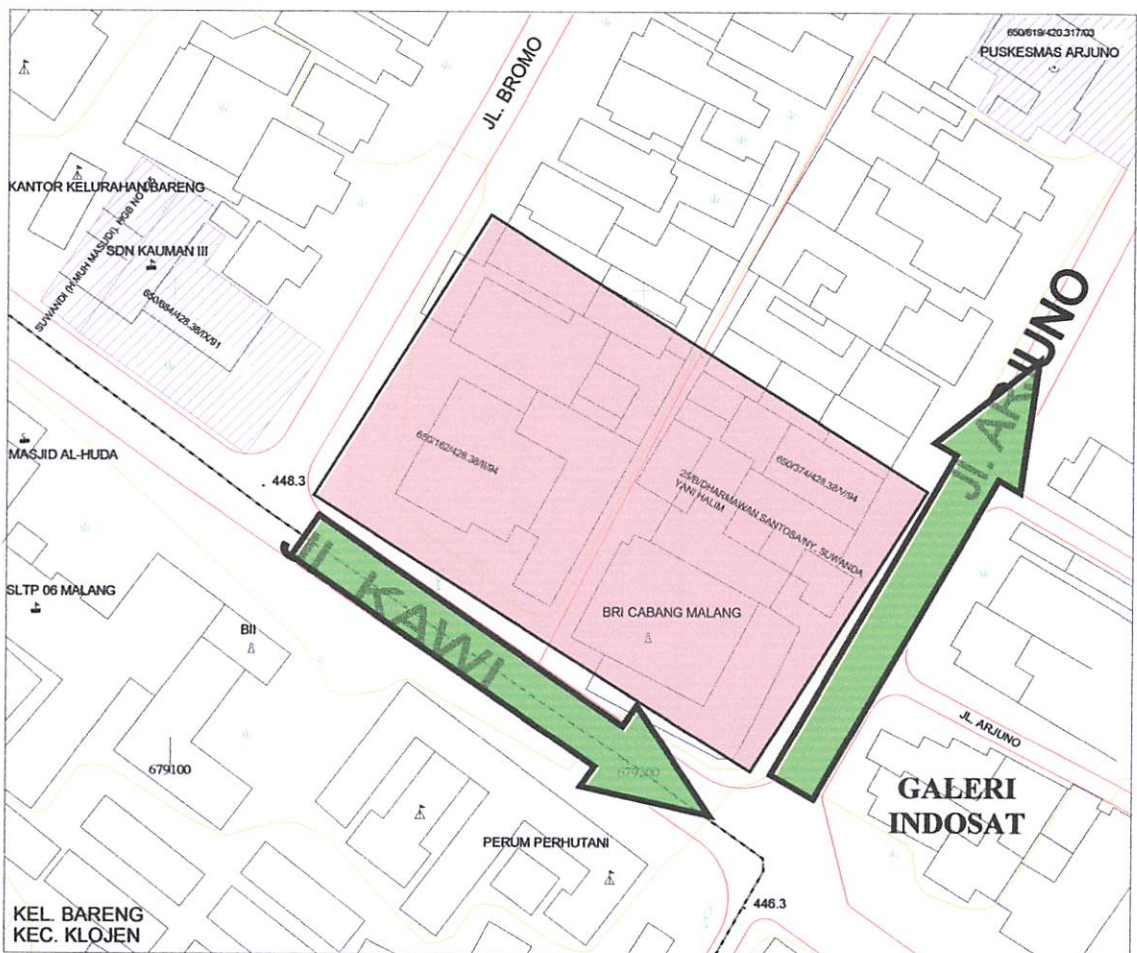
- Pengendali suara.

Vegetasi berfungsi sebagai penghalang kebisingan yang disebabkan keadaan dilingkungan sekitarnya seperti yang disebabkan oleh kendaraan bermotor

V.4.4 Analisa View To Site

Identifikasi:

Permasalahan utama dalam perancangan ini adalah bentuk dan tampilan bangunan sehingga fasade/tampilan serta bentuk harus atraktif, inovatif dan komunikatif.



Gambar 5.10: View to Site.



Keterangan:

Pada jalur jalan kawi ini pandangan pengamat lebih bebas dengan karakter jalan yang panjang, sehingga memungkinkan pengamat bisa menikmati pandangan ke arah site dengan tampilan bangunan atraktif, inovatif dan komunikatif sehingga menciptakan kesan vocal point.

Zona vocal point, tampilan fasade bangunan showroom yang transparan dan terbuka yang mencirikan sebuah bangunan komersial. Sehingga pengamat mulai memahami fungsi obyek yang diamatinya.

Pandangan pengamat mencapai klimaks. Tampilan bangunan yang metaphor sesuai dengan konsep Michael Graves yang menekankan tampilan arsitektur mempunyai identitas bangunan. Sehingga menciptakan kesan memoriabel bagi pengunjung yang melihatnya

V.4.5 Sirkulasi Dalam Tapak

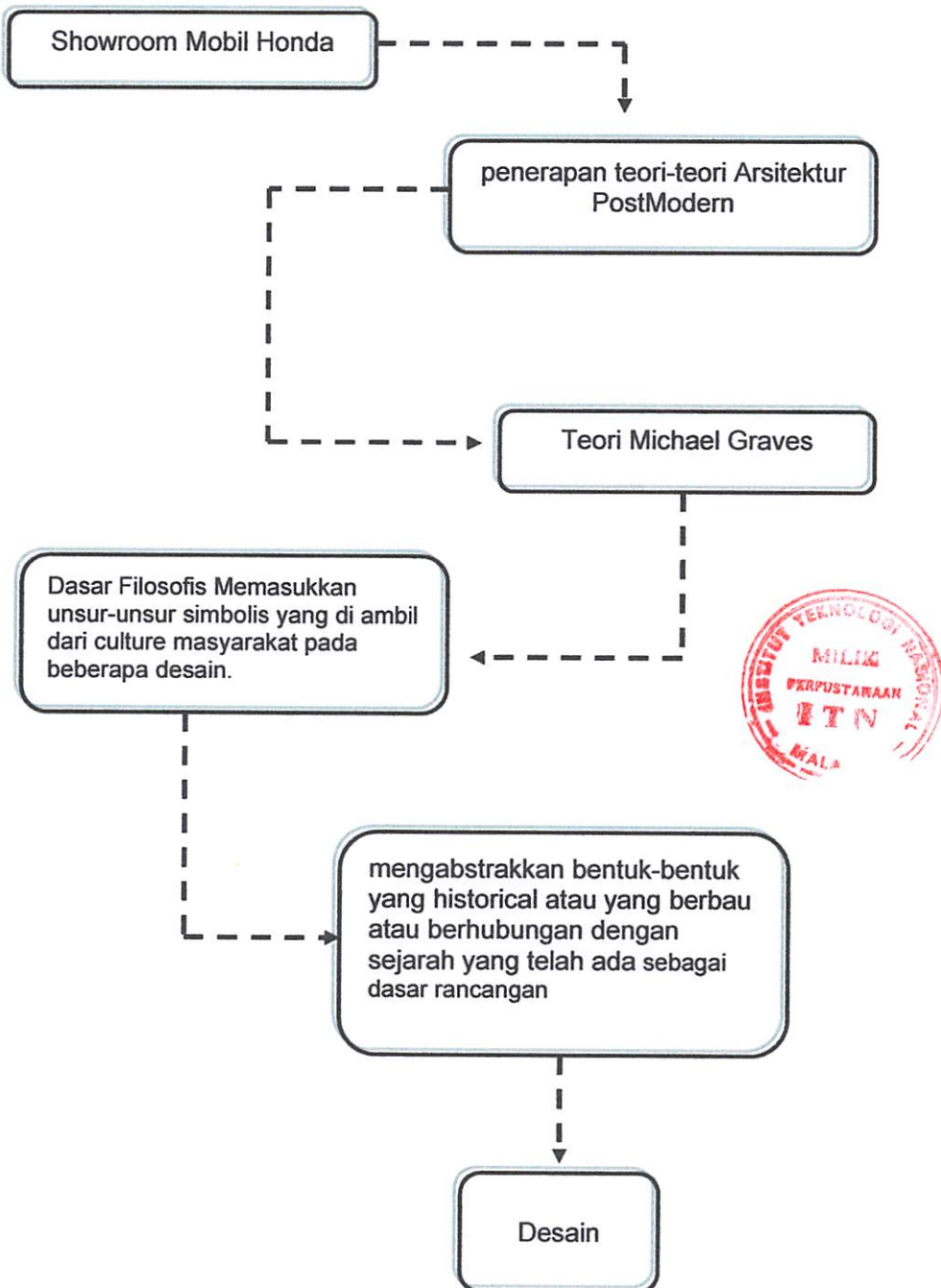
Sirkulasi mengelilingi bangunan dengan tujuan agar pengunjung dapat melihat keseluruhan bangunan.

Sirkulasi pengunjung sama dengan sirkulasi pengelola dan karyawan. Menyatukan sirkulasi dan mengahkannnya agar tidak mengganggu aktifitas.

BAB VI

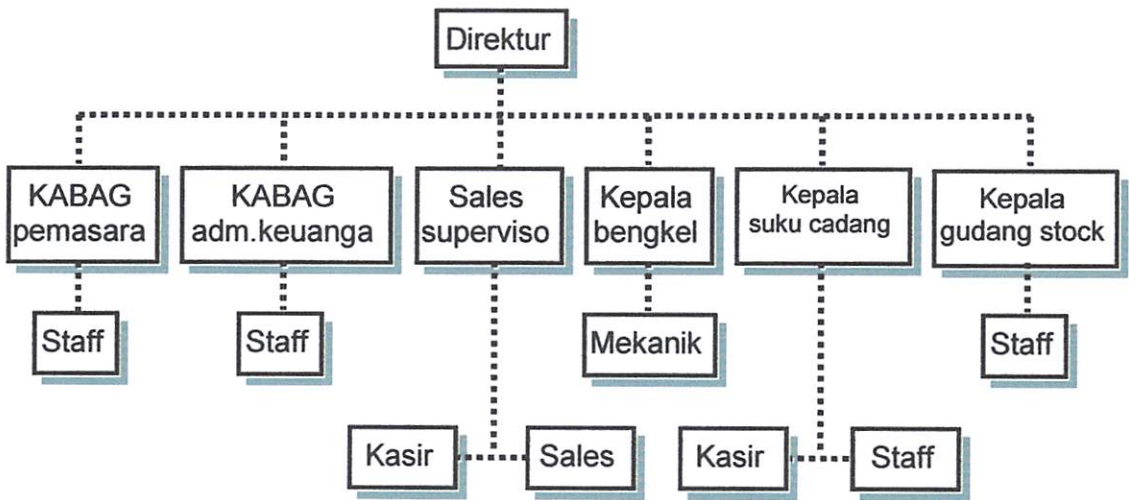
PROGRAMING

VI.1 Diagram Pemikiran

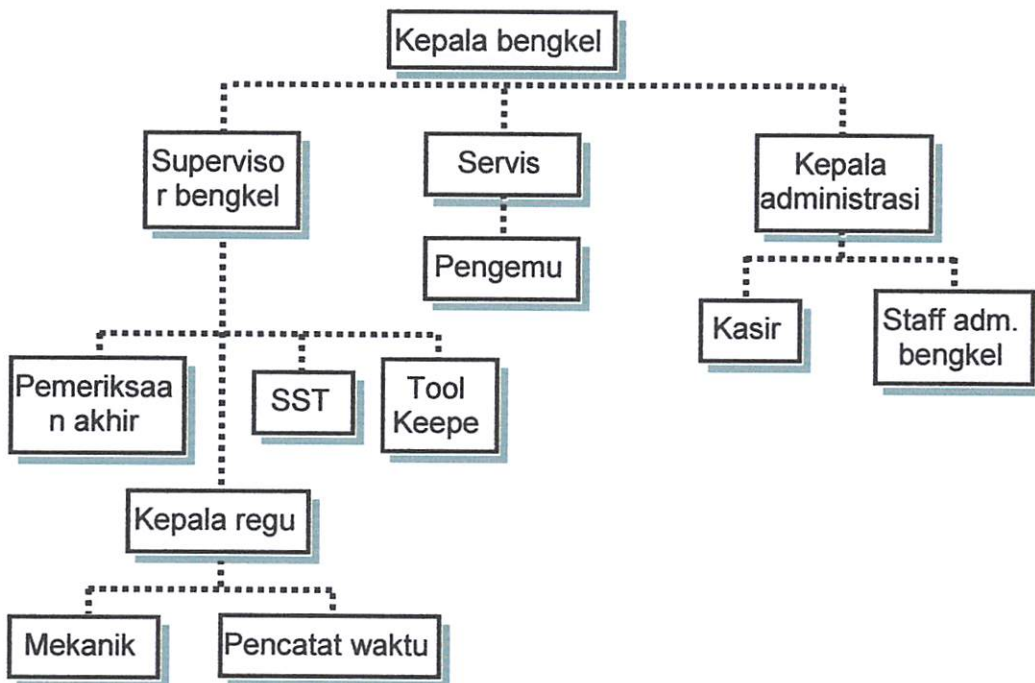


Gambar 6.1 Pola Pemikiran

VI.1.1 Diagram Susunan Organisasi



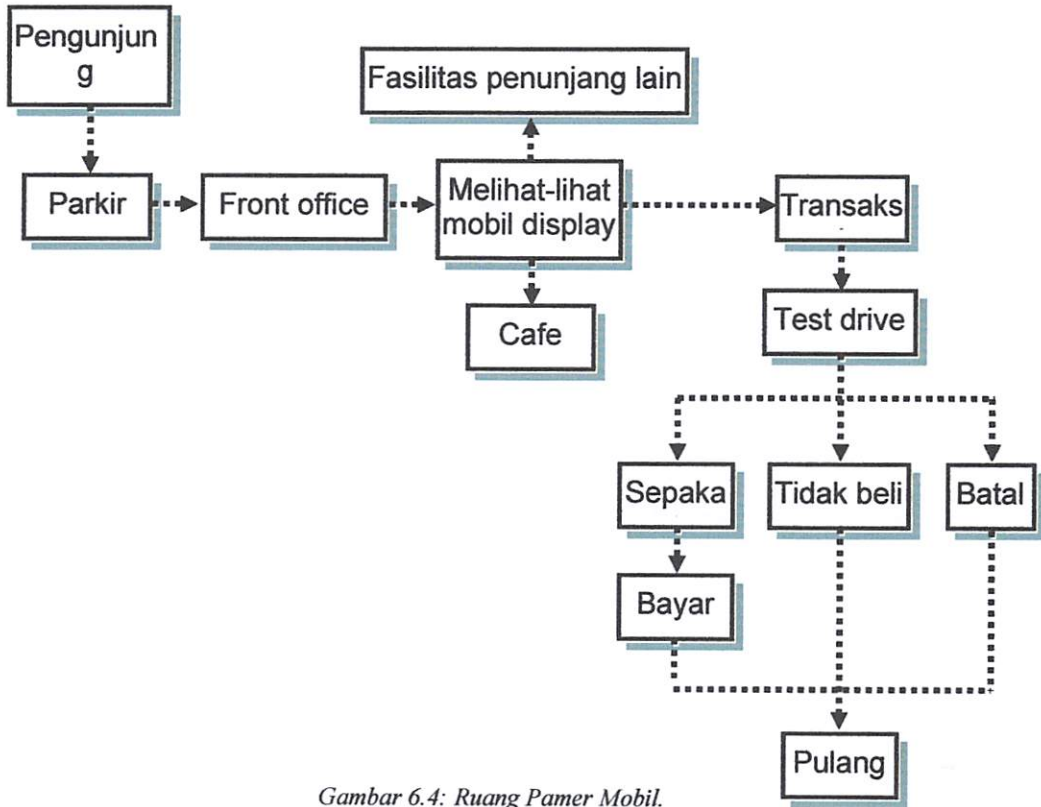
Gambar 6.2: Diagram susunan organisasi (pengelola).



Gambar 6.3: Diagram susunan organisasi (perbengkelan).

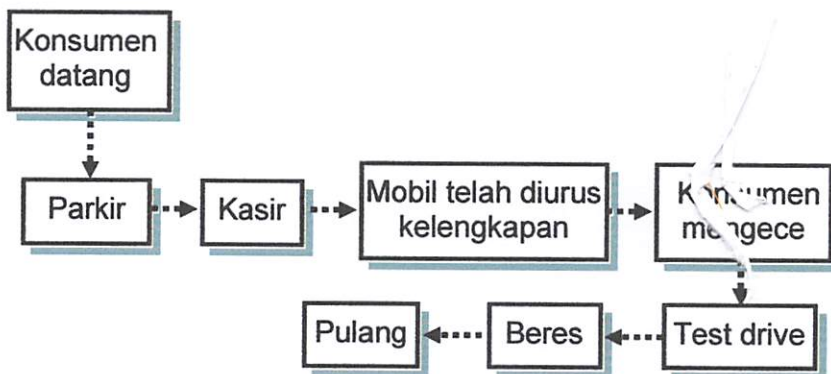
VI.2 Aktivitas Pengunjung

- Ruang Pamer Mobil (*Showroom*).



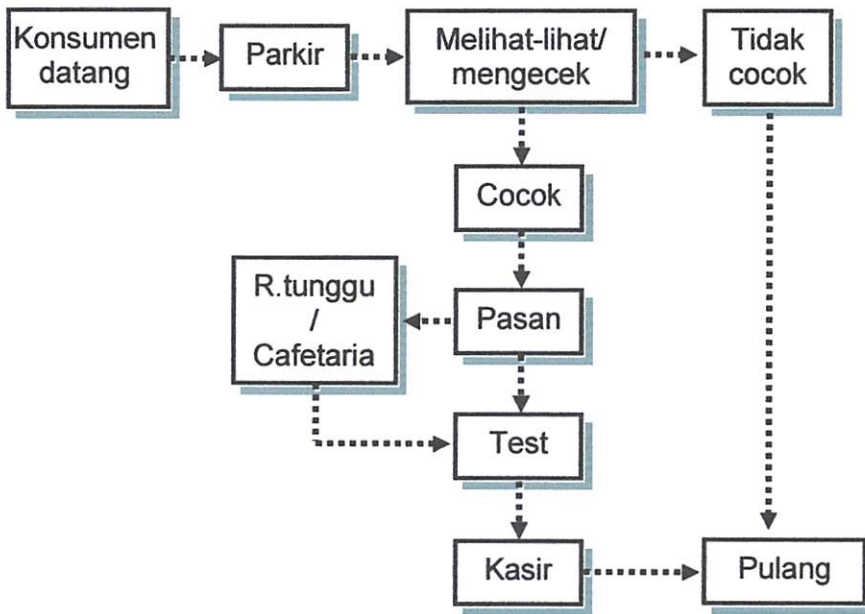
Gambar 6.4: Ruang Pamer Mobil.

- Mobil Yang Telah Disepakati



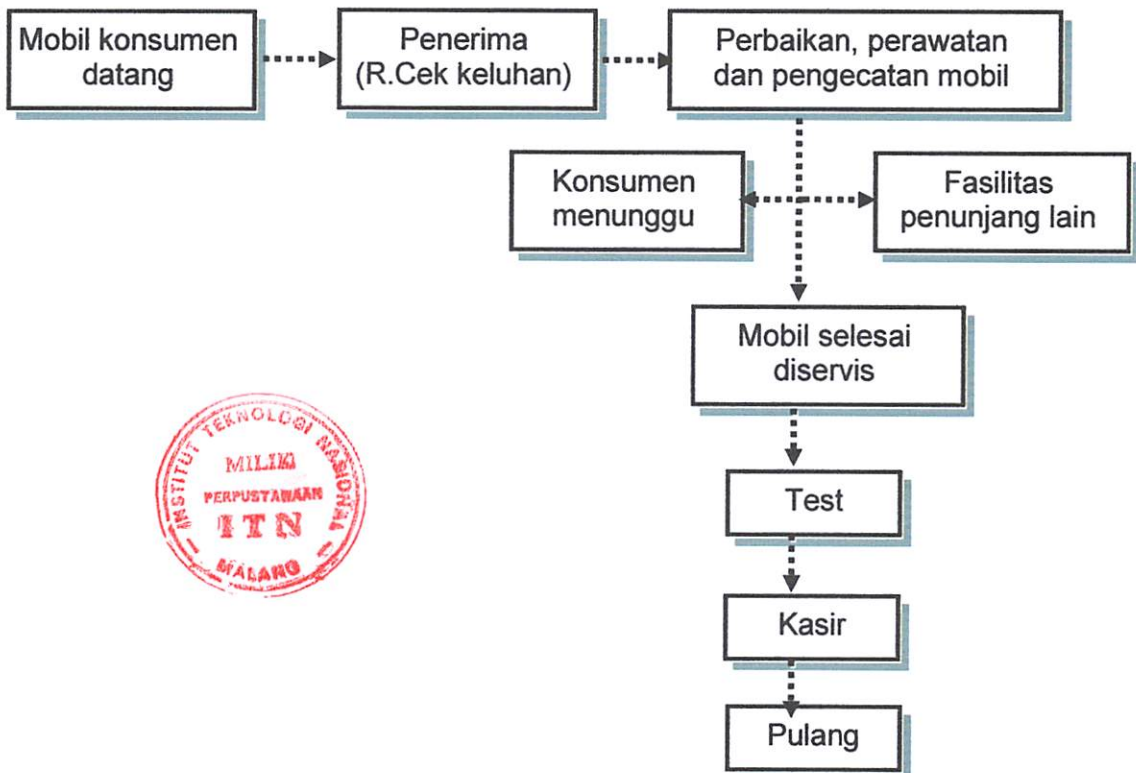
Gambar 6.5: Mobil Yang Telah Disepakati.

- Toko Aksesoris / *Spareparts*



Gambar 6.6: Toko Aksesoris / *Spareparts*

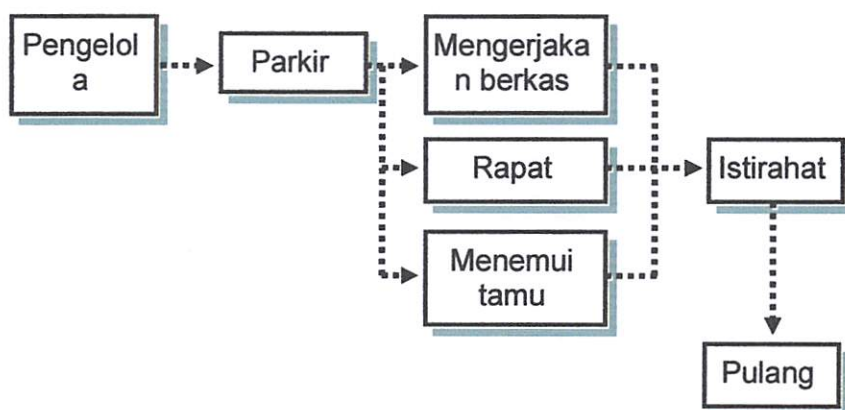
- Ruang Servis Mobil / Bengkel



Gambar 6.7: Ruang Servis Mobil / Bengkel.

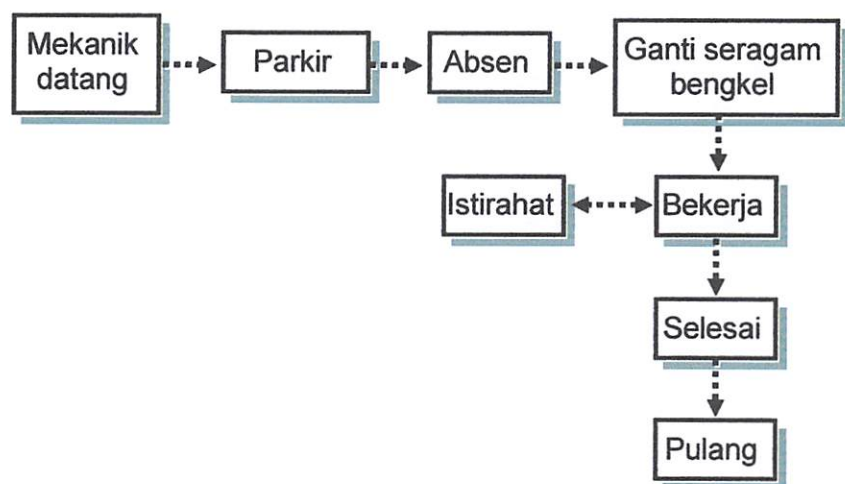
VI.2.1 Analisa Aktivitas Pengelola

- **Kantor Pengelola**



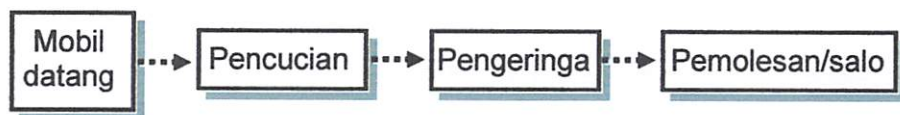
Gambar 6.8: Kantor Pengelola.

- **Mekanik**



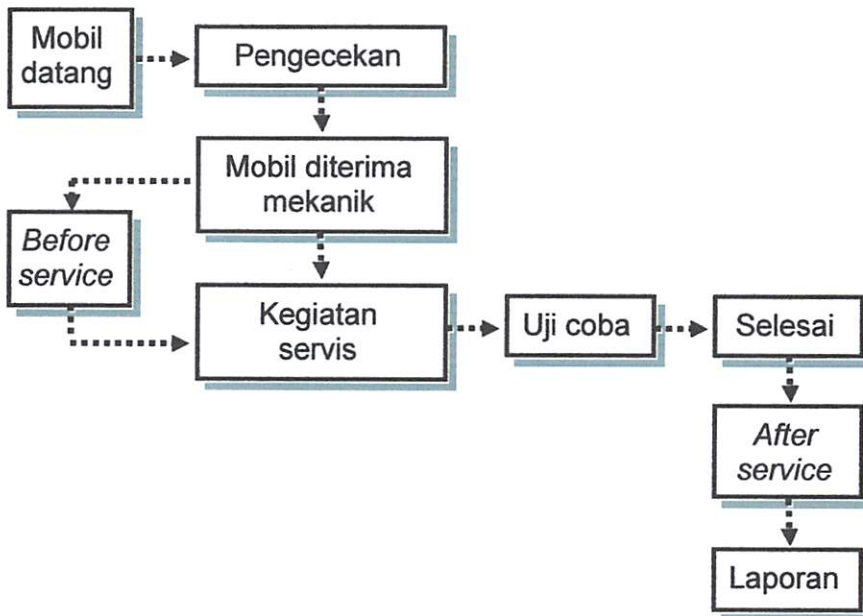
Gambar 6.9: Mekanik.

- **Kegiatan Bagian Perawatan Mobil**



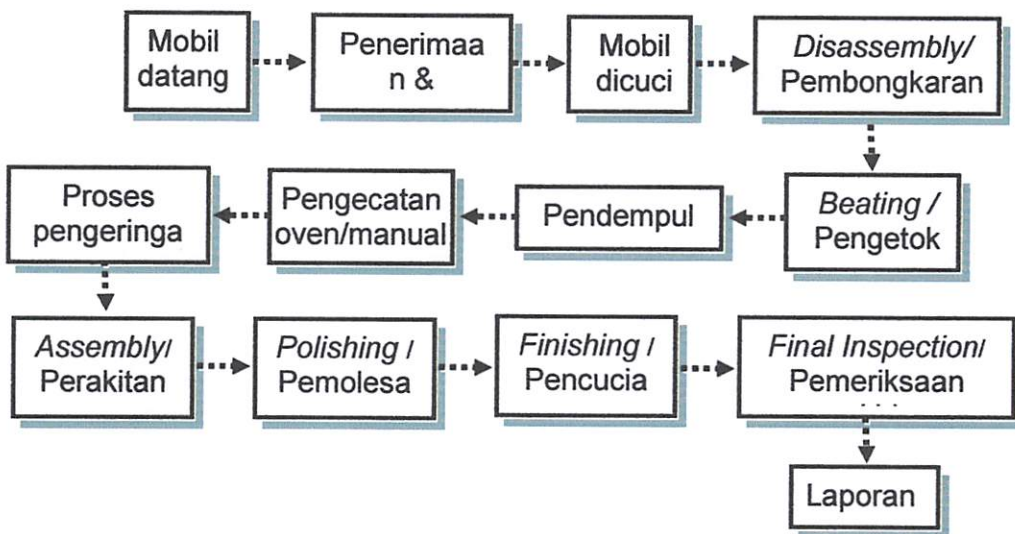
Gambar 6.10: Kegiatan bagian perawatan mobil.

- **Kegiatan Servis**



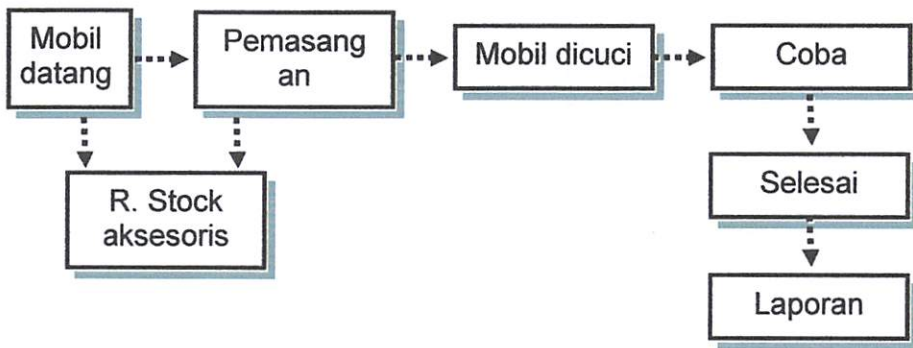
Gambar 6.11: Kegiatan servis.

- **Kegiatan Perbaikan Bodi Mobil**



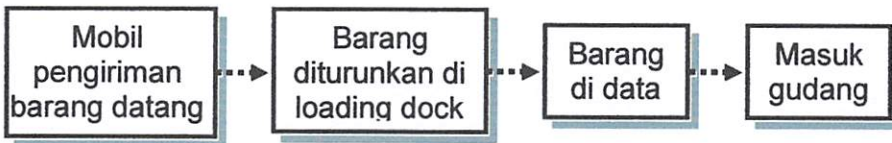
Gambar 6.12: Kegiatan perbaikan bodi mobil.

- **Aksesoris Mobil**



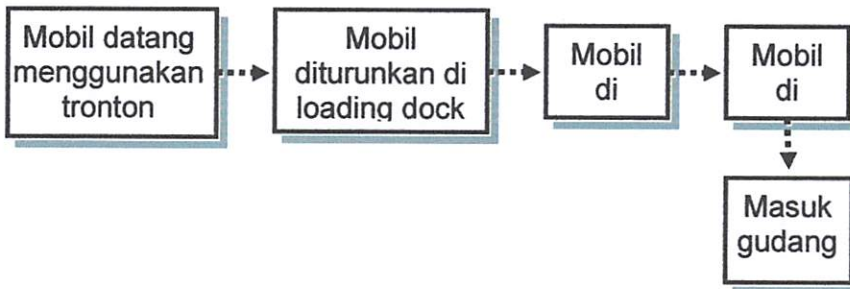
Gambar 6.13: Aksesoris mobil.

- **Suku Cadang / Spareparts**



Gambar 6.14: Suku cadang / spareparts.

- **Gudang Stock Mobil**



Gambar 6.15: Gudang stock mobil.

VI.2.2 Pengelompokan Ruang

Bedasarkan program kegiatan, pelaku dan jenis kegiatan serta pengelompokan kegiatan yang terlebih dahulu diuraikan, maka fasilitas yang direncanakan pada Pusat Pelayanan Mobil Honda di Malang adalah sebagai berikut:

- **Fasilitas Perdagangan**
 - Showroom, sebagai tempat untuk memasarkan produk mobil baru.
 - Café, sebagai tempat untuk makan dan minum.
 - Toko aksesoris, sebagai tempat untuk menjual aksesoris mobil.
 - Toko spareparts, sebagai tempat untuk menjual suku cadang mobil.
- **Fasilitas Servis**
 - Ruang servis mobil, sebagai tempat untuk perawatan dan perbaikan mobil.
 - Ruang cuci dan salon mobil, sebagai tempat untuk perawatan mobil.
 - Body Paint, sebagai tempat pengecatan mobil.
- **Fasilitas Pengelola**
 - Kantor pengelola.
 - Kantor administrasi.
 - Kantor keamanan.
 - Kantor teknisi / kontroler.
- **Fasilitas Informasi**
 - Ruang informasi audio visual.
 - Ruang informasi dengan computer.
- **Fasilitas Rekreatif**
 - Pameran modifikasi, ajang kreatif para pecinta modifikasi mobil Honda dan masyarakat umum dapat menikmatinya.
 - Area video game.

VI.2.3 Besaran Ruang

a. Ruang Pengelola

Tabel 6.1 Ruang Pengelola

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas (m ²)
R. Direktur	1	3 Orang	7 x 5	35
R. Sekretaris	1	4 Orang	5 x 4	20
R. Manajer	1	4 Orang	6 x 5	30
R. Administrasi	1	6 Orang	5 x 4	20
R. Pemasaran	1	3 Orang	5 x 4	20
R. Personalia	1	3 Orang	5 x 4	20
R. Meeting	1	20 Orang	20 x 5	100
Toilet	2	8 Orang	5,5 x 6	66
R. Cleaning Service	1	8 Orang	5 x 4	20
R. Peralatan	1	4 Orang	6 x 5	30
R. Teknisi	1	2 Orang	5 x 5	25
R. Arsip	1	5 Orang	6 x 6	36
Jumlah				487
Sirkulasi 30 %				146,1
Total Luas				675,2

b. Ruang Utama Ruang Showroom

Tabel 6.2 Ruang Showroom

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas (m ²)
Entrance Hall	1	50 Orang	50 x 1,24	64
Showroom area	2	20 Mobil	12,5 x 20	250
R. Keamanan	1	4 Orang	4 x 5	20
R. Promosi	1	12 Orang	12 x 39	468
R. Receptionist	1	3 Orang	3 x 4	24
R. Staff Stock	1	6 Orang	6 x 4	24
R. Staff Sales	1	6 Orang	6 x 4	24
R. Transaksi	1	5 Orang	5 x 15	75
R. Tunggu	2	20 Orang	20 x 1,24	49,6
Toilet	2	12 Orang	5,5 x 6	66
R. Stock kendaraan	1	40 Mobil	12,5 x 40	500
Cafe	1	30 Orang	25 x 15	300
Jumlah				2.151,8
Sirkulasi 30 %				645,5
Total Luas				2.797,3

Ruang Bengkel Suku Cadang dan Aksesoris

Tabel 6.3 Ruang Bengkel Suku Cadang dan Aksesoris

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas (m ²)
R. Receptionist & Kasir	1	9 Orang	6 x 6	36
R. Staff Mekanik	1	3 Orang	4 x 6	24
R. Staff Sparepart	1	3 Orang	4 x 6	24
R. Minyak Pelumas	1	1 rak 10 drum	4 x 6	24
R. Bongkar Mesin	1	4 mesin	4 x 6,5	60
R. Perbaikan				
- R. Perbaikan Ringan	1	12 mobil	12 x 39	468
- R. Perbaikan Berat	1	4 mobil	4 x 50	200
R. Suku Cadang	1		8 x 20	160
R. Ganti Karyawan	1	30 Orang	12 x 4	48
R. Keamanan	2	2 Orang	2 x 4	16
R. Tunggu	2	30 Orang	8 x 5	80
Jumlah				1.335
Sirkulasi 30 %				400,5
Total Luas				1.735,5

c. Ruang Penunjang

Tabel 6.4 Ruang Penunjang

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas (m ²)
Retail Aksesoris	1	30 Orang	20 x 15	300
Musholla	1	30 Orang	5 x 4	20
Toilet	2	8 Orang	5,5 x 6	66
Modifikasi	1	20 Mobil	20 x 15	300
Loading dock	1	10 Mobil	10 x 15	150
Parkir		33 Mobil	5,5 x 2,5	453,75
		40 Motor	1 x 2	80
Jumlah				5.176
Sirkulasi 20 %				1.035,2
Total Luas				6.211,2



d. Ruang Utilitas Bangunan

Tabel 6.5 Ruang Utilitas Bnagunan

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Ukuran	Luas (m ²)
R. Genset dan Trafo	1	48	6 x 8	48
R. Control Panel	1	10	4 x 6	24
R. AHU	1	60	6 x 5	60
R. Pompa	1	30	6 x 5	30
Jumlah				198
Sirkulasi 20 %				39,6
Total Luas				237,6

Tabel Luas Besaran Ruang Keseluruhan

Tabel 6.6 Besaran Ruang Keseluruhan

Jenis Ruang	Besaran Ruang
Kebutuhan ruang pengelola	633,1 m ²
Kebutuhan ruang showroom	2.797,3 m ²
Kebutuhan ruang bengkel	1.735,5 m ²
Kebutuhan ruang penunjang	6.211,2 m ²
Kebutuhan ruang utilitas bangunan	237,6 m ²
Total	11.614,7 m²

Kebutuhan luasan tapak dengan BC (KDB) 60% :

Luas tapak = 12 .400m² / 1.24 Ha

60/100 x 11.614 = 6.968 m²

Karena luas BC lebih kecil daripada kebutuhan ruang, maka bangunan dibuat lebih dari 1 lantai.



➤ **Sirkulasi Pada Ruang Pamer Mobil**

Untuk pola sirkulasi mobil ini dimaksud adalah ruang gerak untuk mobil yaitu:

- Maju.
- Mundur.
- Belok kanan.
- Belok kiri.
- Memutar.

Kesemuanya itu disesuaikan dengan panjang, lebar dan radius putar dari kendaraan tersebut.

Tabel 6.7 Radius putar mobil Honda.

Jenis	Radius Putar (m)
Honda Jazz	4,7
Honda Civic	5,4
Honda Accord	5,9
Honda City	4,7
Honda CR-V	5,2
Honda Freed	5,2

BAB VII

KONSEP



VII.1 Bentuk

Didalam posmo, bentuk dan ruang adalah komponen dasar yang tidak harus berhubungan satu menyebabkan yang lain (sebab akibat), keduanya menjadi 2 komponen yang mandiri, sendiri-sendiri, merdeka, sehingga bisa dihubungkan atau tidak.

Yang jelas bentuk memang berbeda secara substansial, mendasar dari ruang. Ciri pokok dari bentuk adalah 'ada dan nyata/terlihat/teraba', sedangkan ruang mempunyai ciri khas 'ada dan tak-terlihat/tak-nyata'. Kedua ciri ini kemudian menjadi tugas arsitek untuk mewujudkannya.

Bentukan bangunan yang banyak terdiri dari setengah lingkaran dan segitiga yang mempunyai ciri khas berarsitektur machel greiv. Adanya penambahan ornamen untuk menciptakan kesan post-modern – historis.

Arsitektur post-modern adalah memadukan unsur masa lalu dan masa kini sehingga untuk bentuk showroom (ruang pamer mobil) mengadopsi arsitektur modern. Bentuk atap diidentifikasi karena mobil Honda yang aerodinamik (menerima gaya angin). Warna perak dan merah sebagai identitas Honda.

Menghadirkan karakter mobil Honda dengan memberi tampilan fasade logo Honda "H". Fasade yang terbuka dengan material kaca adalah ciri dari bangunan komersial, sehingga dapat memberi kesan transparan, setailis sporty dan selalu inovatif.

VII.1.1 Fungsi

Fungsi (bukan sebagai aktivitas atau apa yang dikerjakan oleh manusia terhadap arsitektur) Yang dimaksud dengan 'fungsi' di sini bukanlah 'aktivitas', bukan pula 'apa yang dikerjakan/dilakukan oleh manusia terhadap arsitektur' (keduanya diangkat sebagai pengertian tentang 'fungsi' yang lazim digunakan dalam arsitektur modern). Dalam arsitektur posmo yang dimaksud fungsi adalah peran dan kemampuan arsitektur untuk mempengaruhi dan melayani manusia, yang disebut manusia bukan hanya pengertian manusia sebagai makhluk yang berpikir, bekerja melakukan kegiatan, tetapi manusia sebagai makhluk yang berpikir, bekerja, memiliki perasaan dan emosi, makhluk yang punya mimpi dan ambisi, memiliki nostalgia dan memori. Manusia bukan manusia sebagai makhluk biologis tetapi manusia sebagai pribadi.

Fungsi = apa yang dilakukan arsitektur, bukan apa yang dilakukan manusia; dan dengan demikian, 'FUNGSI bukan AKTIVITAS'

VII.1.2 Konsep ruang

- Showroom mobil dengan ruang multimedia.
- Ruang perawatan terdapat stall pencucian dan pengeringan bersebelah dengan parkir pada lantai dasar.
- Cafetaria yang digunakan bersama-sama oleh fasilitas perawatan dan perbaikan.
- Ruang suku cadang yang digunakan bersama-sama oleh ruang servis ringan dan berat
- Ruang display aksesoris dan car installation pada toko aksesoris.
- Ruang kerja servis ringan dan berat.
- Ruang modifikasi yang bersebelahan dengan servis ringan, showroom

➤ Ruang Pamer Mobil

Berfungsi sebagai tempat untuk memamerkan mobil-mobil, baik yang dijual maupun yang tidak dijual dengan kata lain sekedar untuk dipamerkan.

Ruang pamer dibedakan menjadi 2, yakni:

- Ruang pamer tetap.

Ruang pamer untuk mobil-mobil yang dijual, pada ruang pamer ini terdapat display untuk setiap tipe mobil Honda.

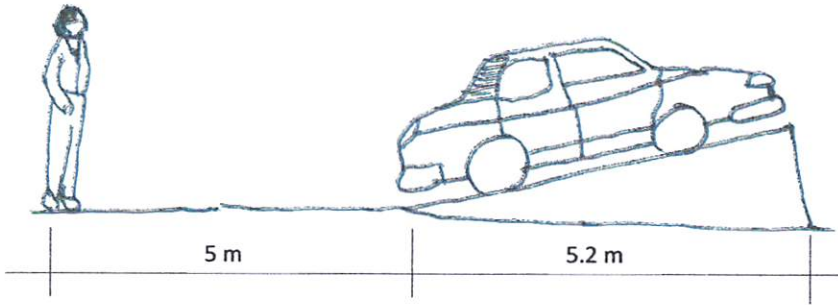
- Ruang pamer tidak tetap.

Yaitu ruang pameran yang digunakan untuk:

- Launching atau pengenalan tipe-tipe terbaru.
- Pameran mobil prototype.

➤ Standar Ruang Pamer

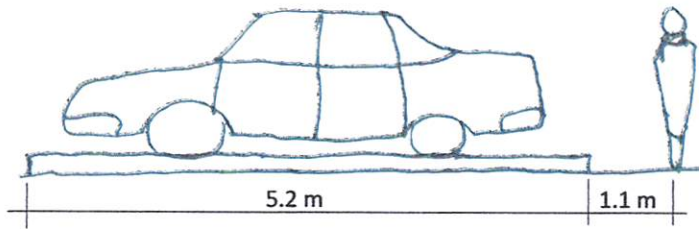
- Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.



Gambar 7.1: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

- Untuk stand berputar.

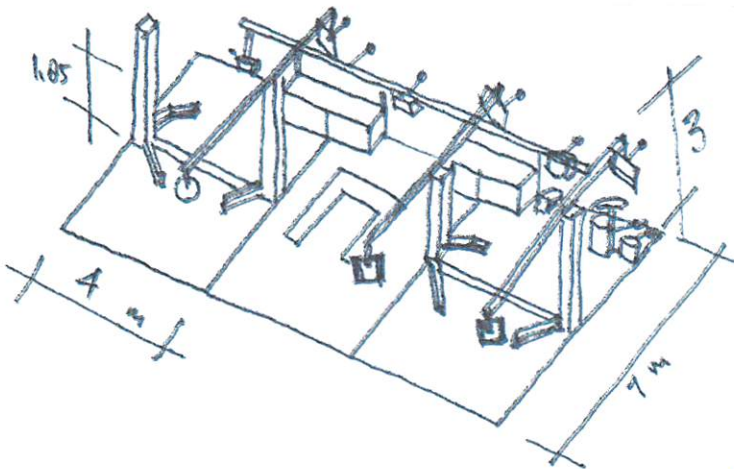
Dengan stand berputar maka pengamat tidak bisa terlalu dekat dengan mobil yang dipamerkan.



Gambar 7.2: Jarak Ideal Untuk Pengamat Dengan Mobil.

➤ Stall Perbaikan / Servis Besar

Stall ini berfungsi untuk tempat atau sarana teknisi untuk memperbaiki kendaraan dengan menggunakan bantuan alat berupa lift car untuk mengangkat mobil.

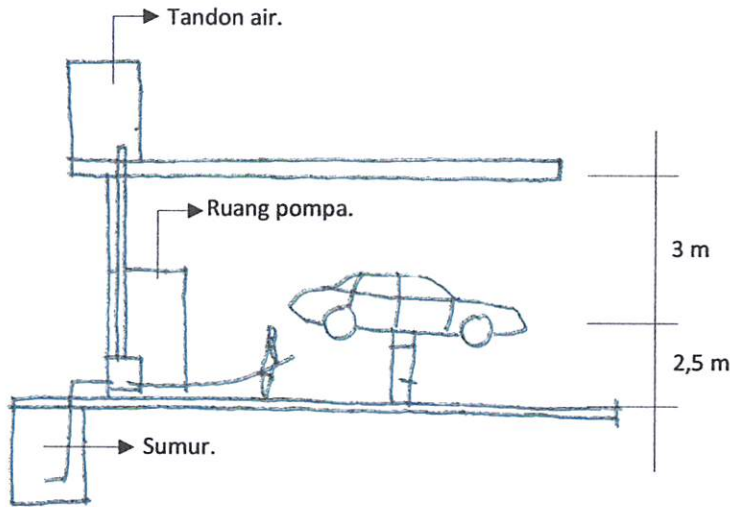


Gambar 7.3: Stall Perbaikan / Servis Besar



Pencucian Mobil

Tempat pencucian mobil menggunakan sistem hidrolik, agar mudah membersihkan bagian bawah mobil. Menggunakan aliran air yang diambil dari sumur kemudian disimpan di tandon atas.



Gambar 7.4: Ruang cuci mobil.

➤ Ruang Perawatan

Aktifitas yang dilakukan di ruang perawatan, antara lain:

- Pencucian mobil.
- Pengeringan mobil.
- Poles bodi dan kaca.
- Pembersihan interior dan eksterior mobil, dan lain-lain yang berhubungan dengan salon mobil.

RUANG PENGELOLA

- Ruang Pertemuan
- Ruang Staff Administrasi, Keuangan, Personalia
- Ruang Manajer & Wakil
- Ruang Arsip
- Ruang Arsip
- Ruang Karyawan
- Gudang

- Toilet

Ruang Administrasi Servis

- Ruang Servis Mobil
- Ruang Cek Keluhan
- Ruang Overhoul
- Gudang Alat

Ruang Sporing Balancing

- Ruang Tunggu
- Ruang Karyawan

Ruang Pasca Servis (Parkir Mobil

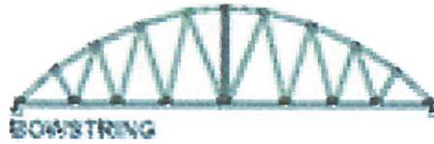
- Ruang Kasir
- Ruang Penerima + Customer Service
 - Ruang penerima servis
 - Ruang penerima perawatan
 - Ruang penerima perbaikan bodi
- Ruang Administrasi Servis
- Toilet
- Cafeteria

VII.2 Konsep Struktur

Adapun konsep struktur yang di gunakan pada Pusat Layanan Mobil Honda ini, yaitu:

- Upper Structure

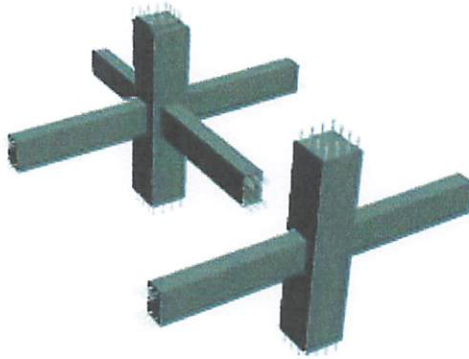
Menggunakan konsep struktur Kuda-Kuda Baja rangka batang untuk atap setengah lingkaran. Atap datar sebagai pengimbang bentukan.



Gambar 7.5 Upper Struktur

- Main Structure

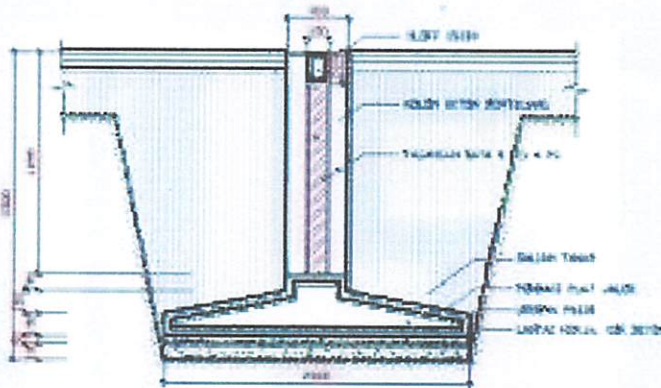
Menggunakan konsep Struktur Kolom dan Balok pada bagian dinding-dinding.



Gambar 7.6 Main Struktur

- Sub Structure

Menggunakan konsep Struktur Pondasi food Plat pada sisi-sisi dinding utama.



Gambar 7.7 Sub Struktur

VII.3 Konsep Utilitas

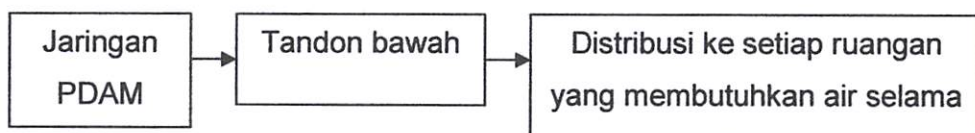
Sistem Penghawaan

Sistem penghawaan yang digunakan adalah penghawaan alami dan penghawaan buatan, sistem penghawaan alami terdapat pada tiap ruangan dengan memberikan bukaan termasuk panggung, sebagai pencegahan apabila listrik terhenti, untuk penghawaan buatan menggunakan sistem AC central menuju tiap ruangan.

Sistem Drainase

Sistem air bersih yang digunakan adalah sistem *up feet* dimana air dari tandon bawah dipompa dan didistribusikan ke ruangan. Sistem ini digunakan pada fasilitas yang tidak memerlukan waktu penuh 24 jam. Kecuali jika ada kegiatan-kegiatan tertentu.

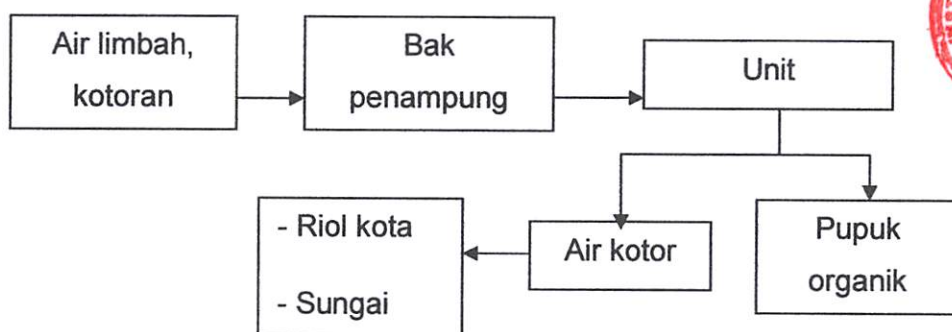
- Sumber air bersih
 - PDAM
 - Sumur (cadangan)
- Pendistribusian



Gambar 7.8 : Distribusi air.

Untuk air limbah, air kotor dan kotoran dioleh dengan unit pengolahan kotoran yang mengolah hasil buangan tersebut menjadi:

- Air limbah yang ramah lingkungan sehingga dapat dibuang ke sungai atau riol kota.
- Pupuk organik.



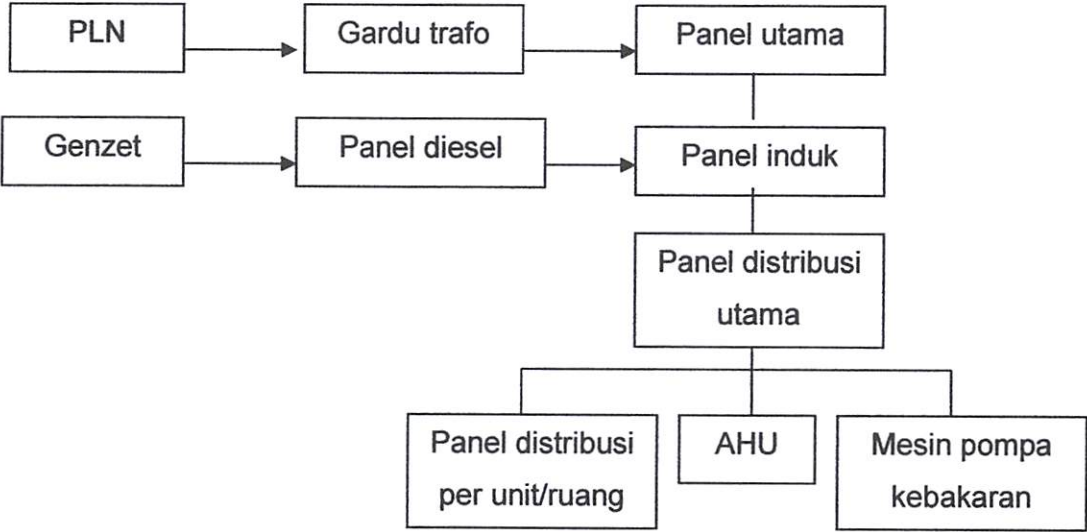
Gambar 7.9: Pengolahan limbah.

Sistem Pencahayaan

Sistem pencahayaan yang digunakan adalah sistem pencahayaan alami dan sistem pencahayaan buatan. Sistem pencahayaan alami diupayakan dengan cara memberi bukaan-bukaan pada tiap sisi bangunan, sehingga untuk pencahayaan buatan yang menggunakan lampu dapat diminimalkan. Kecuali pada panggung. Walaupun terdapat pencahayaan alami pada panggung sebagai pencegahan apabila terjadi penghentian listrik namun penggunaan pencahayaan buatan sangat penting.

Listrik

Pasokan tenaga listrik dari dua sumber, yaitu dari PLN sebagai pasokan listrik utama dan genset sebagai pasokan listrik cadangan.

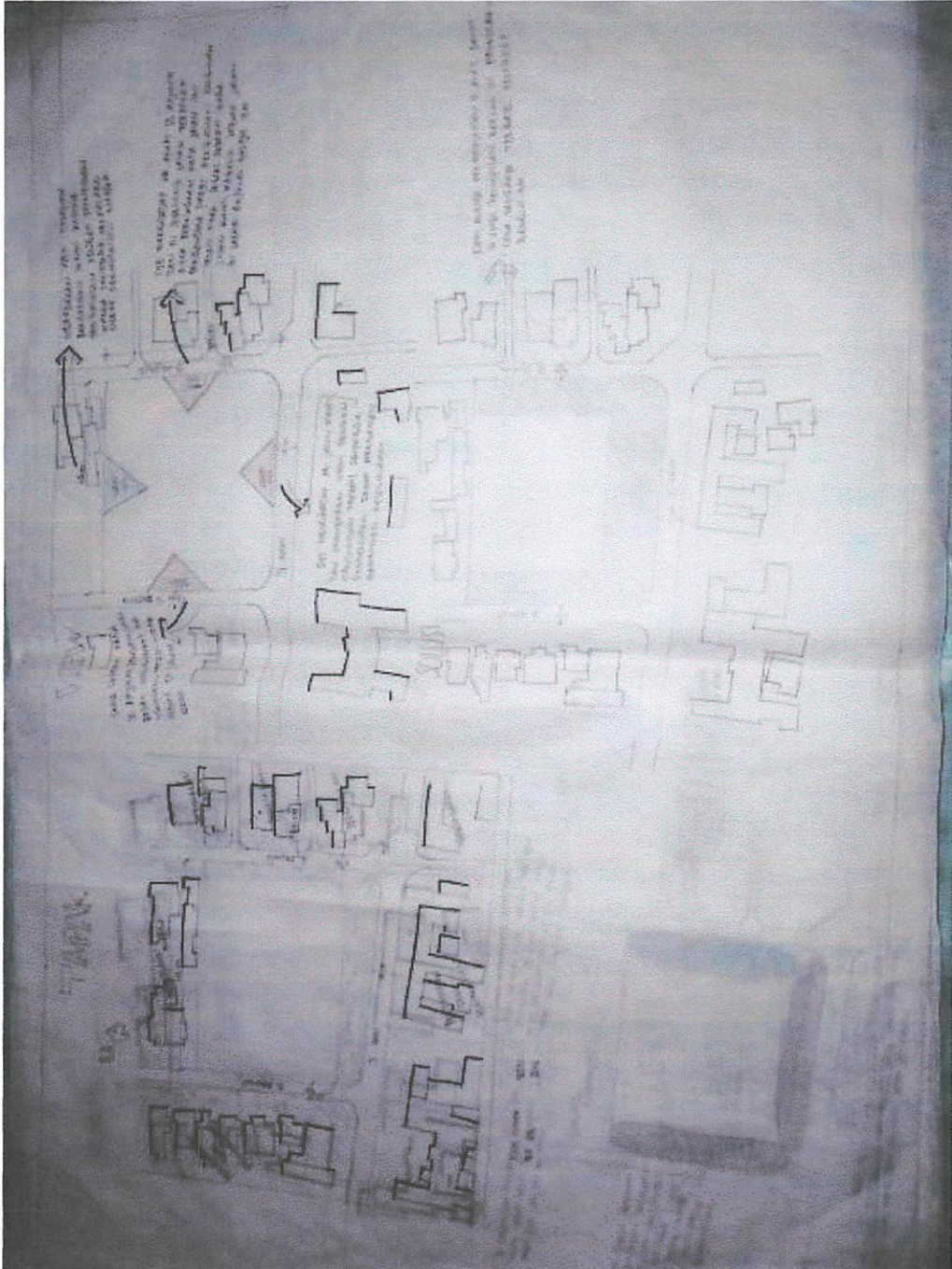


Gambar 7.10: Distribusi listrik.

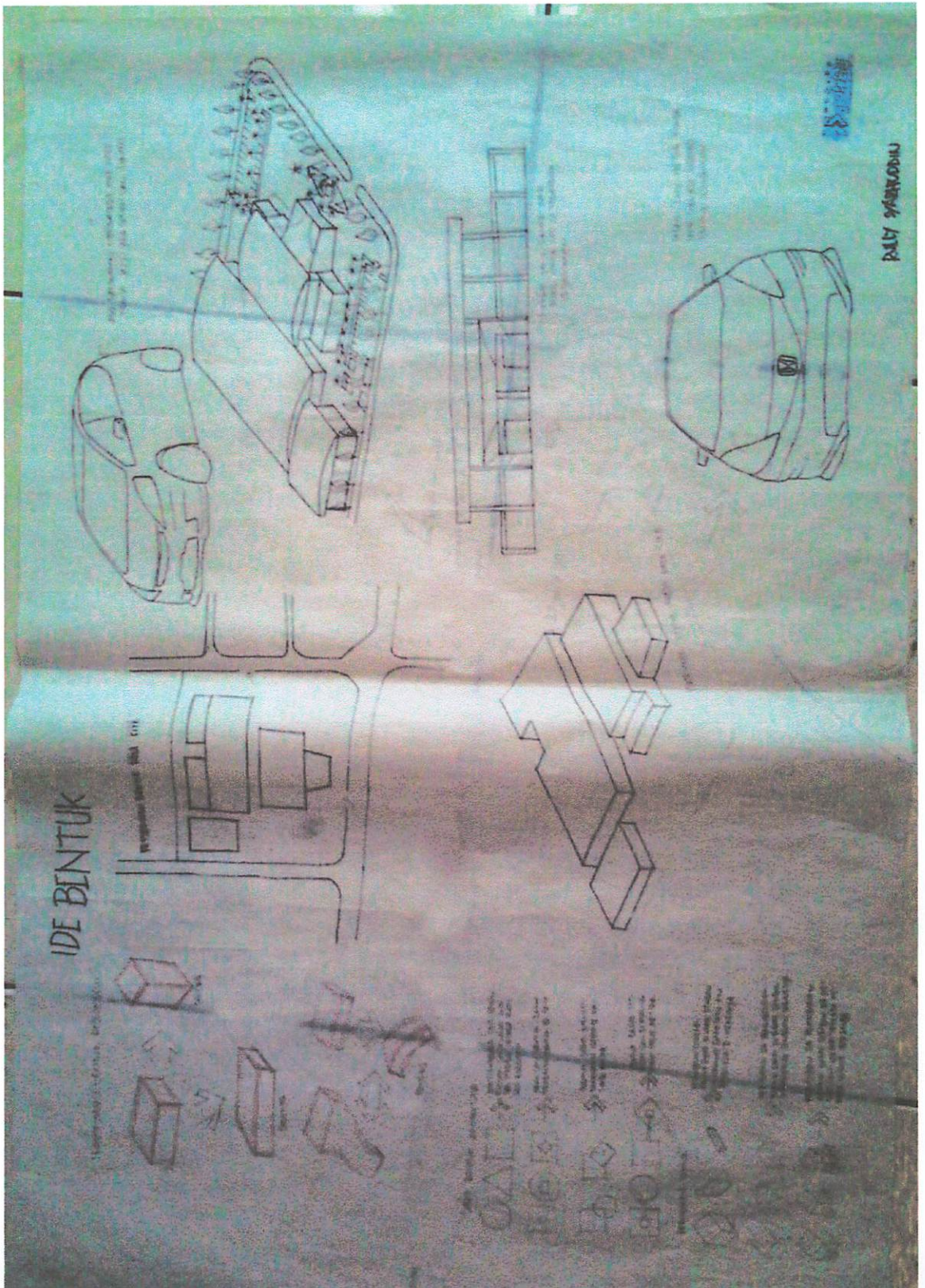
BAB VIII

PRA DESAIN

VIII.1 Proses Pradesain

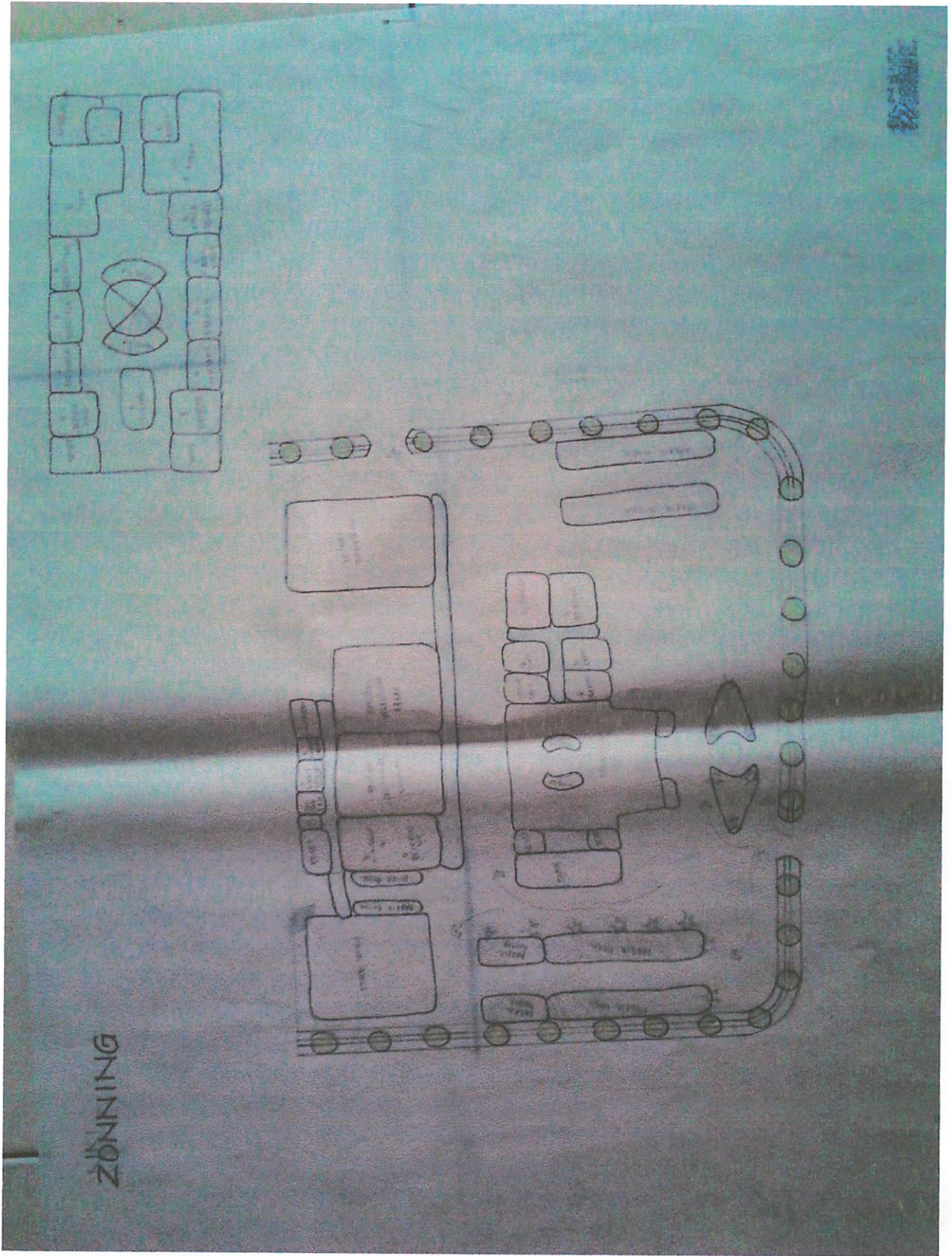


Gambar 8.1 : Proses Analisa Tapak

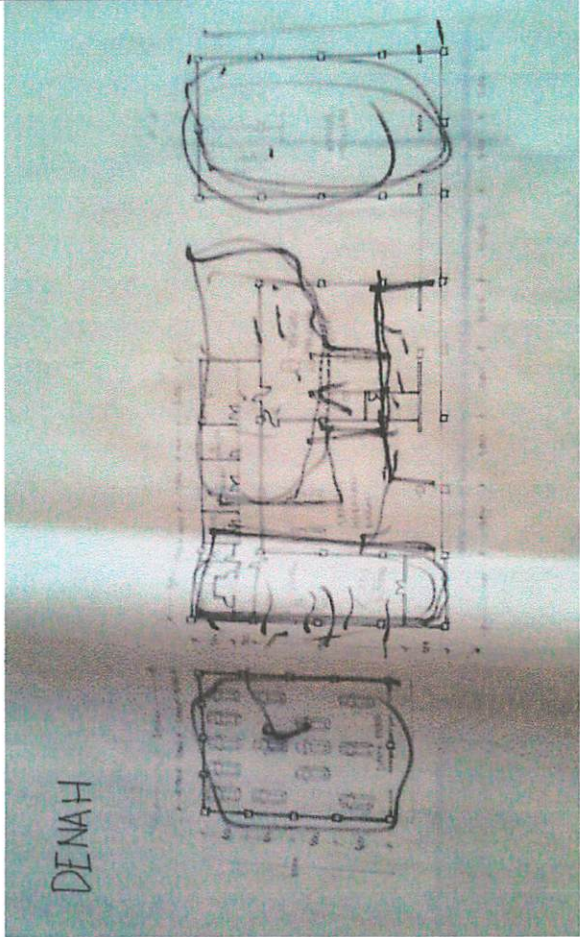
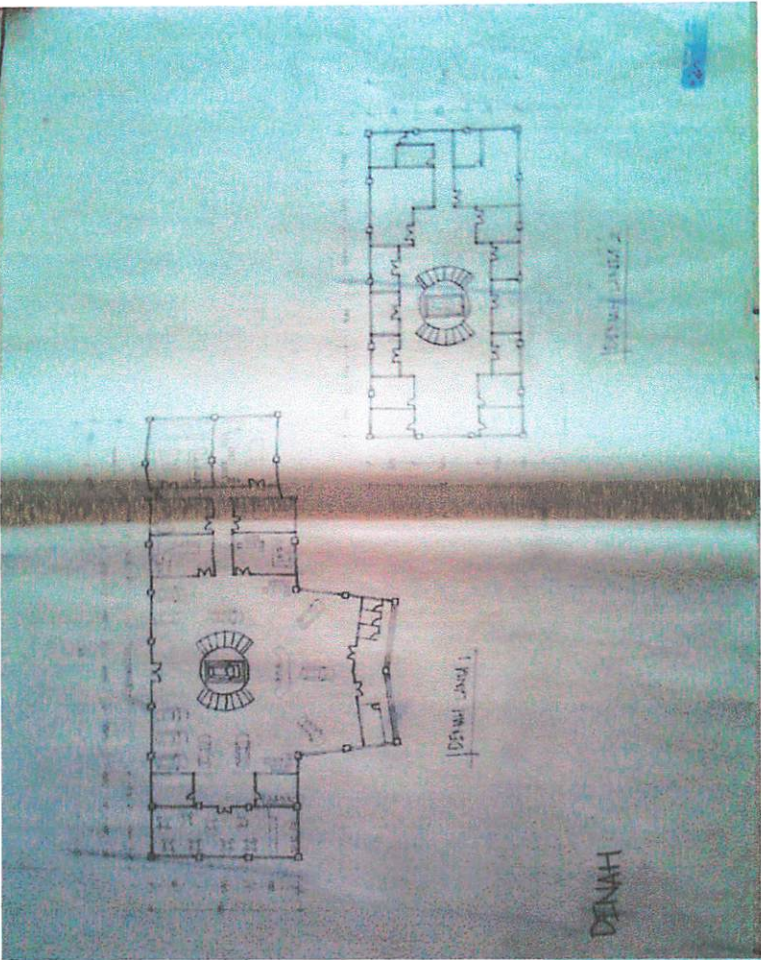


Gambar 8.2: Proses Analisa Bentuk

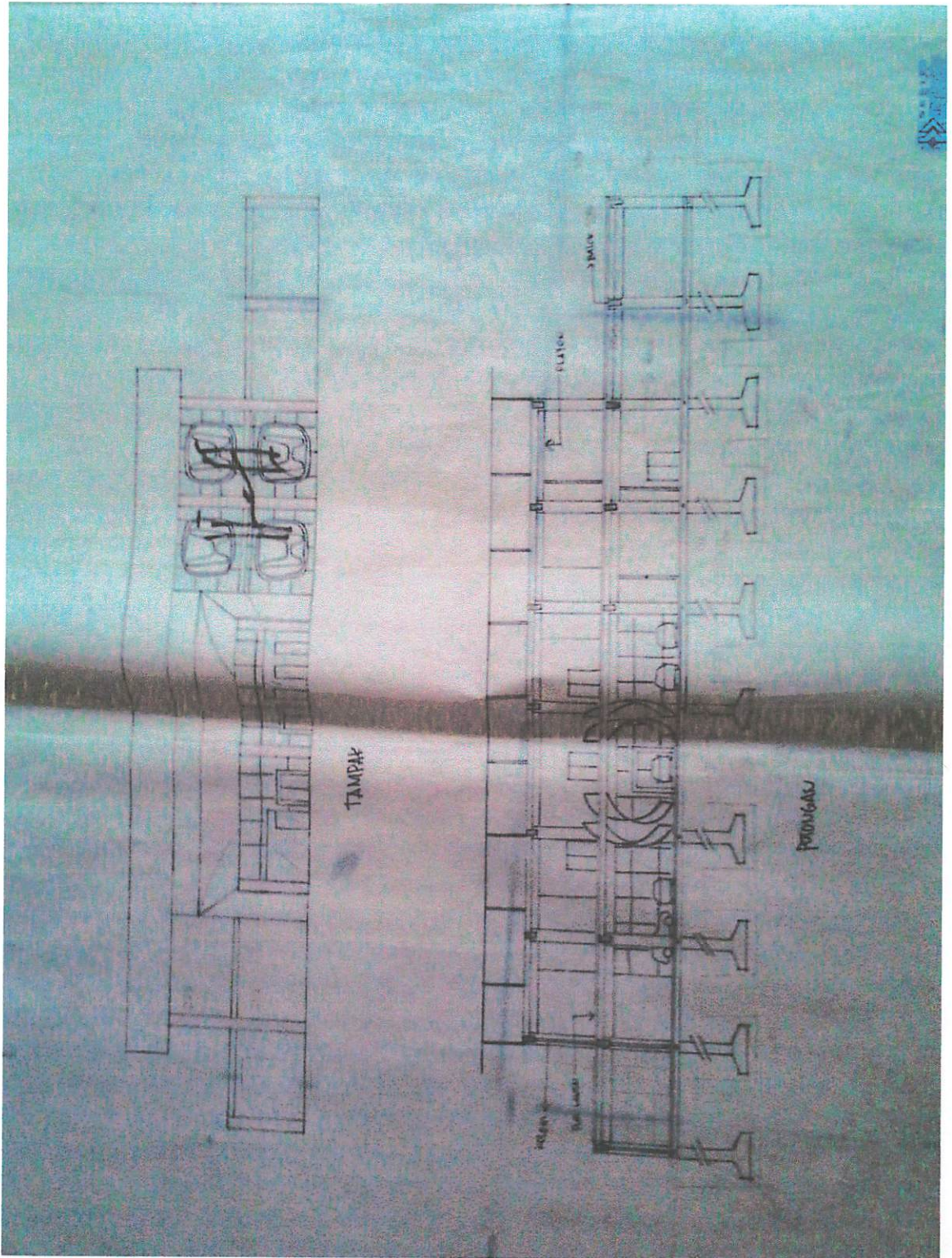




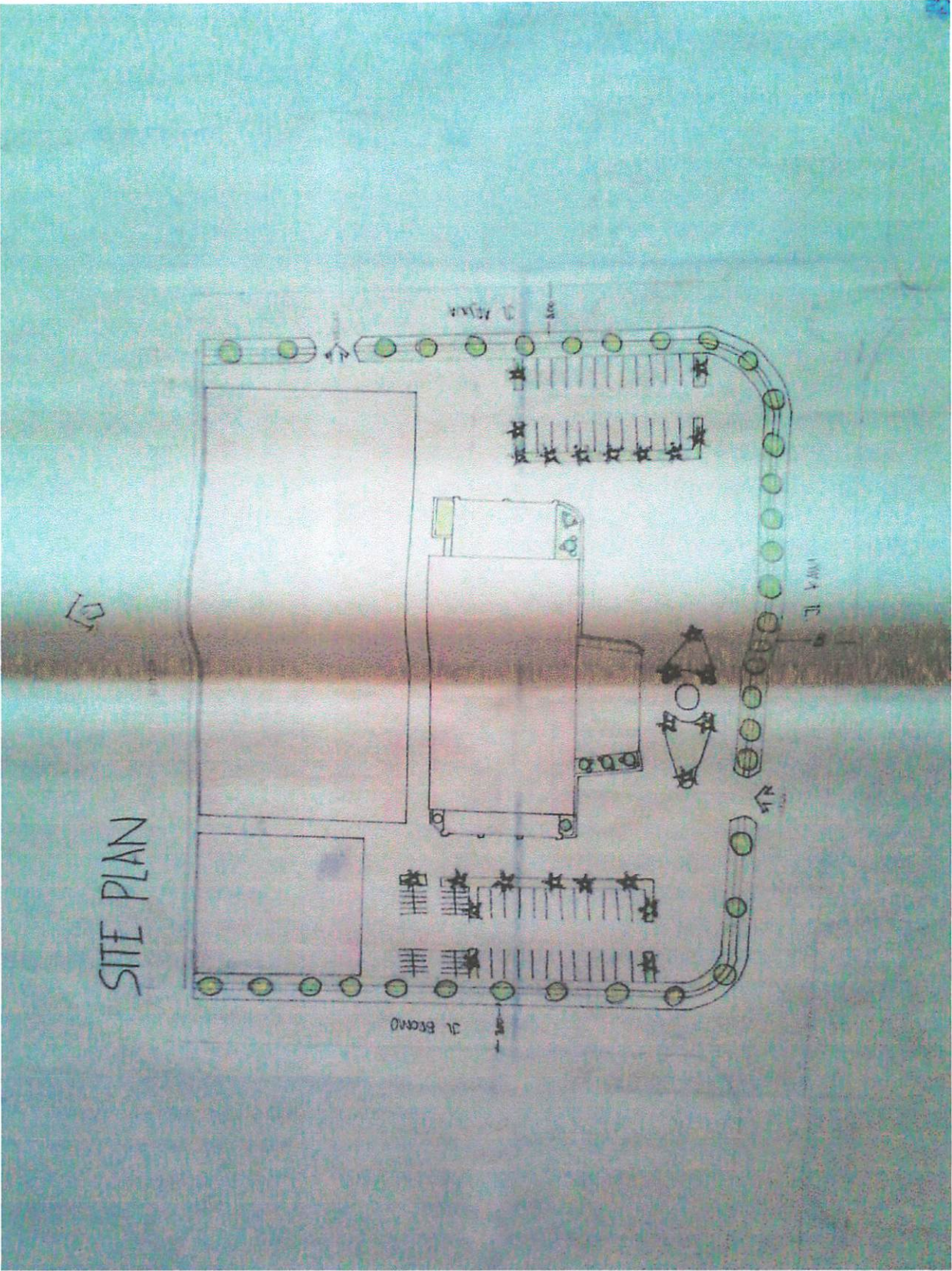
Gambar 8.3: Proses Penzoningan



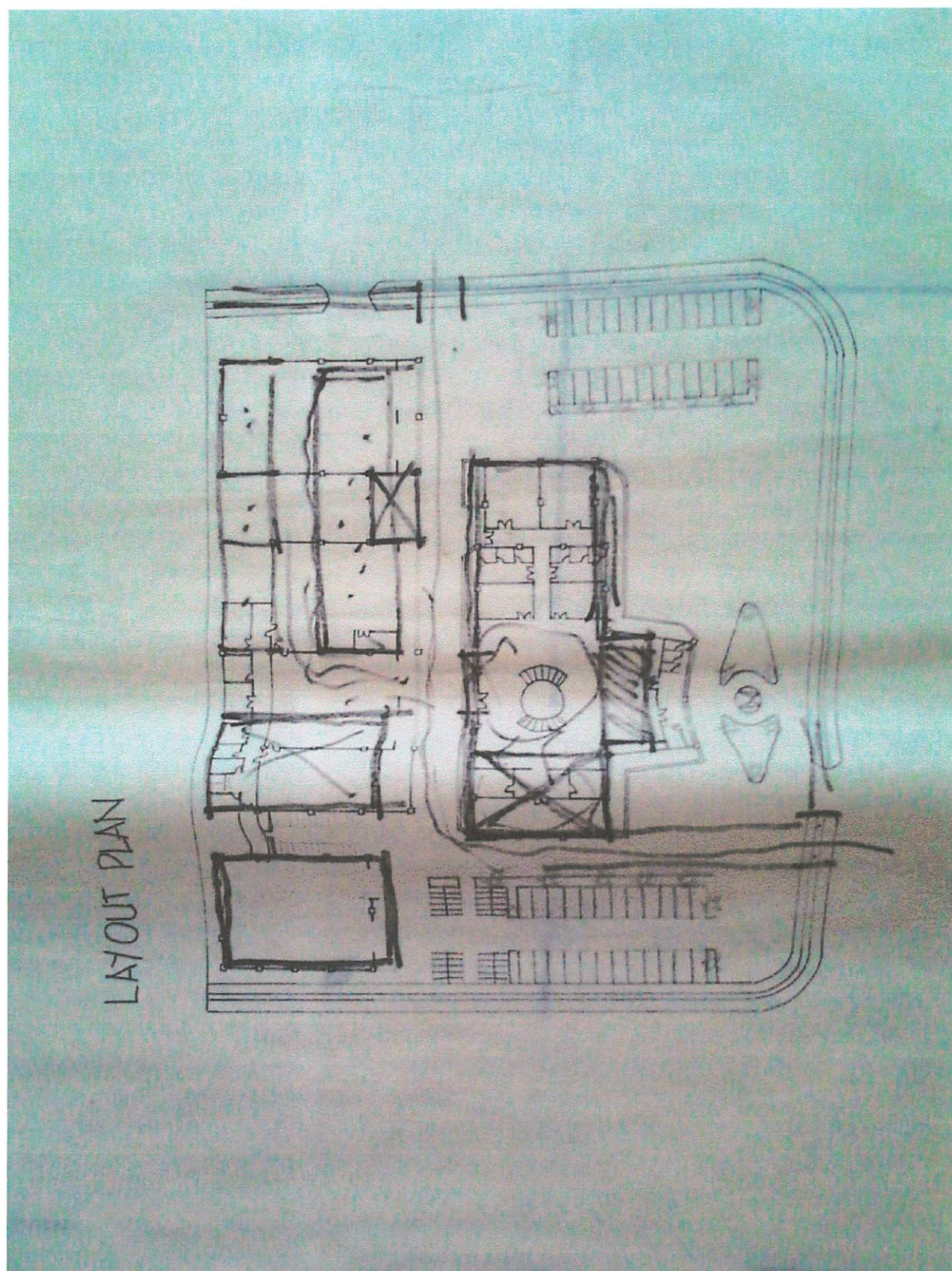
Gambar 8.4: Denah



Gambar 8.5 Tambapk dan Potongan



Gambar 8.6 Site Plan



Gambar 8.7: Layout Plan

DAFTAR PUSTAKA

- A. Bagoes P. Wiryomartono; *“Perkembangan Gerakan Arsitektur Modern di Jerman dan Post-Modernisme”*; Institut Teknologi Bandung.
- Agus Tri Wibowo; Skripsi Arsitektur; *“Graha Mobil Honda Di Malang”*; Institut Teknologi Nasional Malang; 2005.
- Biokatalis Webpage; *“Soichiro Honda Biography”*.
- Francis D.K. Ching; *“Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunannya”*; Erlangga; 1985.
- Ikhwanuddin; *“Menggali Pemikiran Posmodernisme Dalam Arsitektur”*, Gadjah Mada University Press, 2005.
- Indra Setiawan; Skripsi Arsitektur; *“Showroom Mercedes Benz Di Balikpapan Dengan Tema Arsitektur Dekonstruksi”*; Institut Teknologi Nasional Malang; 2008.
- Irawan Maryono, dkk; *“Pencerminan Nilai Budaya Dalam Arsitektur Indonesia”*; Jakarta; Djambatan; 1982.
- Materi Kuliah Pengantar Arsitektur; *“Proses Dalam Arsitektur”*; Universitas Kristen Petra; Surabaya.
- Ronal, A.; *“Nilai-Nilai Arsitektur Rumah Tradisional Jawa”*; Gajahmada University; 2005.