

MILIK
PERPUSTAKAAN
ITN MALANG

LAPORAN SKRIPSI

**PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG
DENGAN TEMA
ARSITEKTUR POST MODERN**

SKRIPSI - AR. 8324

PERIODE II SEMESTER GENAP 2010

Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik Arsitektur



Oleh :

RUDI HARIYONO

Nim. 05.22.043

Dosen Pembimbing :

Ir. DIDIEK SUHARJANTO, MT

Ir. SURYO TRIHARJANTO, MT

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

2010

PERPUSTAKAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG

CALL No:

No. Brg

Tanggal :

Jumlah :

Copies :

LEMBAR PENGESAHAN JADWAL SKRIPSI

Nama : RUDI HARIYONO
NIM : 0522043
Program Studi : ARSITEKTUR
Judul : PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG
DENGAN TEMA ARSITEKTUR POST MODERN

Waktu Pelaksanaan : 24 Maret s/d 28 Juli 2010
Waktu Pengujian : 26 Juli 2010
Hasil Ujian : **LULUS NILAI “ C+ ”**

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

Malang , 28 Juli 2010

Mahasiswa,

Koordinator skripsi,



Ir. Gatot Adi Susilo. MT

NIP.Y. 1018800185



Rudi Hariyono

NIM : 05.22.043

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

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

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

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

1. Institut Teknologi Nasional Malang, sebagai wadah kegiatan kalangan akademis dan segala kelebihan dan kekurangannya.
2. Prof. Dr. Abraham Lomi, MSEE, selaku rektor ITN Malang.
3. Bapak Ir. Didiek Suharjanto, MT, selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu dan menyusun skripsi ini.
4. Ir. Didiek Suharjanto, MT, selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan yang sangat besar manfaatnya.
5. Ir. Suryo Triharjanto, MT, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan-masukan dan arahan yang sangat besar manfaatnya.
6. Ir. Gatot Adi Susilo. MT selaku koordinator skripsi.
7. Ir. Ir. Bambang Joko Wiji Utomo, MT, selaku dosen penguji I.

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

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

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

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, Agustus 2010
Penulis,

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

TEMA

ARSITEKTUR POST MODERN

Rudi Hariyono

(jurusan teknik arsitektur, fisp-ITN malang)

ABSTRAKSI

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

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

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

HUSATAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG

TRIMA

ARSITEKTUR POST MODERN

Rendi Hartono

(Jurusan Teknik Arsitektur (S-1) FMIPA Malang)

ABSTRAKSI

Indonesia diwarnai dengan proses modernisasi yang terus berlangsung dalam kehidupan manusia menimbulkan perubahan standar kehidupan manusia dalam segala aspek. Perkembangan standar kehidupan tersebut berujung pada perubahan gaya hidup (Lifestyle). Bagi masyarakat modern, segala sesuatu yang terkait dengan gaya hidup (Lifestyle) dituntut harus selalu menunjukkan kemajuan. Oleh sebab itu tingkah gaya hidup (Lifestyle) seseorang dapat terlihat dari segala sesuatu yang memfasilitasi diri orang tersebut. Dan mobil sebagai alat transportasi menjadi salah satu fasilitas manusia yang terkait erat dengan modernisasi.

Bisnis jual-beli mobil saat ini telah banyak berkembang di Indonesia. Bisnis jual-beli mobil sangat menguntungkan dan sangat prospektif, dimana pada mulanya mobil hanya digunakan sebagai sarana transportasi oleh masyarakat namun sekarang mobil menjadi kebutuhan yang hampir mustak untuk dipenuhi oleh semua orang. Mobil menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi tidak hanya oleh wanita dan pejabat kegiatan atau kerja yang ketat, tetapi juga mobil harus dapat memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan fungsi dan mobil sebagai sarana transportasi umum, keluarga dan sarana transportasi lainnya.

Laporan ini dimaksudkan untuk mengklasifikasi suatu produk berupa Pusat Layanan Mobil Honda dengan konsep desain post modern. Laporan ini tergolong dalam perencanaan dengan metode yang digunakan ialah metode perencanaan dengan menekankan pada bentuk serta hubungan ruang antara menggunakan suatu kenyamanan.

DAFTAR ISI

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

BAB I LATAR BELAKANG

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

BAB II TINJAUAN OBJEK

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

BAB III KAJIAN TEMA

III.1 Pengertian Postmodernisme Secara Umum	26
III.2 Pos-Modern Dalam Arsitektur	26
III.3 Arsitektur Post-Modern Menurut Michael Graves.....	34
III.4 Karya – Karya Michael Graves.....	36

BAB IV TINJAUAN LOKASI

IV.1 Gambaran Lokasi	48
IV.2 Lokasi.....	50
IV.2.1 Luasan Site.....	51
IV.2.2 Batasan Site	52
IV.2.3 Pencapaian ke Site.....	53
IV.2.4 Kondisi dan Potensi Sekitar Lokasi dan Tapak.....	54

BAB V BATASAN

V.1 Batasan.....	55
------------------	----

BAB VI PERMASALAHAN DAN POTENSI

VI.1 Permasalahan.....	56
VI.2 Tujuan Dan Sasaran Perancangan	57
VI.2.1 Tujuan	57
VI.2.2 Sasaran	57

BAB VII PROGRAMMING DAN ANALISA ARSITEKTURAL

VII.1 PROGRAMMING

VII.1.1 Diagram Susunan Organisasi	58
VII.1.2 Analisa Aktivitas Pengunjung.....	59
VII.1.3 Analisa Aktivitas Pengelola	61
VII.1.4 Pengelompokan Ruang.....	64
VII.1.5 Besaran Ruang.....	65

VII.2 ANALISA RUANG.....

VII.3 ANALISA TAPAK.....

VII.3.1 Analisa View to Site.....	77
VII.3.2 Analisa Pencapaian.....	78
VII.3.3 Analisa Vegetasi.....	80
VII.3.4 Analisa Pendaerahan	81

VII.4 ANALISA BENTUK.....

VII.4.1 Wujud	82
VII.4.2 Tekstur dan Warna	82
VII.4.3 Ornamen	84
VII.4.4 Kajian Bentuk.....	84
VII.4.5 Konsep Ruang	85
VII.4.6 Konsep Tapak.....	89
VII.4.6.1 Pendaerahan Site	89
VII.4.6.2 Sirkulasi Dalam Tapak	89
VII.4.7 Konsep Bentuk	90

VII.4.8 Konsep Struktur	91
VII.4.9 Konsep Utilitas	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

LATAR BELAKANG

I. LATAR BELAKANG

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

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

I.1 Perkembangan Otomotif di Indonesia

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

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

KATA PENGANTAR

I. PENDAHULUAN

Proses modernisasi yang terus berlangsung dalam kehidupan manusia menimbulkan peningkatan terhadap standar kebutuhan manusia dalam segala aspek. Peningkatan standar tersebut berujung pada peningkatan gaya hidup. Bagi masyarakat modern, segala sesuatu yang terkait dengan gaya hidup diutamakan haruslah selalu menggunakan "Modemitas". Oleh sebab itu, tingkat gaya hidup seseorang dapat terlihat dari segala sesuatu yang memilikinya di orang tersebut. Dari mobil sebagai alat transportasi menjadi salah satu fasilitas manusia yang terkena imbas modernisasi.

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

1.1 Perkembangan Otomotif di Indonesia

Gaya hidup modern mempengaruhi 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 hasil penggunaannya semaksimal mungkin dan se-walau mungkin. Kecenderungan tersebut bahkan semakin berkembang ke arah gaya hidup konsumtif yang semakin membuat

¹ Mobil Motor, 12-28 Januari 2001, hal.36-37

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

² Suara Merdeka; 27 Januari 2005.

Dalam beberapa tahun terakhir ini tingkat permintaan mobil tak pernah surut. Bahkan tahun ini permintaannya diperkirakan naik 10 % dari tahun lalu meskipun 250 ribu unit. Perkiraan ini mulai didasarkan oleh para pelaku industri otomotif lewat

berbagai model baru dan harga khusus untuk menarik angka penjualan tinggi. Bambang Triandono, Ketua Umum Gaikindo memperkirakan penjualan tahun ini akan melewati 250 ribu unit, tahun lalu angkanya mencapai 423 ribu unit. Selain daya beli masyarakat naik, kenyamanan mobil pribadi masih menjadi pilihan transportasi paling aman dan nyaman. Jenis mobil yang diminati yakni tidak bereser dan tahun lalu yakni multi purpose vehicle (MPV) sejenis kijang dan sport utility vehicle (SUV).⁵

Bahkan, produk mobil Honda sudah terjual melampaui 20.000 unit. Krisis ekonomi global yang membuat sektor otomotif dunia guncang ternyata berimbas cukup keras di Indonesia. Seperti dialami PT Honda Prospect Motor (HPM), agen tunggal penangan merek Honda di Tanah Air yang penjualannya untuk bulan November tercatat sebanyak 2.740 unit, turun sekitar 39,7 persen dibandingkan tahun lalu, sebesar 4.520 unit.

Untuk total penjualan hingga bulan ke-11 2008, HPM meraih 20.371 unit. Jumlah tersebut meningkat 36,4 persen dibandingkan periode yang sama dengan tahun lalu sebanyak 26.930 unit. Angka ini malah lebih melampaui total penjualan selama 2007 sebanyak 40.000 unit.

Jonis 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 mencapai angka 20.000 unit sampai November 2008 lalu merupakan pencapaian yang cukup baik.

Dari semua produk Honda, Jazz tetap menjadi primadona. Hatchback yang menjadi andalan HPM ini, untuk November 2008 ini terjual sebanyak 1.579 unit, dan total penjualan selama 2008 yang digabung dengan model sebelumnya, Jazz termasuk i-VTEC yang pernah dikenal dan beritanya ini mencapai angka 22.918 unit.

⁵ Suara Merdeka, 27 Januari 2008.

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.

L.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 bakarnya yang jadi idaman konsumen serta yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, mobil Honda yang paling

Peringkat kedua pengembang terbesar adalah Honda CR-V yang merupakan produk unggulan di kategori SUV. Untuk November, CR-V terdago 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 mencapai 4.101 unit. Selain Honda City, di kelas small sedan, Honda Civic mencapai angka penjualan sebanyak 46 unit selama November 2008, sedangkan totalnya sepanjang 2008 sebanyak 2.982 unit. Sementara itu, Honda Accord yang berada di kelas medium sedan, November ini mendapat kontribusi sebanyak 33 unit, dengan total penjualan di sepanjang tahun 2008 mencapai 2.113 unit.

1.2 Perkembangan Otomotif di Malang

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

Berdi kalangan masyarakat Malang terutama mobil bukan hanya sarana transportasi, akan tetapi juga melambungkan status penilikan. 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 pasar pasar mobil, produk yang ini bukan barang yang jadi idaman konsumen serta yang ramai tingkungan. Dalam hal ini, mobil Honda yang paling

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

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

I.3 Latar Belakang Tema

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

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

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

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

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

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

Tema arsitektur post-modern oleh Michael Graves secara umum pun dipilih untuk mendasari perancangan pusat pelayanan mobil Honda ini.

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

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

diikuti untuk dapat meningkatkan persaingan dalam hal menarik perhatian publik dan memperluas jaringan konsumen di antara banyaknya showroom-showroom yang telah ada. Diharapkan Pasar Pelayaran Mobil Honda ini dapat menggerakkan bisnis komersial showroom Indonesia dengan terobosan-terobosan desainnya yang inovatif.

Tema arsitektur post-modern oleh Michael Graves secara umum pun dipilih untuk mendasari perencanaan pusat pelayanan mobil Honda ini. Pada umumnya showroom-showroom mobil yang telah ada di Malang berkonsentrasi arsitektur modern yang cenderung monoton dan kaku, hampir semua sama saja yang membedakan hanyalah bentuk produknya saja. Hampir sama 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 perencanaan pusat pelayanan mobil Honda di Malang. Arsitektur post-modern merupakan suatu pendekatan desain bangunan yang merupakan usaha-usaha untuk memperkaya imajinasi dan pengolahan lagi bentuk desain yang sudah ada serta memperoleh hasil dan karakter bangunannya sehingga mudah diingat oleh pengamat.

Arsitektur modern yang banyak diterapkan pada perencanaan showroom mobil di Malang, seringkali menyebel dirinya sebagai arsitektur yang paling rasional, arsitektur yang paling memiliki teknologi tinggi, dan arsitektur yang memiliki sistem fungsional yang sempurna sehingga pada waktu ini tidak ada alternatif pemukiman lain di dalam arsitektur selain "berpikir monoton" seperti halnya paham fungsional yang dimiliki oleh arsitektur modern. Pengaruh dari suatu fenomena dan fungsi yang dijanjikan dapat diwujudkan pada bentuk yang sejati, sehingga menghasilkan bentuk-bentuk yang tidak berkembang, seperti desain yang penuh dengan "kotak-kotak" sederhana. Makin lama keadaan ini menimbulkan kejenuhan sehingga mulai timbul konflik pengungkapan dan usaha-usaha untuk keluar dari "jalur" yang ada.

Post-modern merupakan salah satu jalan keluar yang patut dipertimbangkan dari permasalahan-pemmasalahan yang timbul dari kejenuhan akan arsitektur modern. Sehingga dapat menghasilkan pemahaman dan perspektif baru tentang arsitektur. Pada arsitektur post-modern yang diungkapkan adalah elemen dan komponen dan 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.

BAB II

TINJAUAN OBYEK

II.1 DESKRIPSI JUDUL

Pusat:

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

layanan:

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

Mobil Honda:

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

Malang:

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

“ Pusat layanan Mobil Honda di Malang “

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

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

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

³ Kamus Bahasa Indonesia Edisi II; Jakarta; 1995.

BAB II TUNJANGAN OBJEK

II.1. DESKRIPSI JUDUL

Prasarana:

- Kumpulan dari berbagai macam kegiatan¹
- Pokok pangkal atau yang jadi pimpinan (terdiri dari berbagai unsur), bisa juga sebagai perhatian, sesuatu yang jadi sasaran perhatian²

Layanan:

- Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan
- Kemandirian yang diberikan berhubungan dengan jual beli barang atau jasa³

Mobil Honda:

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

Malang:

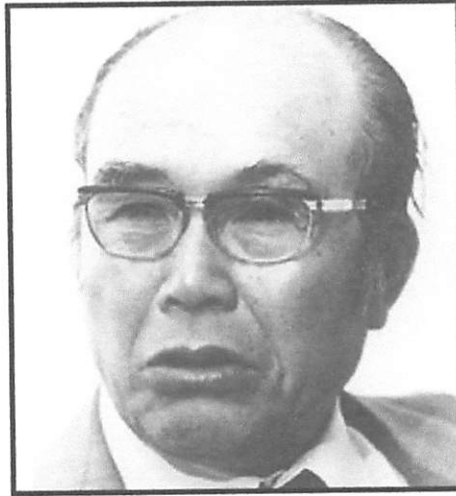
- Menunjukkan tempat atau lokasi dari proyek tersebut yaitu di Jalan Zainal Abidin - Jalan Aris Muandani dalam wilayah kota Malang - Jawa Timur.

“ Pusat layanan Mobil Honda di Malang ”

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

¹ W. S. Poerwa Darmanita, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta, 1976
² Noverdi Xantiri, Skripsi Arsitektur, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2004
³ Kamus Bahasa Indonesia Edisi II, Jakarta, 1995

II.2 FILOSOFI HONDA ⁴



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

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

Perjalanan Karir Soichiro Honda - Pendiri Honda Motor Company.

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

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

⁴ Artikel www.bisnis.com

⁵ Salah satu ungkapan terkenal Soichiro Honda.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Filosofi Perusahaan⁶:

1. Prinsip Dasar

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

2. Prinsip Perusahaan

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

3. Kebijakan Manajemen

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

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

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

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

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

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

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

“Kami ingin setiap pengunjung merasakan kenyamanan hidup di sebuah dunia yang bersih dengan udara yang segar. Dengan berbagai aktivitas untuk lingkungan dan produk-produk yang ramah lingkungan pula, kami berharap suatu hari kota yang hijau ini bisa menjadi kenyataan”⁷.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Data Mobil Honda ⁹:



Gambar II.1: All New Honda Jazz



HargaRp. 144.500.000,-

Type Mobil City Car

Description

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

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

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

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

⁹ Otomotif – Honda; Kompas.com.

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

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



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



Exterior.



Performance.



Interior - Audio.

Type Mobil Sedan

Description

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

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

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

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



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



Performance.



Interior.



Exterior.

Type Mobil Sedan
Description

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

¹⁰ Honda Civic Coupe – The Official Honda Web Site.

Performance Features:

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

 **Gambar II.4: All-New City i-DSI Manual**



Harga Rp. 260 juta

Type Mobil Sedan

Description

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



Gambar II.5: New CR-V

- 2.0 4X2 Manual



Type Mobil Sedan
Description

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



Gambar II.6: Honda Freed



Performance.



Interior.



Exterior.

Harga Rp. 225 juta

Type Mobil Minivan

Description

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

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

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

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



Performance



Interior



Exterior

Harga
 Rp 225 juta
 Type Mobil
 Minivan
 Description

Freed dikelompokkan Honda pada minivan yang tersedia dibedakan pada dimensinya yang kompak panjang 4.215 mm, lebar 1.695 mm dan tinggi 1.715 mm. Jarak sumbu roda 2.740 mm. Harga 225 juta lebih panjang dari All-New Jazz tetapi lebarnya sama. Mesin yang digunakan juga sama dengan Jazz yaitu 1.500 cc dengan transmisi otomatis CVT torque converter.

Honda belum punya program Honda Green yang telah lama dibentuk produksinya. Di samping itu, dalam survei yang dilakukan oleh ATM tentang kendaraan yang paling disukai konsumen Indonesia adalah yang berkapasitas 7 penumpang dengan tiga deret jok.

Kap mesin dilengkapi dengan grille betukan best berkecenderungan krom. Penampangnya makin menarik dengan desain lampu depan bersebelah.

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

II.3 STUDI BANDING

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



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

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



Gambar II.8: Ruang Komputerisasi.

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

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



Gambar II.9: Mekanik Bengkel Honda yang handal.

Memiliki Ruang Tunggu (Customer Lounge) yang nyaman.



Gambar II.10: Customer Lounge.

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

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

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



Gambar II.11: Peralatan bengkel yang memadai.

Computerized Wheel Aligment atau lebih populer dengan sebutan Spoooring 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 / spoooring ke empat roda dapat dilaksanakan oleh *infra red system 8 sensor* saat bersama dengan pembacaan sudut geometry secara akurat.



Gambar II.12: Spoooring.

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



Gambar II.13: Perawatan ganti oli.

Ketersediaan suku cadang yang lengkap.



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

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



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



Gambar II.13. Petawatan ganti oli

Ketercedaan suku cadang yang lengkap.



Gambar II.14. With computerized stock system for vehicle service

5. Honda Fatmawati (P.T. Istana Keayoran Raya Motor)



Gambar II.15. Honda Fatmawati Jl. RS. Fatmawati No 21 Jakarta Selatan - 12410

Memiliki standar ruang pameran Honda.



Gambar II.16: Showroom.



Gambar II.17: Sales Division.



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



Gambar II.19: Kantin.

BAB III

KAJIAN TEMA

III.1 PENGERTIAN POSTMODERNISME SECARA UMUM

Sebenarnya Postmodernisme telah mengalami masa-masa inkubasi yang cukup lama. Meskipun para ahli saling berdebat mengenai siapakah yang pertama kali menggunakan istilah tersebut, terdapat kesepakatan bahwa istilah tersebut muncul pada suatu waktu pada tahun 1930-an. Salah satu pemikir Postmodernisme, Charles Jencks, menegaskan bahwa lahirnya konsep Postmodernisme adalah dari tulisan seorang Spanyol Frederico de Onis. Dalam tulisannya "*Antologia de la poesia espanola e hispanoamericana*" (1934), de Onis memperkenalkan istilah tersebut untuk menggambarkan reaksi dalam lingkup modernisme. Akhirnya penerimaan istilah "postmodernisme" menjadi label yang digunakan bagi berbagai fenomena sosial dan budaya. Gelombang Postmodernisme menyeret berbagai aspek kebudayaan dan beberapa disiplin ilmu, khususnya sastra, arsitektur, film, dan filsafat.¹

III.2 POST MODERN DALAM ARSITEKTUR

Pengertian Post Modern di dalam kamus Oxford English Dictionary's (OED), suplemen tahun 1982, yang dikutip oleh Rose, diartikan sebagai berikut:

Pos-mo, dern atau pos-modern adalah sesuatu sesudah atau yang kemudian dari apa yang disebut "modern". Khususnya, di dalam bidang seni, terlebih arsitektur, istilah ini diberikan untuk sebuah gerakan yang bereaksi melawan apa-apa yang menandakan modern. (Jencks, 1992:120).²

¹ Suwanto, Wilson (2001), '*Etos Post Modern*', Entry from www.yahoo.com

² *Post-mo, dern and also post-modern. Subsequent to, or later than, what is 'modern'; spec. in arts, esp. Archit., applied to a movement in reaction against that designed 'modern'.* (Jencks, 1992:120) dikutip dari Ikhwanuddin, "Menggali Pemikiran Posmodernisme dalam Arsitektur", Jogjakarta, Gadjah Mada University Press. H. 4.

Posmodernisme adalah campuran antara macam-macam tradisi dan masa lalu. Post-Modernisme adalah kelanjutan dari modernisme, sekaligus melampaui modernisme. Ciri khas karya-karyanya adalah makna ganda,ironi, banyaknya pilihan, konflik, dan terpecahnya berbagai tradisi, karena heterogenitas sangat memadai bagi pluralisme.³

Post modern lahir di St. Louis, Missouri, 15 Juli 1972, pukul 3:32 sore. Ketika pertama kali didirikan, proyek rumah Pruitt-Igoe di St. Louis di anggap sebagai lambang arsitektur modern. Yang lebih penting, ia berdiri sebagai gambaran modernisme, yang menggunakan teknologi untuk menciptakan masyarakat utopia demi kesejahteraan manusia. Tetapi para penghuninya menghancurkan bangunan itu dengan sengaja. Pemerintah mencurahkan banyak dana untuk merenovasi bangunan tersebut. Akhirnya, setelah menghabiskan jutaan dollar, pemerintah menyerah. Pada sore hari di bulan Juli 1972, bangunan itu diledakkan dengan dinamit. Menurut Charles Jencks, yang dianggap sebagai arsitek post modern yang paling berpengaruh, peristiwa peledakan ini menandai kematian modernisme dan menandakan kelahiran posmodernisme.⁴

Arsitektur Post Modern adalah suatu aliran arsitektur yang menolak pandangan *international style* dan menggantikannya menjadi ideologi *double coding* yang berarti menyandingkan gaya arsitektur modern dengan gaya lain. Yang pertama kali di kemukakan oleh **Charles Jencks** sebagai pemikir posmodernisme dan sekaligus pelopor gerakan posmodernisme.

Dalam usaha pemahaman terhadap karya-karya arsitektur, Charles Jencks menggunakan analogi ilmu bahasa, dimana Jencks berpendapat bahwa arsitektur identik dengan bahasa dan bahasa itu sendiri terdiri dari kata-kata yang di dalam arsitektur dianalogikan dengan adanya unsur-unsur bangunan seperti dinding, kolom, jendela, atap dan lain-lain. Dan oleh karena itu di dalam menghadirkan suatu karya, seorang arsitek dituntut untuk membuat bangunan yang mampu berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya dalam arti yang luas (bangunan yang komunikatif). Dalam penganlogian arsitektur dengan ilmu bahasa, beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu :

³ Charles Jencks, What is Post-Modernisme? 3d ed, Entry from www.yahoo.com

⁴ Grenz,J,S. (1989) New York: St Martin's Press, hal. 7, Entry from www.yahoo.com

- a **Sintaksis** : Dalam semiologi, ‘sintaksis’ berarti cara atau teknik penyusunan kata-kata hingga membentuk sebuah kalimat yang bermakna. Dalam arsitektur, penyusunan kalimat dalam ilmu bahasa tersebut analog dengan penyusunan komponen-komponen bangunan (pintu, jendela, tangga, atap, kolom, dinding dan sebagainya) secara tepat sehingga mampu menghasilkan penampilan visual bangunan yang bermakna.
- b. **Semantik** : unsur ini menentukan gambaran yang tercipta dalam ingatan seseorang manakala mendengar serangkaian kata atau kalima yang diucapkan oleh orang lain. Dalam hal ini Charles Jencks berpendapat bahwa sejak dulu sebetulnya masyarakat sudah memiliki prototype-prototype bangunan yang berkaitan dengan penggunaannya, sehingga hal ini sangat membantu terhadap pemahaman tentang apa yang akan dikomunikasikan bangunan terhadap lingkungan sekitarnya.
- c. **Metafora** : yang dimaksud dengan metafora disini adalah hadirnya suatu arti kiasan atau ungkapan beentuk pada bangunan yang di harapkan dapat tanggapan dari masyarakat yang menikmati atau memakainya.

Dalam ‘*Poetics of Architecture*’ terdapat penjelasan yang menunjuk pada pemahaman tentang *metaphor*, L. Battista Alberti menyarankan bahwa untuk memikirkan “**sebuah kota sebagai tidak lebih dari sebuah rumah dan sebuah rumah sebagai sebuah kota kecil**“,

Dalam hal ini Alberti menjelaskan bahwa untuk memikirkan sesuatu sebagaimana jika sesuatu itu adalah sesuatu yang lain. Selain itu Alberti juga menyarankan untuk memindahkan (*displace*) perhatiannya dan memikirkan sebuah rumah sebagai sebuah kota dan sebaliknya. Pada prinsipnya Alberti menyarankan untuk menggunakan *metaphor* sehingga mereka bisa memperoleh pengertian yang lebih baik tentang topik yang dibahas.

Metaphor dapat dilakukan bilamana :

1. Berusaha untuk memindah rujukkan dari satu subyek ke subyek yang lain.
2. Berusaha untuk 'melihat' sebuah subyek sebagaimana jika subyek itu berupa subyek yang lain. Memindahkan pusat perhatian kita dari satu hal ke hal lain (*area of concentration or one inquiry*) dengan suatu harapan bahwa dengan jalan memperbandingkan/ memikirkan lebih jauh kita dapat menemukan cara lain.

Berdasarkan analogi bahasa seperti diatas Jencks menguraikan adanya perkembangan arsitektur yang menyimpang dari fungsionalisme arsitektur Modern. Ada enam mazhab diajukan oleh Charles Jencks yaitu :

1. **Historicism**

Historicism adalah merupakan aliran arsitektur Post Modern yang paling awal munculnya. Penganut aliran ini ingin tetap menampilkan komponen-komponen bangunan yang berasal dari komponen-komponen klasik tetapi ditampilkan dengan penyelesaian yang modern, misalnya bentuk klasik yang dulunya menggunakan bahan dari kayu diganti dengan bahan beton tetapi diberikan ornamen, produk dari aliran Post Modern (*historicism*) ini yang paling berhasil terdapat di Jepang dan Italia. Suatu tradisi meniru model yang historical seperti facad suatu bangunan dibentuk seperti temple.

2. **Straight Revitalisme**

Pengikut aliran ini sulit menghilangkan langgam yang sudah mendarah daging dalam masyarakat, misalnya renaissance, gothic, roman, dll. Produk-produk aliran ini cenderung memiliki tingkat eklektikisme yang sangat tinggi. tanpa perubahan, mengulangi mentah-mentah gaya sebelum fungsionalisme.

3. **Neo Vernacular**

Produk-produk bangunan ini tidak murni menerapkan prinsip-prinsip bangunan vernacular, melainkan menampilkan karya-karya baru. sedangkan unsur-unsur vernacularnya hanya digunakan dalam penampilan visual bangunan,

unsur-unsur yang sering dipakai adalah :

- Pemakaian atap miring
- Batu bata sebagai elemen
- Susunan masa yang indah
- Mendapatkan unsur-unsur baru seperti yang ada pada bangunan setempat percampuran antara unsur setempat dengan teknologi modern tetapi masih didominasi oleh unsur setempat.

4. Urbanist

Pembaruan kota dengan bentuk-bentuk khusus yang sudah dikenal masyarakat. Mempunyai dua ciri khusus yaitu :

- a. **Ad – hoc** : Penambahan komponen baru pada suatu perancangan yang sedang dalam proses pengembangannya tanpa memikirkan posisi dan lokasi yang tepat.
- b. **Kontekstual** : Berusaha melayani aspirasi ideal masyarakat, desainnya mengikuti lingkungan sekitarnya.

5. Metaphor / Metaphysics

Karya-karya rancangannya mengambil bentuk-bentuk alam yang fungsional dan mempunyai tanda-tanda atau symbol tertentu. Untuk itu pilihan mereka umumnya berupa referensi yang tersamar, sehingga tidak terlihat kejanggalannya.

6. Post Modern Space

Difokuskan pada rancangan *spatial interpenetration* , dimana dua atau lebih ruang yang berlainan dapat digabung secara *overlapping* dan saling bertemu, sehingga menghasilkan aliran ruang yang menerus. Yang unik secara histories bersifat *irrasional* dan *transformasional* dalam kaitan terhadap keseluruhan bangunan. Pendukung aliran ini mencoba untuk mendefinisikan ruang lebih dari sekedar ruang abstrak dan menghasilkan arti ganda, keaneka ragaman dan kejutan. Dengan interpenetrasi dan pelapisan ruang akan menghasilkan ruang yang misterius , kompleks, dan penuh kejutan.

Sedangkan arsitektur post modern itu sendiri memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ideologi

Ideologi adalah sesuatu konsep bersistem yang menjadi azas pendapat untuk memberikan arah agar pemahaman arsitektur Post Modern bisa lebih terarah dan sistematis.

- a. Gaya dengan dua makna/ *Double Coding of Style*, ialah bangunan yang memiliki dua gaya (*style*). Biasanya percampuran gaya modern dengan gaya lain:
 - ❑ *Revivalist- Metaphorical*
 - ❑ *Local- kontekstual*
 - ❑ *Commercial*
- b. Bentuk Semiotic/ *semiotic form* ialah pemampilan bangunan lebih mudah dipahami, karena bentuk-bentuk yang vertikal yang menyiratkan makna-makna tertentu.
- c. Tradisi dan pilihan/ *Tradition and choice* , ialah merupakan hak-hak yang tradisional dan penerapannya secara terpilih atau disesuaikan dengan maksud dan tujuan perancang.
- d. Arsitek sebagai wakil dan aktifis/ *Architect as representative and activist*, ialah arsitek berperan aktif dalam penterjemahan dan secara aktif berperan serta dalam perancangan.
- e. Elitis dan partisipatif/ *Elitists and Participated* ialah lebih menonjolkan kebersamaan dan mengurangi sifat borjuis seperti di dalam Arsitektur Modern.
- f. Ornamen, klien/ *Ornament and client* ialah bersifat seni (*intern*) dan bersifat umum (*extern*) . Yang menjadi tututan perancangan sehingga mudah dipahami secara umum.

- g. Sifat berbeda-beda/ *Piecemal* ialah menerapkan unsur-unsur dasar saja dan tidak menyeluruh. Unsur-unsur dasar seperti : *History, Vernacular, lokasi/ local*, dll.

2. Gaya

Gaya dalam arsitektur Post Modern adalah suatu ekspresi pada bentuk, cara, rupa dsb yang khusus ditampilkan pada Arsitektur Posmodern.

- a. Ekspresi campuran / *Hybrid expression*, ialah penampilan hasil gabungan antara unsur-unsur modern dengan:
 - i. *Vernacular – revivalist*
 - ii. *Local – commercial*
 - iii. *Metaphorical - contextual*
- b. Kerumitan/ *Complexity*, ialah perlawanan terhadap simplisitas, dimana rancangan yang bersifat dasar dimodifikasi untuk menciptakan kompleksitas yang dapat dinikmati dari bentuk maupun maknanya.
- c. Ruang yang berubah-ubah dan dengan kejutan/ *Variable space with surprise*, ialah perubahan nilai ruang yang tercipta akibat adanya kejutan-kejutan.
- d. Konvensional dan bentuk abstrak/ *Conventional and Abstract form*, ialah kebanyakan penampilan bentuk yang konvensional dan bentuk yang rumit atau populer, sehingga mudah ditangkap artimya.
- e. Artikulasi semiotic/ *Semiotic meaning*, ialah arti yang hendak ditampilkan secara fungsi.
- f. Berbagai macam estetika yang berubah berdasarkan keadaan, pengungkapan isi / *Variable mixed of aesthetic*, ialah bergantung pada konteks, ekspresi dari kandungan dan kelayakan semiotic terhadap fungsi.
- g. Pro organik dan pemakaian ornamen/ *Pro organic and Ornament*, ialah mencerminkan kedinamisan sesuatu yang hidup dan kaya ornamen.

- h. Pro metaphor/ *pro-metaphor*, ialah hasil pengisian bentuk-bentuk tertentu yang diterapkan dalam desain bangunan sehingga orang lebih menangkap arti dan fungsi bangunan.
- i. Pro symbol/ *Pro-symbolic*, ialah menyiratkan symbol-simbol yang mempermudah arti dan yang dikehendakai perancang.
- j. Pro referensi historis/ *Pro historical reference*, ialah menampilkan nilai-nilai historis pada setiap rancangan yang menegaskan ciri bangunan.

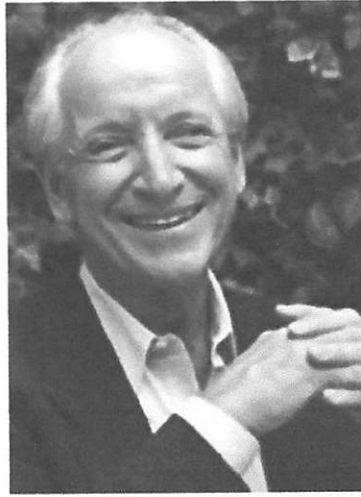
3. Ide – ide perancangan

Ide-ide perancangan dalam arsitektur Post Modern adalah gagasan-gagasan perancangan yang mendasari dalam perancangan arsitektur Post Modern.

- a. Keadaan kota dan perbaikan/ *Contextual urbanism and rehabilitation*, ialah kebutuhan suatu fasilitas yang berkaitan dengan suatu lingkungan urban.
- b. Pencampuran fungsi/ *Functional mixing*, ialah gabungan beberapa fungsi yang menjadi tuntutan perancangan. Dapat berupa fungsi struktur, elemen bangunan maupun guna.
- c. Arti yang langsung dimengerti/ *All phetorical means*, ialah semua bentuk-bentuk rancangan yang memiliki arti.
- d. *Street building*
- e. Kedwiarthian/ *Ambiguity* , ialah menampilkan ciri yang men'dua', berbeda tetapi masih *unity* dalam fungsi.

Cenderung asimetri/ simetri/ *Trends to asymmetrical symmetry*, ialah menampilkan bentukan-bentukan yang asimetris tetapi seimbang.

III.3 ARSITEKTUR POST-MODERN MENURUT MICHAEL GRAVES



Gambar III.1: Michael Graves, salah satu tokoh arsitek post-modern.

Michael Graves adalah seorang arsitek Amerika terkemuka dan seorang perancang, yang mengusung post-modern pada pertengahan 1970-an. Penghadiran kembali tradisi masa lampau seraya merespon lingkungan kontemporer⁵.

Bangunan menurut Graves, meliputi aspek-aspek pendukung yang tidak dapat dipisahkan dari kenyataannya, serta arsitektur berusaha menghadirkan kembali budaya dan mitos secara simbolis. Jelas bahwa Graves mengidentifikasikan fungsi simbolis sebagai respon terhadap budaya⁶.

Karya-karya Graves menjadi terkenal berkat bentuk arsitekturalnya yang prima, karyanya juga banyak dipengaruhi beberapa hal, diantaranya oleh Le Corbusier dan arsitektur Neo-Historicism. Sebelumnya ia hanya dikenal melalui sketsa-sketsanya daripada karya bangunan. Karya-karyanya memadukan elemen-elemen klasik. Bentuk-bentuk yang digunakannya pada umumnya sederhana, namun mampu menampakkan ekspresinya secara jelas.

Pada awalnya Graves lebih menekankan pada arsitektur rasional yang putih bersih, kemudian pada perkembangan selanjutnya ia lebih banyak dipengaruhi oleh bangunan-bangunan klasik yang paling awal yang menjadikan bangunannya lebih banyak ornamen-ornamen yang diambil dengan mereduksi dari bentuk aslinya, dan

⁵ Michael Graves Biography.htm

⁶ Nesbitt, Kate. 1996; *Theorizing a New Agenda for Architecture*. New York; Princeton Architectural Press; Hal.84.



Gambar III.1 Michael Graves salah satu tokoh arsitek post-modern.

Michael Graves adalah seorang arsitek Amerika terkemuka dan seorang perancang yang merancang post-modern pada pertengahan 1970-an. Pergerakan kembali tradisi masa lampau secara merespon lingkungan komersial.⁵

Bangunan menurut Graves, meliputi aspek-aspek pendukung yang tidak dapat dipisahkan dari kenyataannya, serta arsitektur berusaha menghadirkan kembali budaya dan mitos secara simbolis. Oleh karena itu Graves mendefinisikan fungsi simbolis sebagai respon terhadap budaya.⁶

Karya-karya Graves menjadi terkenal berkat bentuk arsitekturalnya yang grand, karyanya juga banyak dipergunakan beberapa hal, diantaranya oleh i.e. Corbusier dan arsitek Neo-Historisisme. Sebelumnya ia hanya dikenal melalui sketsa-sketsanya daripada karya bangunan. Karya-karyanya memadukan elemen-elemen klasik. Bentuk-bentuk yang digunakannya pada umumnya sederhana, namun mampu menyampaikan ekspresinya secara jelas.

Pada awalnya Graves lebih menekankan pada arsitektur rasional yang putih bersih, kemudian pada perkembangan selanjutnya ia lebih banyak dipergunakan oleh bangunan-bangunan klasik yang paling awal yang dijadikan bangunannya lebih banyak ornamen-ornamen yang diambil dengan mereduksi dari bentuk aslinya, dan

⁵ Michael Graves Biography.com
⁶ Nesbitt, Kent. 1996. *Thinking in New Agenda for Architecture*. New York: Princeton Architectural Press: Hal 84

warna-warna bangunannya beralih ke nada-nada pastel lembut. Michael Graves dianggap sebagai tokoh arsitektur post-modern yang penting pada masa kini ⁷.

Michael Graves juga menunjukkan ketertarikan pada metafor yang menjadikan karyanya jauh berbeda dengan modernisme yang kaku. Pada pertengahan 1970-an, Michael Graves secara teguh “berpindah” dari tradisi modern dan berakibat pada arsitektur yang ia ciri-kan sebagai “figuratif”, yaitu terkait dengan cara simbolis dan visual manusia. Arsitektur Graves secara berkembang menggunakan metafor antropomorfik, semacam pembagian divisi pada dinding yang mengingatkan pada kaki, badan dan kepala figur manusia. Graves memisahkan antara elemen-elemen tradisional seperti dinding dan jendela, menolak gerakan modern yang memadukan keduanya dalam “window-wall”. Graves memulai untuk memadukan aspek-aspek pragmatik dari bangunan dengan suatu sensitivitas puisi, berusaha untuk memanusia-wikan kembali arsitektur sehingga pengguna dapat mengidentifikasi dan berkomunikasi dengan bangunan baik secara fisik dan secara simbolik.

Sejak saat itu (1970-an), karya Michael Graves berkembang secara dramatis, cenderung pada penggunaan warna dan pada ketertarikannya pada suatu arsitektur figurative yang menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan ajaran-ajaran modernisme. Michael Graves disebut sebagai orang yang menuliskan kembali tentang bahasa warna (language of color) oleh editor majalah House and Garden, Martin Filler. Sebagai ahli warna, Michael Graves menggunakan apa yang ia kriteriakan warna-warna yang representational, warna-warna yang berasal dari alam dan material. Sebagai contoh: terra cotta, mewakili tanah, biasa terlihat di dekat dasar struktur bangunannya. Biru digunakan sebagai suatu metafor untuk langit, sering dipilih untuk ceiling ⁸.

Di dalam sebuah website www.harrywalker.com disebutkan bahwa ciri khas (bangunan) Michael Graves yaitu wujud-wujud yang disusun atas elemen-elemen estetis, mengambil referensi dari bentuk-bentuk historis, dan warna-warna hangat yang sering mencerminkan pengaruh Italia dan klasik telah dikenal secara luas.

Arsitektur Graves menggunakan bentuk-bentuk dan konsep-konsep yang berasal dari tradisi arsitektural klasik. Graves melihat arsitektur modern terasing dan

⁷ Ironic Classicism.htm.

⁸ Michael Graves architect biography.htm.

menciptakan arsitektur yang bertujuan berkomunikasi dengan lingkungannya dan dengan publik dengan cara menghadirkan kembali tradisi arsitektural.

Menurut Graves, ornamen penting, menolak pandangan arsitektur modern terhadap ornamen dan melihatnya sebagai elemen penting untuk memberikan makna bangunan.

III.4 KARYA - KARYA MICHAEL GRAVES⁹

a. *Portland Building*



Gambar III.2: Portland Public Building, Oregon.

Nama : Portland Public Building

Lokasi : Portland, Oregon.

Type : Kantor Pemerintah.

Iklim : Sedang / dingin.

Gaya : Arsitektur Post-modern.

Catatan : Massa balok, dengan dekorasi pada permukaan yang menggunakan gaya “*Art- Deco*” dan penegasan terhadap pengolahan penggunaan warna.

Setelah memenangkan kompetisi design bangunan yang disponsori oleh kota Portland, Michael Graves (1934) kemudian menjadi perancang “Public Service Building” (1980-1982) di Portland, Oregon.

⁹ Michael Graves Biography.htm

Portland Public Service Building yang terletak pada sebuah lahan di tengah kota ini akan menjadi pusat perkantoran kota. Pada nyatanya lokasi yang ada menawarkan keuntungan dan karakteristik setting yang spesial, karena berdekatan dengan City Hall Building dan County Courthouse Building di kedua sisinya, Mall untuk umum dan taman pada kedua sisi yang lain.

Arsiteturnya menjadi pelopor dan banyak memberi inspirasi pada perkembangan arsitektur Post-modern. Bentuk global sangat sederhana seperti kotak atau blok, ada yang mengatakan seperti sebuah kotak kado natal raksasa, bahkan ada yang mengatakan seperti dadu.



Gambar III.3: Portland Public Building Style.

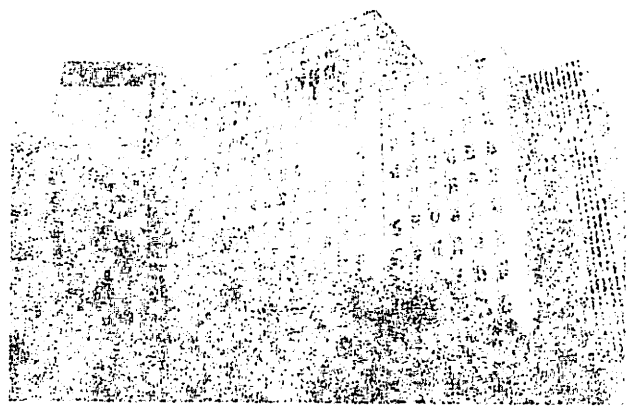
Unsur arsitektur kuno yang menonjol dalam gedung public service ini, menghubungkan dengan masa lampau antara lain berupa sebuah patung wanita yang dikenal pada abad XIX bernama “Portlandia”, personifikasi dari semangat, kebijakan dan keteguhan moral dari warga negara dalam perdagangan. Kotak seperti dadu bagian utama dari “The Portland” terletak diatas unit dibawahnya yang coklat susu cerah. Unit ini sedikit lebih lebar dari yang ditumpunya, berkolom-kolom besar dan berat memberikan kesan seperti arsitektur kuno oriental mesir.

Selain adanya dekorasi menonjol yang non-fungsional dari patung “Portlandia”, warna-warna kontras dan menyolok sangat dominan dalam gedung ini, seperti coklat susu, coklat tua dan warna gelap dari kaca.

Di bagian atas atau atapnya yang datar terdapat konstruksi seperti rumah-rumahan kecil mirip dengan kuil kuno dari artemis-yunani beratap piramid dan

Portland Public Service Building yang terletak pada sebuah lahan di tengah kota ini akan menjadi pusat pemerintahan kota. Pada awalnya lokasi yang ada menawarkan kemungkinan dan karakteristik setting yang spesial, karena berdekatan dengan City Hall Building dan County Courthouse Building di kedua sisinya. Mula-mula untuk umum dan taman pada kedua sisi yang lain.

Arsitekturnya menjadi petopik dan sangat memberi inspirasi pada perkembangan arsitektur Post-modern. Bentuk geometris sederhana seperti kotak atau blok ada yang menyuguhkan seperti sebuah kotak lando natal raksasa, bahkan ada yang mengartikan seperti daun.



Gambar III.3: Portland Public Building City

Usur arsitektur ruang yang menonjol dalam gedung public service ini mengadunikan dengan masa lampau antara lain berupa sebuah patung wanita yang dikenal pada abad XIX bernama "Portlandia", personifikasi dari semangat keadilan dan keteguhan moral dan warga negara dalam perdagangan. Kotak seperti daun bagian utama dari "The Portland" terletak diatas unit dibawahnya yang coklat susu cerah. Unit ini sedikit lebih lebar dari yang ditumpunya, berkolom-kolom besar dan berat memberikan kesan seperti arsitektur kuno oriental mesir.

Selain adanya dekorasi menonjol yang non-fungsional dan patung "Portlandia", warna-warna kontras dan mengkilap sangat dominan dalam gedung ini seperti coklat susu, coklat tua dan warna gelap lain-lain.

Di bagian atas atau atapnya yang dalam terdapat konstruksi seperti rumah-rumahan kecil mirip dengan kuni kuno dari suku-suku primitif piramid dan

pelana. Bentuk-bentuk geometris sederhana, seperti kotak-kotak, segitiga, garis-garis non-fungsional terlihat naif, menjadi bagian dari ciri arsitektur post modern, banyak menghiasi bagian luar dar gedung”The Portland”.



Gambar III.4: Tampak samping Portland Public Building.

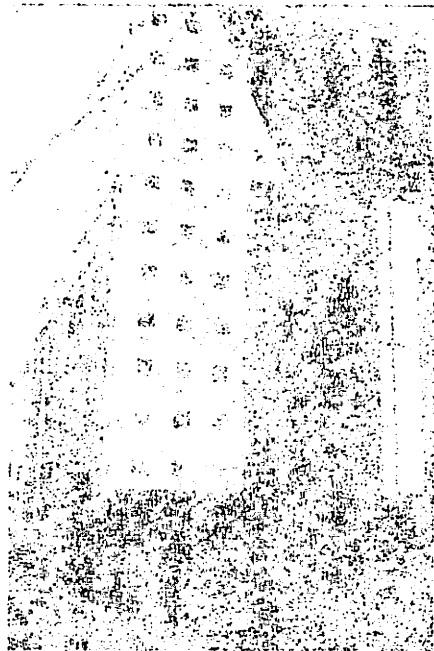
Desain dari bangunan ini ditujukan untuk penduduk sekitar, untuk terciptanya hubungan daerah urban dengan program di dalamnya. Dalam tujuan untuk memperkuat perkumpulan bangunan, pada permukaan bangunan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu “bagian dasar, tengah atau badan, dan atas atau kepala”.

Ketika pertama kali selesai, perubahan gaya dari modern menuju gaya post-modern yang dihadirkan pada bangunan ini sangat ramai dibicarakan sebagai sesuatu yang kontroversi.

Pada variasi permukaan terdapat 15 potongan-cerita bangunan kantor perkotaan yang dihiasi dengan kotak-kotak jendela kecil yang merupakan ungkapan penggunaan karakteristik gaya Art Deco, massa bangunan yang berwarna - coklat, biru, dan merah bata – membuat penegasan pernyataan soal latar belakang yang berpasir.

Dekorasi karangan bunga dari pita-pita biru (pada dinding beton) pada satu sisi dimana melambangkan status dari wanita yang sangat kuat. Portlandia ditambah pada tahun 1985, mendominasi pintu masuk utama.

Belanda. Dengan bentuk geometris sederhana seperti kotak-kotak, ketinggian yang-yang non-fungsional terlihat dari ciri arsitektur post modern. Banyak orang-orang bilang itu adalah "de-berland".



(Gambar 11 - Tampilan samping 'De Berland' Public Building)

Desain dari bangunan ini dilakukan untuk mendukung sektor pariwisata pembangunan daerah dengan program di dalamnya. Dalam tujuan untuk memperoleh keuntungan, pada dasarnya bangunan dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian dasar yang akan menjadi bagian yang akan kebal.

Ketika pertama kali selesai, perubahan gaya dan modern menjadi gaya post-modern yang dibedakan pada bangunan ini sangat ramai dibicarakan sebagai sesuatu yang kontroversi.

Terdapat perubahan terhadap 17 kolom-kolom bangunan. Kantor-kantor yang dibina dengan kotak-kotak yang merupakan ungkapan bentuk urban karakteristik gaya Art Deco, masa bangunan yang berwarna-warni - ornamen - menjadi penggambaran perwujudan saat itu. Desain yang berfokus

Desain konsep bunga dari pin-pin pin (pada dinding beton) pada satu sisi dimana melambungkan status dari wanita yang sangat kuat. Perantara di antara kedua tahun 1982, mendominasi pinu maskulin.

Pada Gedung Portland Public Services dapat menjadikan pusat para mahasiswa yang mengembangkan trend perancangan pencakar langit.

Bangunan karya Graves ini benar-benar tidak ada duanya dalam sejarah perkembangan bangunan pencakar langit, walaupun ideology perancangannya cenderung mengikuti aliran historis dari Johnson. Bangunan tersebut terlihat berat dan berbentuk kotak hampir sebuah kubus, dan eksteriornya adalah perpaduan antara elemen klasik dengan skala yang cukup besar dan dinding bercorak kotak-kotak tempat meletakkan jendela yang sederhana. Namun demikian gedung Portlan Public Services benar-benar terasa memiliki kekuatan.

Apabila ada bangunan pada jaman ini yang tampil dengan keyakinan penuh, rasa percaya diri yang kuat, maka bangunan tersebut adalah gedung ini.

Karya Michael Graves ini mengartikulasikan dilemma yang dihadapi para arsitek bangunan pencakar langit atau bahkan bangunan berketinggian sedang pada saat ini. Bangunan-bangunan Portland Public Building ini tidak terlalu tinggi menurut ukuran abad ke-20, walaupun keduanya cukup besar menurut ukuran standar abad ke-19. Pada tiap karyanya tersebut ada dorongan romantis dialihkan dari bentuk perwujudannya yang dijumpai pada pencakar langit yang dibangun sebelumnya.

Bukan lagi ketinggian yang diekspresikan, bahkan sebenarnya karya Graves berusaha dengan cukup keras untuk kelihatan lebih pendek dan kekar. Gedung Portland Public Services adalah kotak yang dihias dengan indah; memiliki kekuatan yang amat besar, namun jelas bukan *“barang yang angkuh dan menjulang tinggi”*.

b. Team Disney Building



Gambar III.5: Tampak Depan Team Disney Building.

Pada Gedung Portland Public Services Japan merupakan pusat para mahasiswa yang mengembangkan trend perancangan pencakar langit.

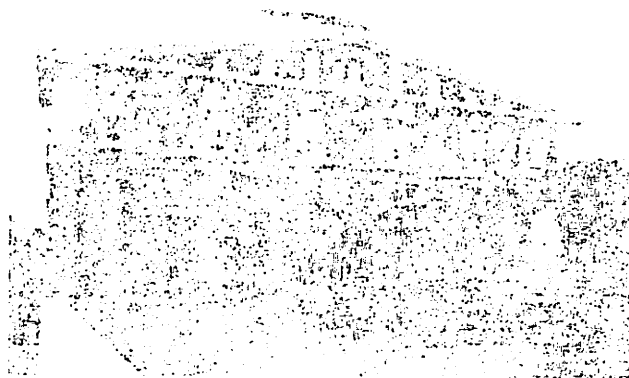
Bangunan karya Graves ini benar-benar tidak ada duanya dalam sejarah perkembangan bangunan pencakar langit. Walaupun ideology perancangannya cenderung mengikui aliran historis dari Johnson. Bangunan tersebut terlihat berat dan beratnya kaku hampir seolah kubah, dan estetiknya adalah perpaduan antara elemen klasik dengan skala yang cukup besar dan dinding bercorak kotak-kotak tampak melatarkan jendela yang sebarana. Namun demikian gedung Portland Public Services benar-benar tetap memiliki kekakuan.

Apabila ada bangunan pada jaman ini yang tampil dengan kekayaan bentuk, rasa peranya diri yang kuat maka bangunan tersebut adalah gedung ini.

Karya Michael Graves ini mengantulkan ke belakang yang dihadapi para arsitek bangunan pencakar langit atau bahkan bangunan bertingkat, sedang pada saat ini. Bangunan-bangunan Portland Public Building ini tidak terlihat tinggi menurut ukuran abad ke-20, walaupun kedanya cukup besar menurut standar abad ke-19. Pada tiap lantaiya tersebut ada dorongan formasi diimbangi dan bentuk perwujudannya yang dinamis pada pencakar langit yang dibangun sebelumnya.

Bukan lagi ketinggian yang dikspresikan bahkan sebelumnya karya Graves berusaha dengan cukup kuat untuk kelihatan lebih pendek dan kaku. Gedung Portland Public Services adalah bentuk yang ditua dengan indahnya memiliki kekakuan yang amat besar, namun jelas bukan "bentuk yang wajar dan wajar yang tinggi".

a. Tuan Disney Building



Gedung Disney Building Portland, Oregon

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 fasade Team Disney Building tersebut dan juga bentuk-bentuk 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".

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

Selain konsepsi pengahadiran kembali gaya Arsitektur Klasik ini terwujud dalam penggunaan kolom-kolom vertikal yang menjadi ciri khas pada Arsitektur Yunani, juga penggunaan bentuk segitiga pada bagian paling atas bangunan yang dalam Arsitektur Yunani disebut sebagai "pediment".



Gambar III.6: "Pediment" gaya arsitektur Yunani.

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

Nama : Disney Building

Lokasi : Burbank, California

Arsitek : Michael Graves, 1991

Gaya : Post-modern

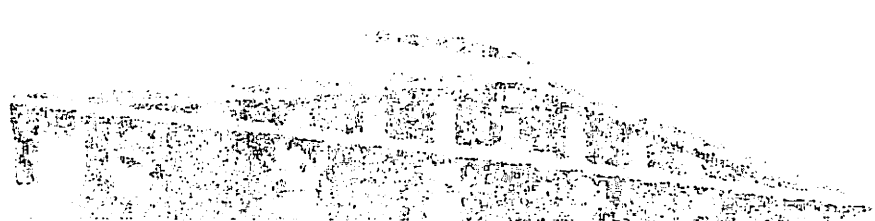
Catatan : Tampak dari bangunan ini terlihat klasik tetapi jangannya tetap modern. Disney Research ini secara keseluruhan yang menggunakan dekorasi yang terlihat humor mendapat dukungan dari Seven Dwarves.

Salah satu bangunan hasil rancangan Michael Graves adalah bangunan Vasa. Vasa Building yang merupakan salah satu karya Arsitektur Post-modern dimana dapat kita lihat terutama pada bagian facade. Tema Disney Building tersebut dan juga bentuk-bentuk-bentuk lain keseluruhan bangunan.

Dalam rancangan "Vasa Vasa Building" ini Michael Graves berolak dari gaya atau jangannya arsitektur post-modern yaitu penggunaan gaya Arsitektur klasik Yunani yang dilihat sebelumnya juga menjadi gaya arsitektur "Neo klasik".

Konsep penghabisan kembali jangannya ini diwujudkan dengan prinsip-prinsip Arsitektur klasik Yunani yang terwujud dengan penggunaan kolom-kolom vertikal yang tersusun dengan jarak tertentu.

Selain konsep penghabisan kembali gaya Arsitektur klasik ini terwujud dalam penggunaan kolom-kolom vertikal yang menjadi ciri khas pada Arsitektur Yunani. juga penggunaan bentuk-bentuk sebagai pada bagian paling atas bangunan yang dalam Arsitektur Yunani disebut sebagai "pediment".



Gambar 10 "Pediment" gaya arsitektur Yunani

Tampak pada bangunan Tema Disney Building bahwa Michael Graves menggunakan kolom-kolom vertikal yang tersusun dengan jarak tertentu yang mengelilingi seluruh tepi gedung. Yang paling mencolok dari bangunan ini sendiri adalah jidgiam tepak 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 di atasnya.

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 fasade*” sekaligus sebagai focal point atau *point of interest* dari bangunan tersebut.



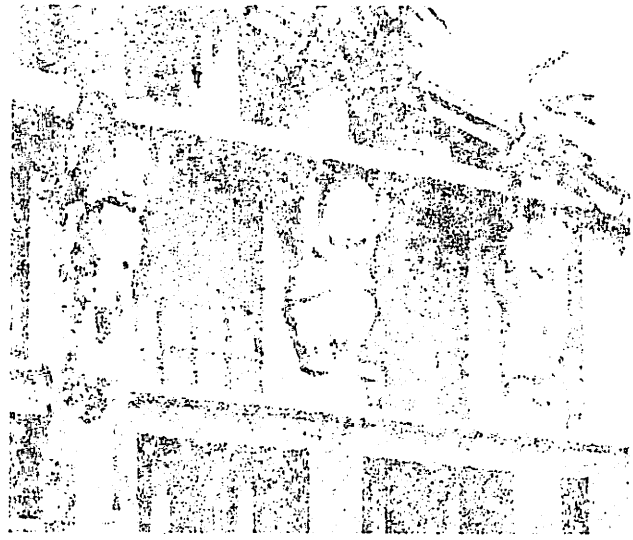
Gambar III.7: Patung Disney sebagai kolom.

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*,

Graves mengambil inspirasi Yunani tetapi juga melakukan transformasi bentuk. Beliau mencoba untuk menggunakan "classical" nya dalam bentuk arsitektur dengan menekankan bentuk-bentuk kolom pada bagian atasnya.

Pada bangunan Yunani bagian pediment biasanya terdapat patung-patung *claus-deux* Yunani sedangkan pada Team Disney Building terdapat patung-patung bentuk arsitektur seperti pediment tetapi tanpa menggunakan patung-patung Yunani. Sebagai melambungkan kolom-kolom yang menopang bagian pediment berbentuk karakter dari tokoh Disney yaitu tokoh-karakter yang berwujud manusia menopang bagian sebagai pediment di atasnya.

Bentuk arsitektur adalah sebuah konsep yang menghidupkan dan mempermaniskan bentuk-bentuk dan sejarah tersebut dengan menggunakan karakter Disney yang berwujud tokoh dan menggunakan karakter ini sebagai elemen yang berwujud sebagai kolom-kolom yang berupa tokoh-tokoh (characters) sebagai "classical" nya. Sebagai lokal point atau *classical* ini bangunan tersebut



Gambar 11.7. Disney sebagai kolom

Masyarakat pun pasti sudah mengetahui tokoh Disney yang satu ini. Konsep dan bentuk outline dari kepala tokoh ini saja yang sudah menginspirasi sebagai salah satu tokoh Disney Team Disney Building yang berada di Burbank, California ini. Jika terlihat bahwa bangunan ini memiliki identitas yang jadi diri, dimana di bagian kolom-kolomnya yang berupa tokoh-karakter Disney yang merupakan identitas dan Disney ini sendiri. Masyarakat dapat mengenali tema us dan tokoh Disney tersebut yaitu karakter Disney yang berupa tokoh-karakter yang bernama *classical*.

Doc, Sleepy, Bashful, Happy, Dopey. Masyarakat sudah mengenali ceritanya, sehingga hanya dengan melihat fasadenya saja masyarakat dapat mengetahui identitas dari bangunan tersebut.



Gambar III.8: Tampak samping Team Disney Building.



Gambar III.9: Tampak belakang Team Disney Building.

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 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 di atas, “Team Disney Building” juga menampilkan 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.

c. Public Library Building



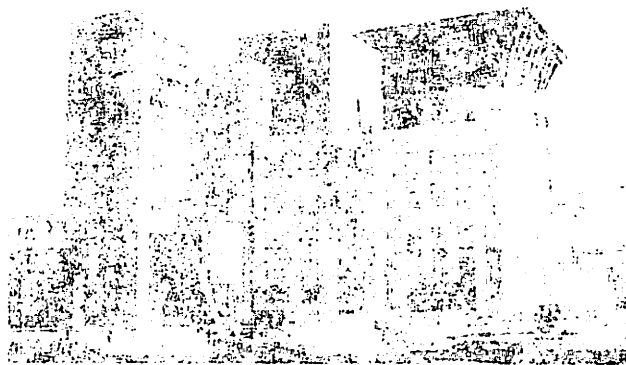
Gambar III.10: Tampak situasi lingkungan *Public Library Building*, Denver , USA.

- Nama : Public Library Building.
- Lokasi : Denver, USA.
- Arsitek : Michael Graves.
- Type : Gedung Perpustakaan Umum.
- Konteks : Transformasi arsitektur klasik.

karcis manusia sebagai makhluk biologis yang mampu untuk mengorganisir
 kembali masa lampau dan mengubahnya sebagai karcis yang dalam banyak hal
 ini juga menjadi hal penting dan sekaligus sebagai konsep arsitektural post-modern.
 Sehingga kehadiran "Team Disney Building" telah membangkitkan
 masyarakat untuk menghadirkan kembali keragaman alam serta dan tokoh-ketokohan
 karakter Disney. Karena dapat mengorganisir maka akhirnya bangunan ini menjadi
 mudah dikenali dan diingat.

Selain prinsip-prinsip atau konsep arsitektural tersebut di atas, Team
 Disney Building juga memanfaatkan sebagai bangunan Arsitektur Post-modern
 dalam penggunaan warna dengan menggunakan warna-warna cerah seperti
 oranye, kuning, merah, dan lain-lain. Selain itu, penggunaan warna-warna cerah seperti
 tersebut juga dan penempatan yang baru di bagian Arsitektur modern yang biasanya
 menggunakan warna hitam dan putih. Selain itu, konsep dan Arsitektur
 Post-modern juga tidak meninggalkan aspek-aspek geometri, terlihat pada bentuk
 ini yaitu pada bagian bawah yang tampak belah ketupat, sisi lain dan belah ketupat
 ini menggunakan bentuk belah ketupat yang lain.

c. Public Library Building



Gambar 11.10. Tampak sisi barat bangunan Public Library Building Denver, USA

- Nama : Public Library Building
- Lokasi : Denver, USA
- Arsitek : Michael Graves
- Tipe : Gedung Perpustakaan Umum
- Context : Transformasi arsitektur klasik

Gaya : Post-modern.

Bangunan ini adalah Gedung Perpustakaan Umum Denver, yang terletak di Denver, USA ini dibangun oleh Michael Graves dengan tegas “*melepaskan diri*” dari aliran modernis, karena merupakan hasil pengembangan secara luas bermacam-macam gaya dimana terdapat penggabungan bentuk lama secara abstrak dan menegaskan pewarnaan bangunan.



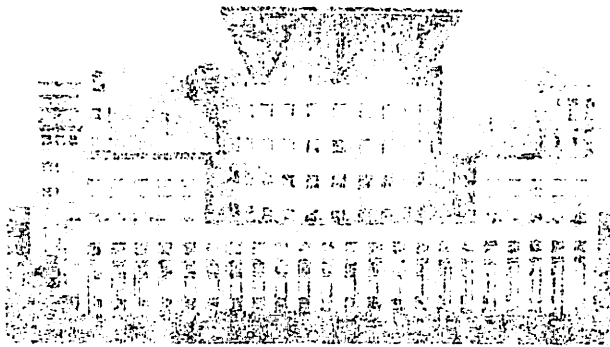
Gambar III.11: Bagian depan gedung dengan kolom-kolom vertikal dan penegasan warna.

Graves membuat bangunan ini menjadi bersifat klasik bukan hanya dalam bentuknya tetapi juga dalam hal kegunaan, dan bangunan inilah hasil rancangannya yang membuatnya terkenal.

Public Library Building dihadirkan dengan menggunakan kolom-kolom vertikal yang tersusun dengan jarak tertentu yang memenuhi bagian depan gedung.

Yang paling menyolok dan membuat beda adalah bagian atas gedung yang mengalami transformasi bentuk yang unik yaitu dengan memadukan bentuk silinder dengan limas dengan kolom penopang yang terekspos sehingga gedung ini mudah diingat atau dikenali. Selain menggunakan permainan bentuk, Graves menggunakan warna yang berbeda dan mencolok atau warna cerah sehingga memberi penampilan yang baru daripada Arsitektur modern yang biasanya menggunakan satu warna saja.

Bangunan ini adalah Gedung Perpustakaan James Denver yang terletak di Denver, USA ini dibangun oleh Michael Graves dengan tema "melupakan diri".
Gedung ini modern karena merupakan hasil pengembangan secara luas terhadap-
modernisme dimana terdapat pengembangan bentuk lama secara abstrak dan
menunjukkan persamaan bangunan.



(Gambar 10.11) Bagian depan gedung dengan kolom-kolon vertikal dan petakan warna

Graves membuat bangunan ini menjadi bentuk klasik bukan hanya dalam bentuk tetapi juga dalam hal kegunaan, dan bangunan inilah hasil pencapaiannya yang membuatnya terkenal.

Public Library Building dibandingkan dengan menggunakan kolom-kolon vertikal yang tersusun dengan jarak tertentu yang memenuhi bagian depan gedung.

Yang paling menonjol dan membuat beda adalah bagian atas gedung yang menggunakan transformasi bentuk yang unik yaitu dengan memadatkan bentuk silindris dengan limas dengan kelopak penopang yang terakap sehingga gedung ini mudah diingat atau dikenali. Selain menggunakan permainan bentuk, Graves menggunakan warna yang berbeda dan mencolok atau warna esok sehingga membuat penampilan yang baru daripada Arsitektur modern yang biasanya menggunakan satu warna saja.



Gambar II.12: Transformasi bentuk yang unik.

Pada bangunan ini Graves tidak murni mengambil bentukan-bentukan mentah, tetapi mengubah atau juga menggabungkan dengan bentukan lain, sehingga mengalami perubahan (transformasi) bentuk.

Bangunan ini memiliki konsep arsitektur post-modern yang menekankan bahwa *arsitektur sebagai bentuk, bukan ruang*. Dengan melihat bentuk dan fasade bangunannya saja orang akan tertarik dan mudah mengenali identitas dari bangunan tersebut, sehingga mudah dikenali oleh orang lain. Dan bangunan tersebut juga mencerminkan sifat arsitektur post-modern yang juga merupakan arsitektur yang dekoratif, bersolek, dan menghias diri. Sehingga Arsitektur Post-modern memperbolehkan penempelan-penempelan untuk mempercantik diri dengan penggunaan warna-warna yang mencolok.

d. Castalia Ministry of Health



Gambar III.13: Castalia Ministry Of Health

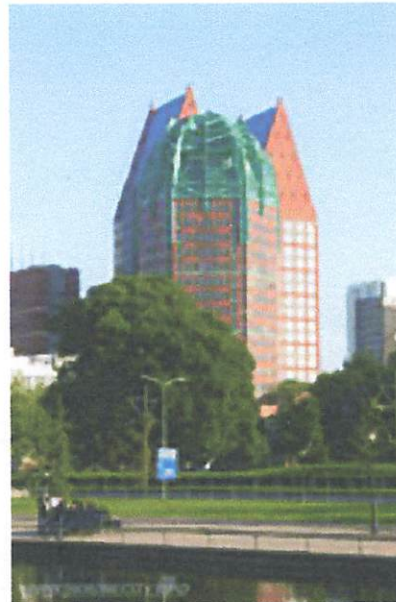
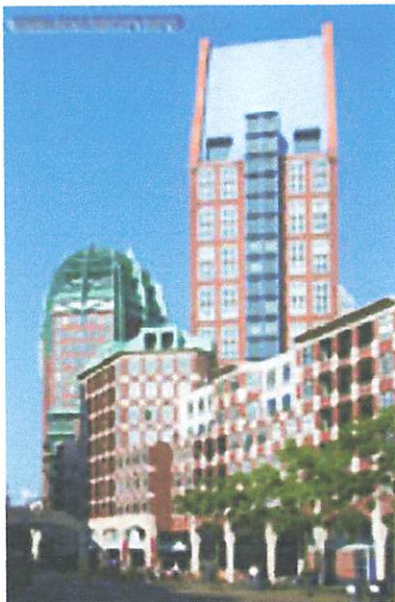
Nama : Castalia Ministry Of Health.

Lokasi : Castalia, Netherland.

Arsitek : Michael Graves.

Gaya : Post-modern.

Michael Graves adalah salah satu tokoh yang menunjukkan ketidakpuasannya terhadap doktrin-doktrin arsitektur modern, hal ini ditegaskannya dengan menerapkan konsep yang dimilikinya yang mendasarkan kesederhanaan dalam sebuah bangunan, bentuk geometris yang relevan sedapat mungkin dicocokkan dengan bentuk karakter universal yang menjadi dasar nilai keindahan, kesederhanaan, kemurnian, dan ketepatan geometris.



Gambar III.14: Keindahan, kesederhanaan, kemurnian, dan ketepatan geometris.

Kesimpulan:

Dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri rancangan Michael Graves sebagai berikut ¹⁰:

1.	Banyak dipengaruhi bentukan dari arsitektur klasik.
2.	Memiliki inti bangunan.
3.	Bersifat natural dan serasi dengan alam.

¹⁰ “*Perkembangan Arsitektur*”; Jurusan Arsitektur ITN Malang.htm

Nama : Catalia /Ningsih O.H.H.H.H.
 Lokasi : Catalia, Netherland.
 Arah : Michael Graves
 Gaya : Post-modern

Michael Graves adalah salah satu tokoh yang memunculkan perkembangan terhadap doktrin-doktrin arsitektur modern. Hal ini dilaksanakannya dengan menerapkan konsep yang memadukan kesederhanaan dalam sebuah bangunan, bentuk geometris yang relevan sebagai mungkin dicocokkan dengan bentuk karakter universal yang menjadi dasar nilai kolektif kesederhanaan, kenyamanan, ketepatan dan ketepatan geometris.



Gambar 11.11 Kolaborasi kesederhanaan, kenyamanan, ketepatan dan ketepatan geometris

Kesimpulan:

Dapat disimpulkan bahwa konsep arsitektur Michael Graves sebagai bentuk 10.

1. Bentuk dipengaruh bentuk dan arsitektur klasik
2. Menarik ini bergaya
3. Bentuk natural dan serta dengan alam

10 "Arsitektur Postmodern", dalam Arsitektur ITN, Alfabeta, 2010

4.	Memasukkan unsur-unsur simbolis yang di ambil dari culture masyarakat pada beberapa desain.
5.	Menggunakan <i>Deep Colour</i> .

Dari ulasan-ulasan tentang Michael Graves dan hasil rancangannya, Michael Graves mempunyai prinsip - prinsip atau konsep perancangan yaitu:

1.	Graves mengabstrakkan bentuk-bentuk yang historical atau yang berbaur atau berhubungan dengan sejarah yang telah ada. Tetapi Graves tidak sekedar meniru unsur sejarah yang ada tetapi ia juga yang melakukan transformasi.
2.	Graves menekankan penggunaan warna, misalnya menggunakan warna - warna cerah seperti oranye, dimana oranye sendiri merupakan warna kontemporer.
3.	Graves tetap tidak meninggalkan unsur-unsur geometris seperti bentuk selinder atau setengah lingkaran.
4.	Bangunan hasil rancangan Graves memiliki identitas atau jati diri yang jelas dan mudah untuk dikenali. Bangunan tersebut memiliki ciri khas yang dapat menjadikannya suatu identitas.
5.	Bangunan-bangunannya hanya menjadi klasik dalam hal massa dan susunan.
6.	Bangunannya mudah dikenali dan diingat karena adanya penerapan unsur-unsur sejarah yang telah ada sehingga masyarakat mempunyai kenangan dalam dirinya tentang sejarah tersebut.
7.	Adanya permainan bentuk pada kolom-kolom yang ada, misalnya kolom-kolom vertikal.
8.	Mengambil pembalikan-pembalikan positif negatif sampai suatu titik dimana topiary itu sendiri menjadi bentuk bangunan dan struktur arsitektural dipecah dan diledakkan terpisah menjadi ruang-ruang seperti ruang parkir, publik front, ceremonial garden dan sebagainya dengan bentuk-bentuk demiform.

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.

BAB IV TINJAUAN LOKASI

VII. GAMBARAN LOKASI

Secara astronomis Malang terletak pada posisi $112^{\circ}08' - 112^{\circ}07'$ Bujur Timur, $7^{\circ}06' - 8^{\circ}02'$ lintang Selatan. Luas wilayah kota Malang sebesar 110,00 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 798.104 jiwa.

Kecamatan Klojen memiliki luas 882,2 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 Tanah

Kemampuan tanah 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 peternakan 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 penyempitan 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.

• Drainase yang dimaksud adalah kemampuan permukaan tanah untuk menyerap/membeskan air secara alami. Kondisi 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/pemukatan.

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 berskolah. Kelogianya 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. Belanja pergerakan motivasi belanja ini adalah penduduk pada umumnya. Sedangkan tujuannya adalah fasilitas-fasilitas perdagangan seperti pasar dan pertokoan.
- Pergerakan motivasi berskolah. Fasilitas-fasilitas pendidikan menjadi tujuan pergerakan motivasi berskolah

ini.

5) Kondisi Tata Bangunan

a. Ketinggian Bangunan

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

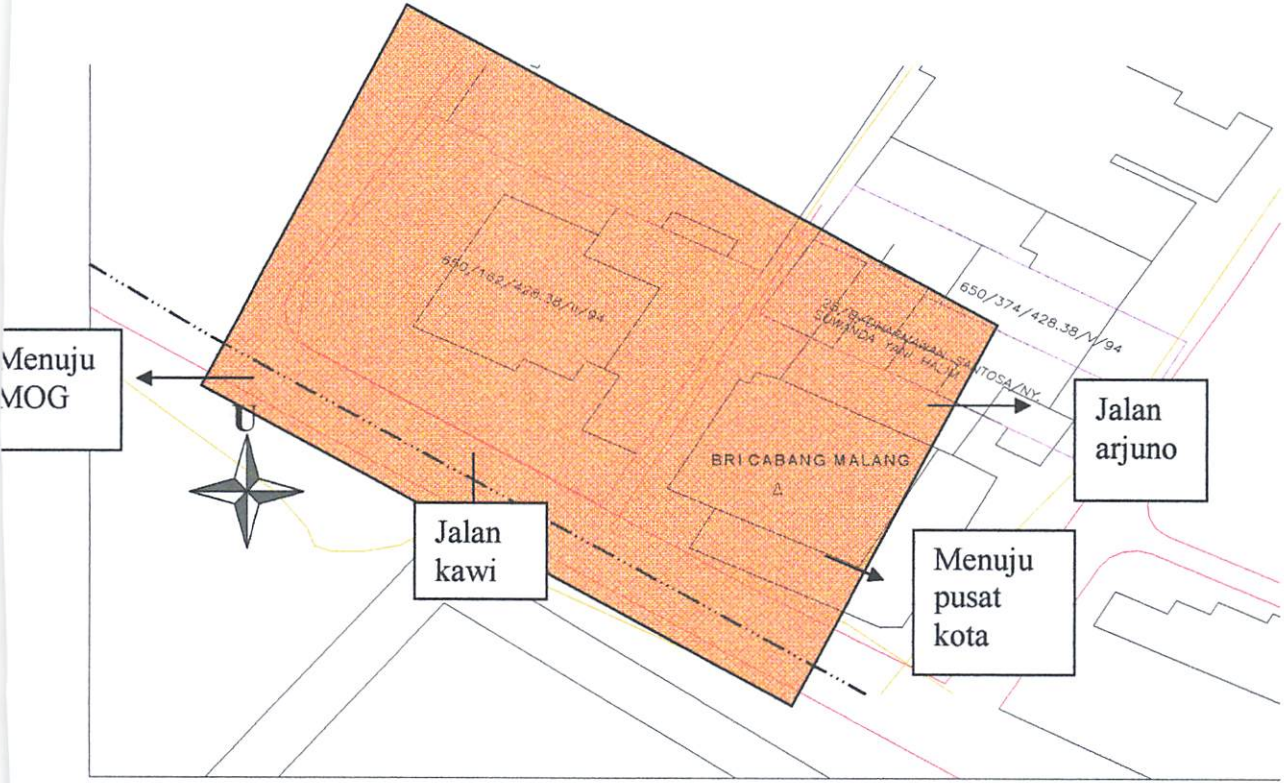
b. Perletakan Lahan

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

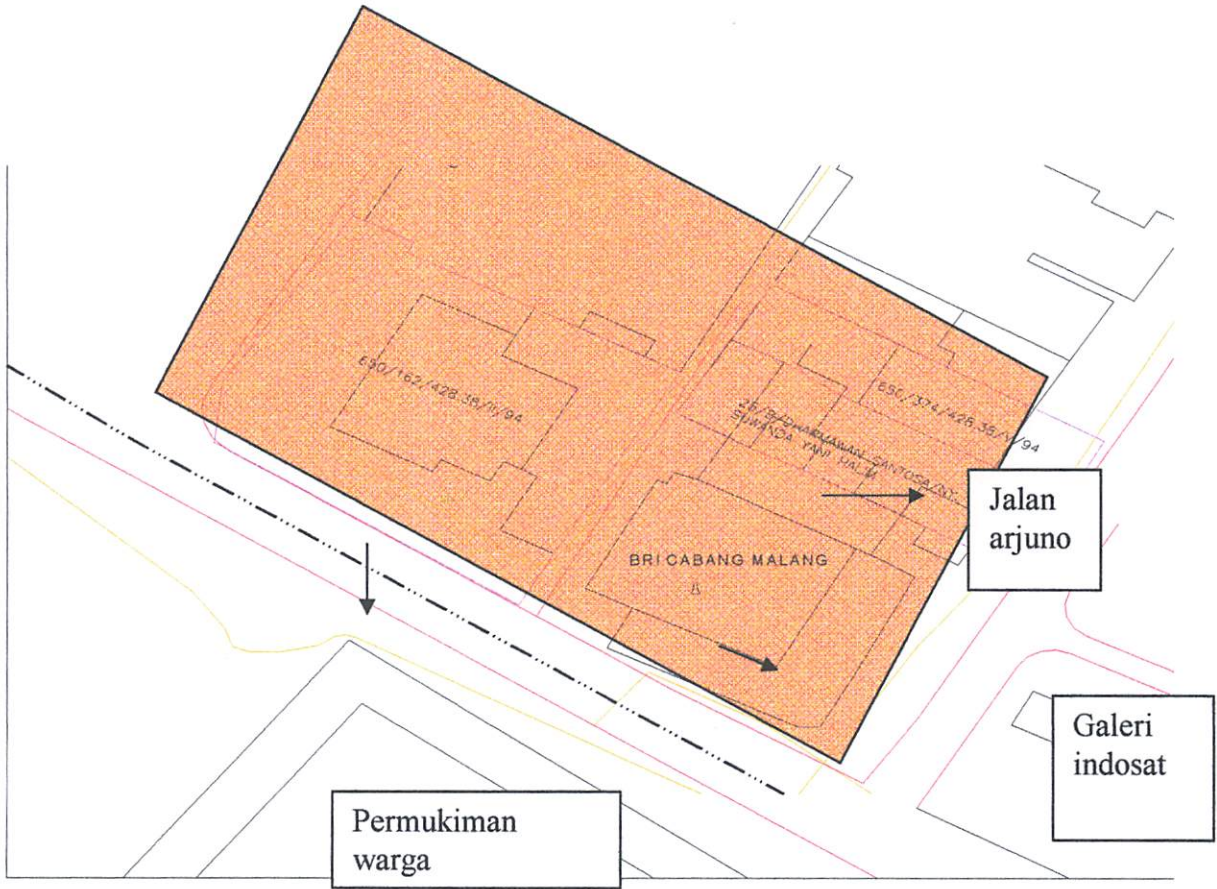
Lokasi terletak di kawasan kota Malang melewati jalan Kawi Kelurahan Kidul Dalem Kecamatan Klojen Kota Malang. Lingkungan tersebut merupakan area perdagangan berdasarkan keterangan RDTRK Kecamatan Klojen Kota Malang. Site dikelilingi oleh jalan raya dan gang dengan luas 112110.25

IV.2.1 Luasan Site



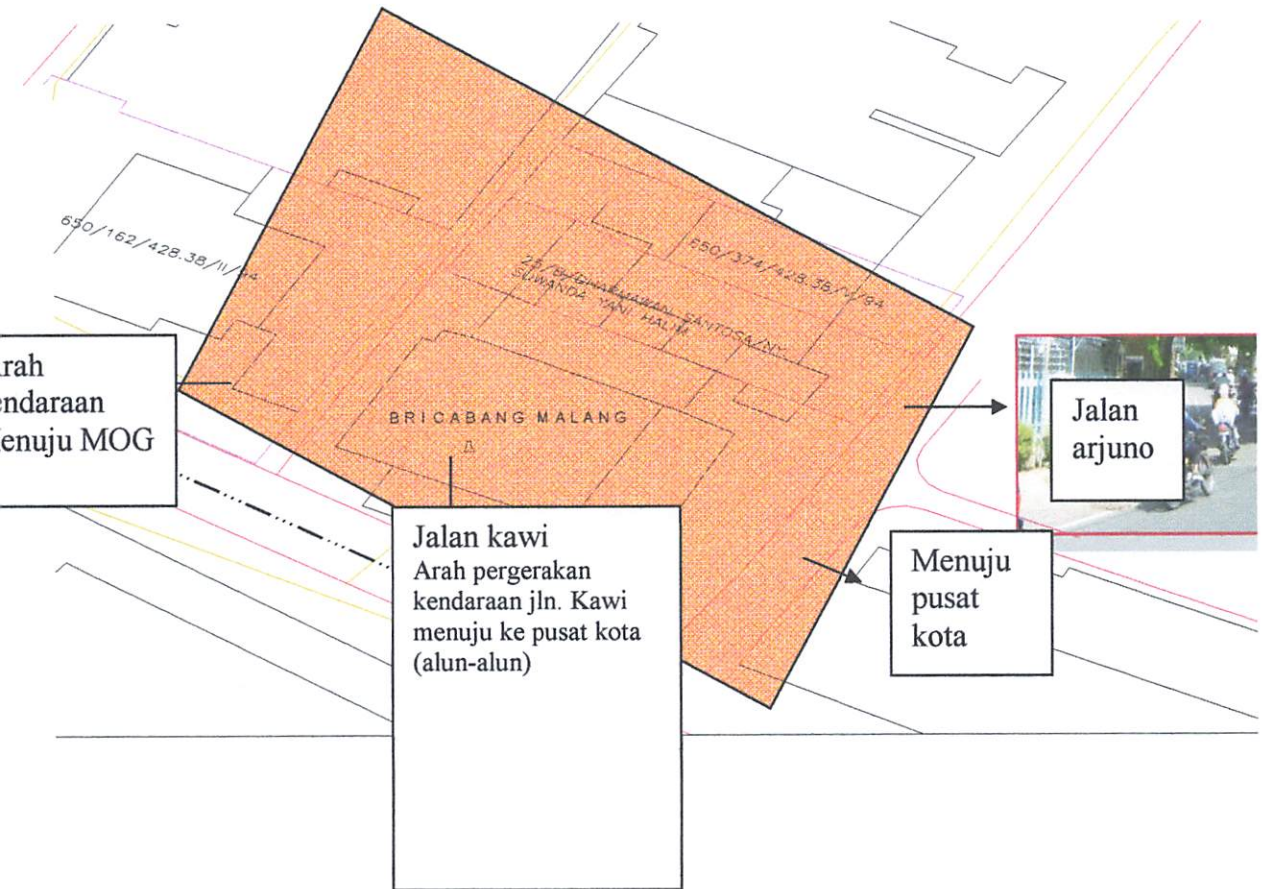
Gambar IV.1 Luasan Site.

IV.2.2 Batasan Site

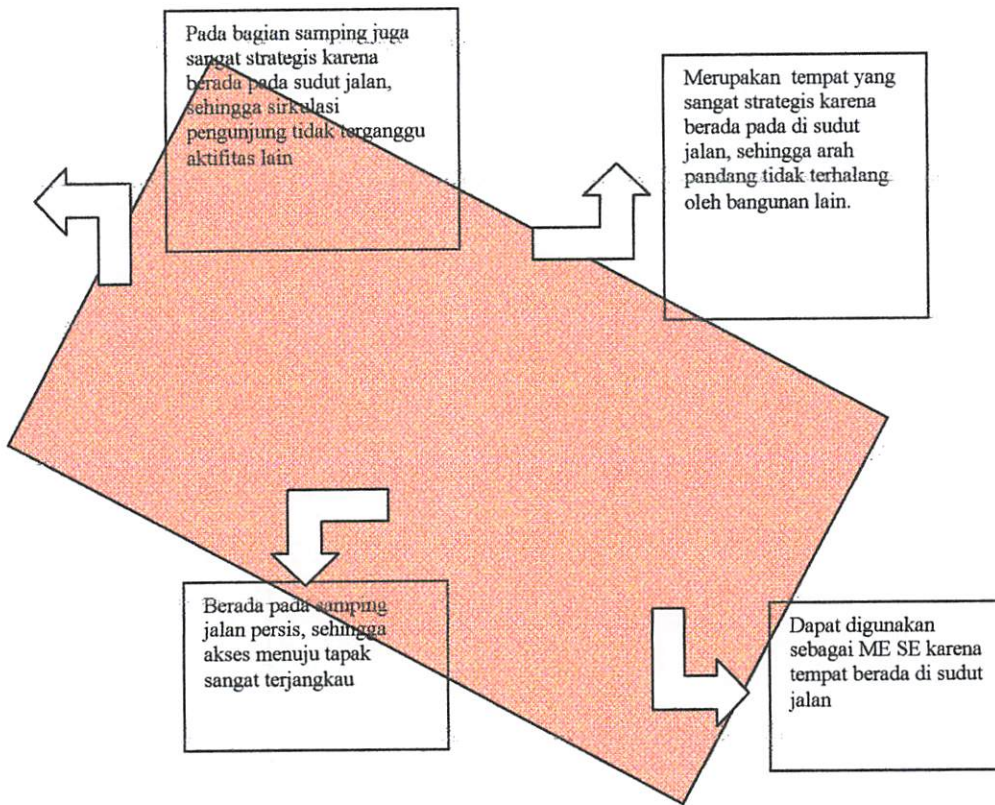


BaganIV.2: Batasan Site

IV.2.3 Pencapaian Ke Site



IV.2.4 Kondisi dan potensi sekitar lokasi dan tapak



BAB V

BATASAN

V.1.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.

BAB VI

PERMASALAHAN DAN POTENSI

VI.1 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 :

- Sejauh 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.

VI.2 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

VI.2.1 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

VI.2.2 Sasaran

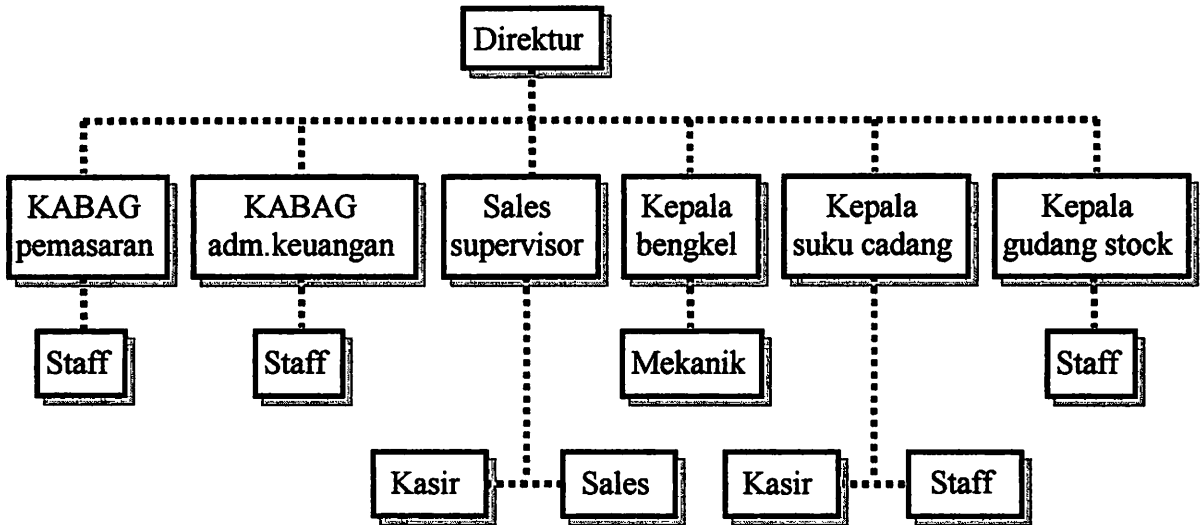
- Menghadirkan sebuah rancangan Pusat Pelayanan Mobil Honda di Malang dengan tema Arsitektur Post-Modern Michael Graves dengan konsep metafor dari salasatu produk kendaraan honda yang banyak dikenal oleh masyarakat yaitu mobil jazz sehingga dapat menghasilkan suatu rancangan bangunan komersial yang sangat 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 VII

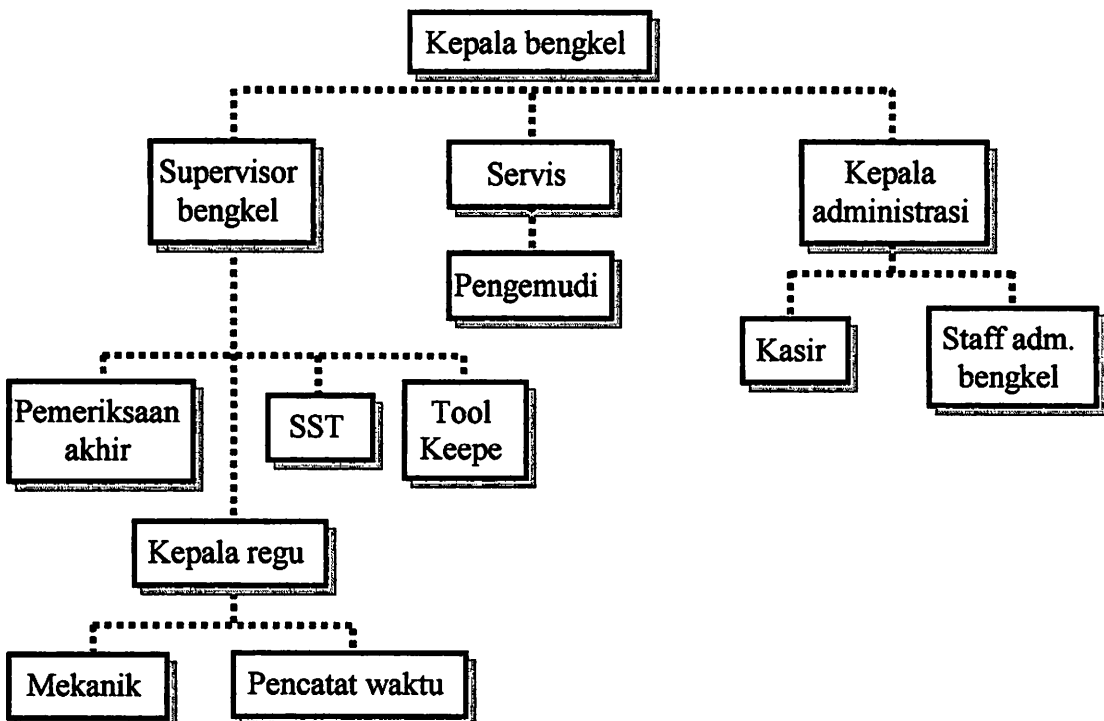
PROGRAMING DAN ANALISA ARSITEKTURAL

VII.1 PROGRAMING

VII.1.1 Diagram Susunan Organisasi



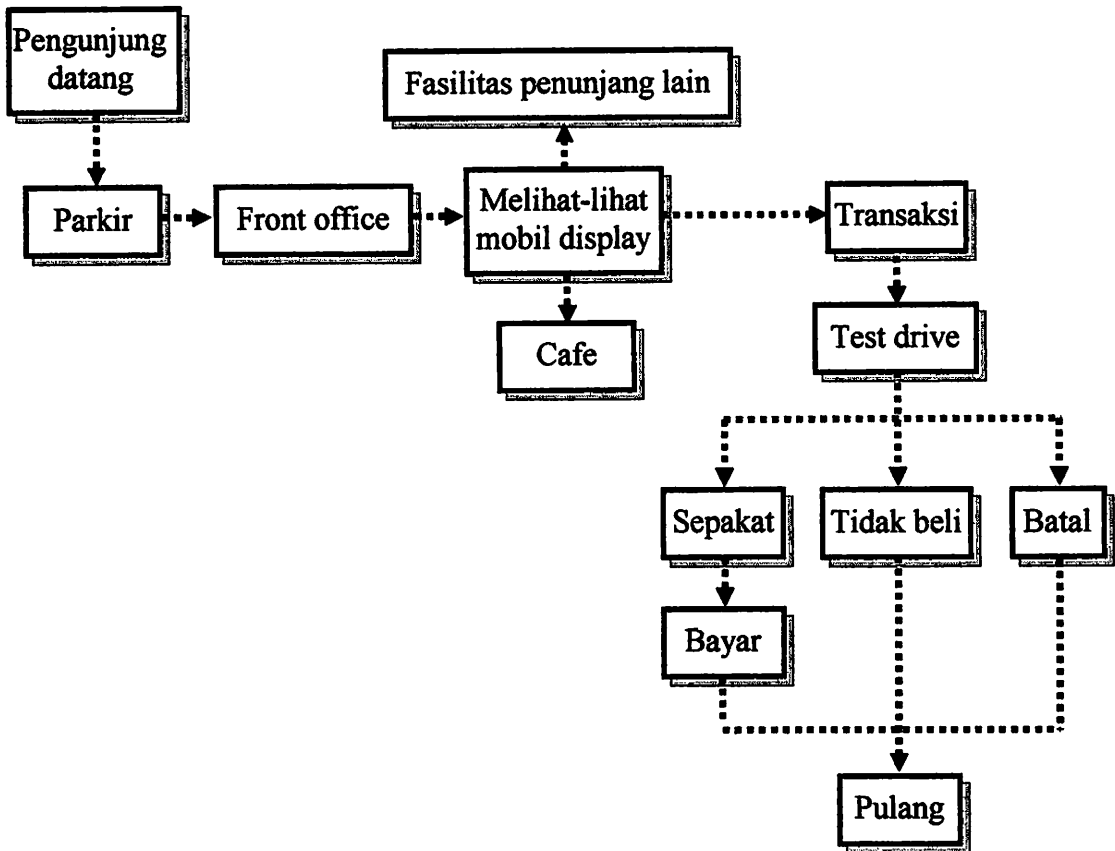
Bagan VII.1: Diagram susunan organisasi (pengelola).



Bagan VII.2: Diagram susunan organisasi (perbengkelan).

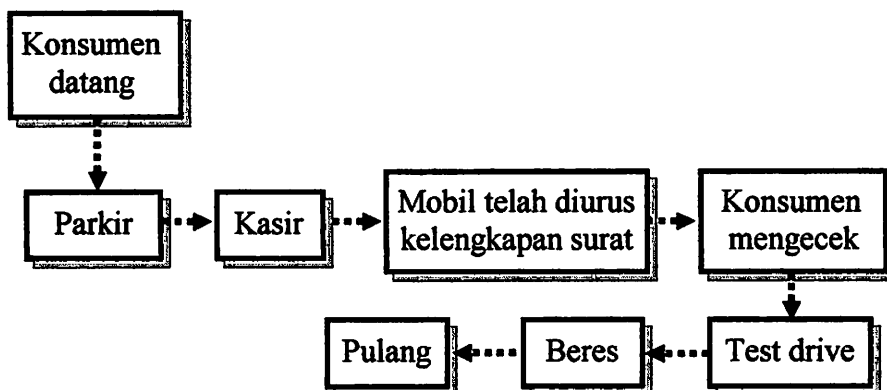
VII.1.2 Analisa Aktifitas Pengunjung

• Ruang Pamer Mobil (*Showroom*).



Bagan VII.3: Ruang Pamer Mobil.

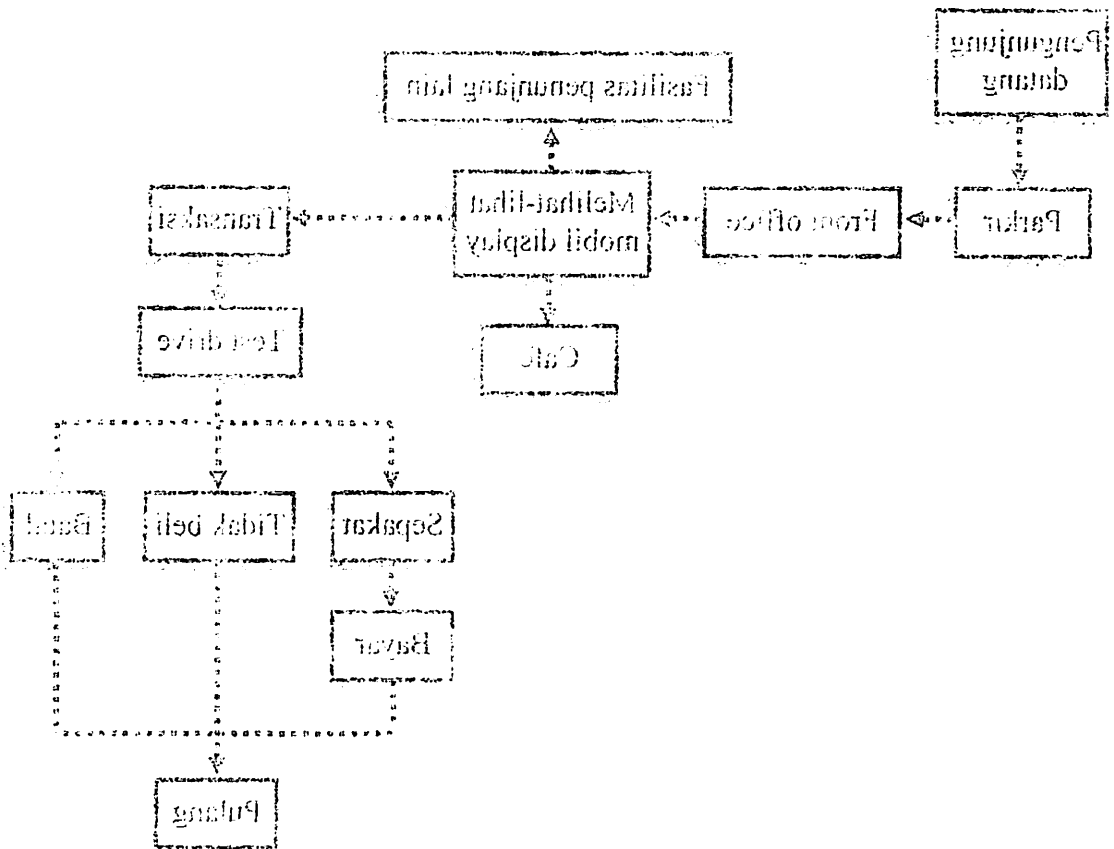
• Mobil Yang Telah Disepakati



Bagan VII.4: Mobil Yang Telah Disepakati.

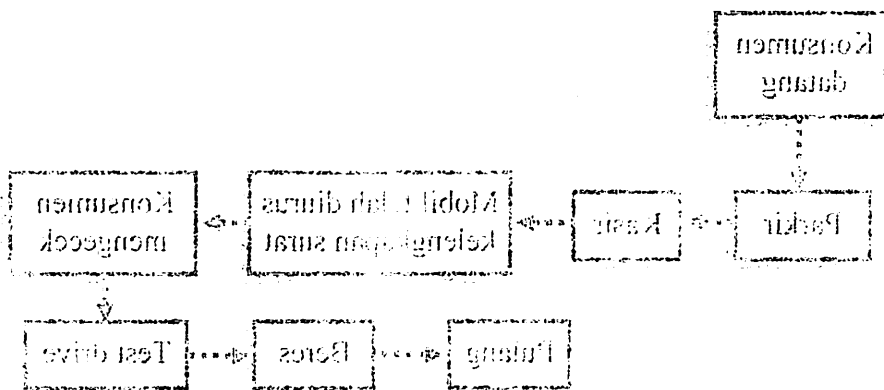
VII.1.3 Analisis Aktivitas Penggunaan

• Rangkaian Rantai Aktivitas Penggunaan



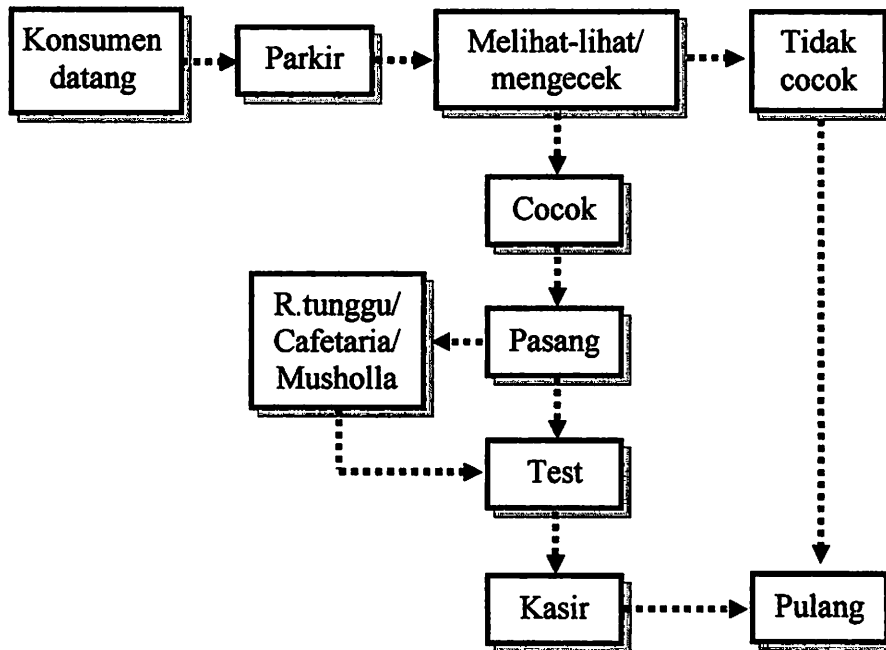
Bagan VII.1.3 Rangkaian Rantai Aktivitas Penggunaan

• Mobil Yang Telah Disiapkan



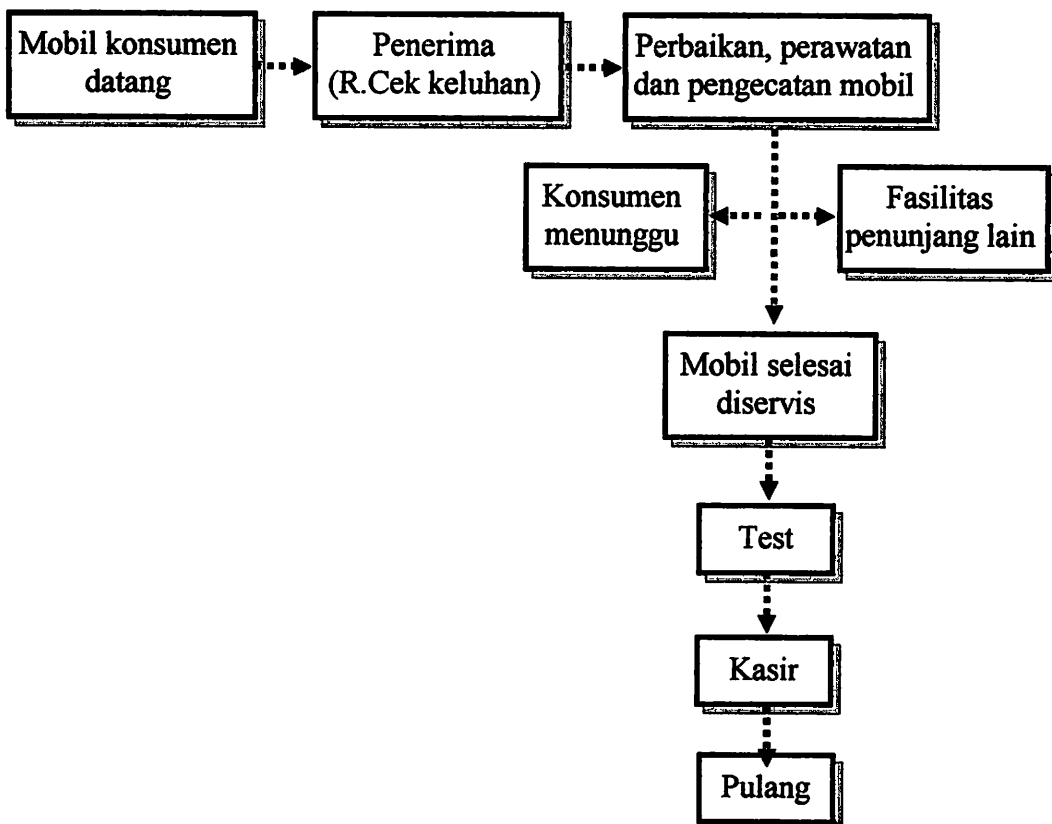
Bagan VII.4: Mobil Yang Telah Disiapkan

- **Toko Aksesoris / Spareparts**



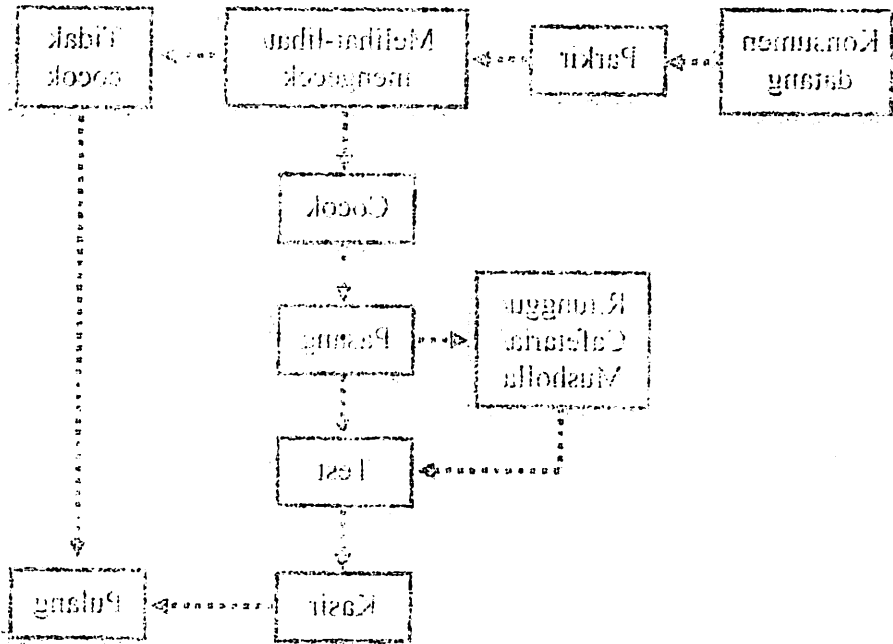
Bagan VII.5: Toko Aksesoris / Spareparts

- **Ruang Servis Mobil / Bengkel**



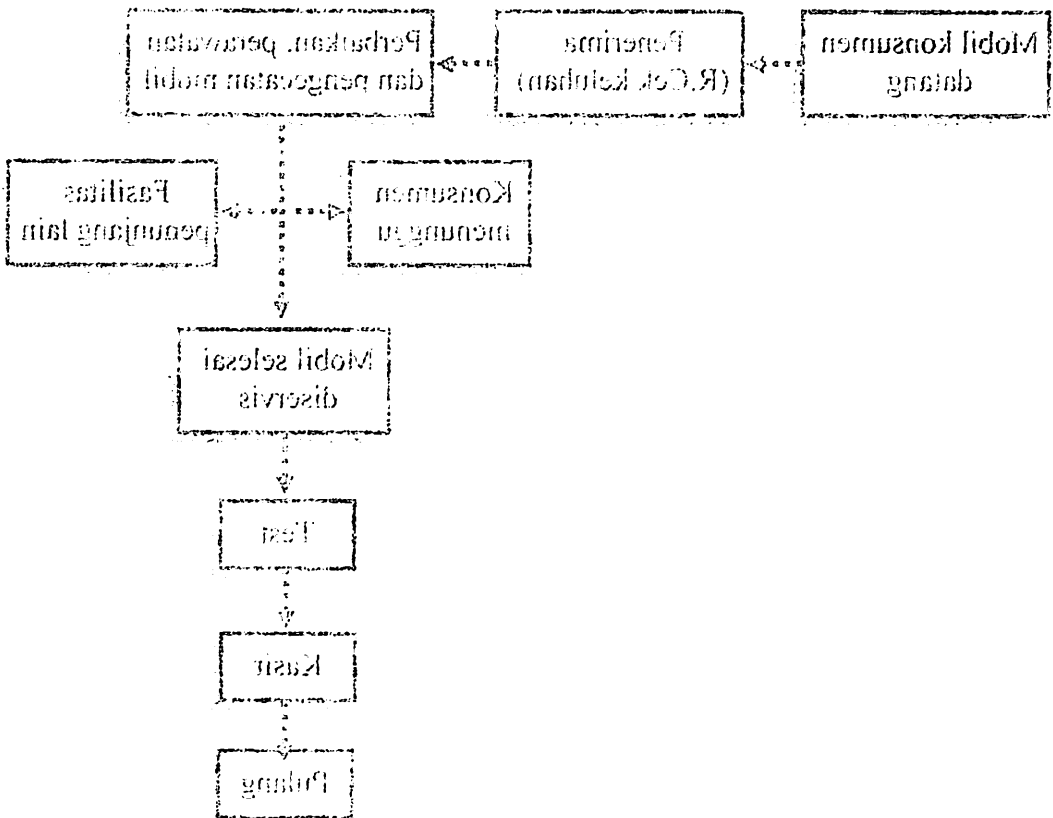
Bagan VII.6: Ruang Servis Mobil / Bengkel.

o Toko Aksesoris / Sparepart



Bagan VII.2: Toko Aksesoris / Sparepart

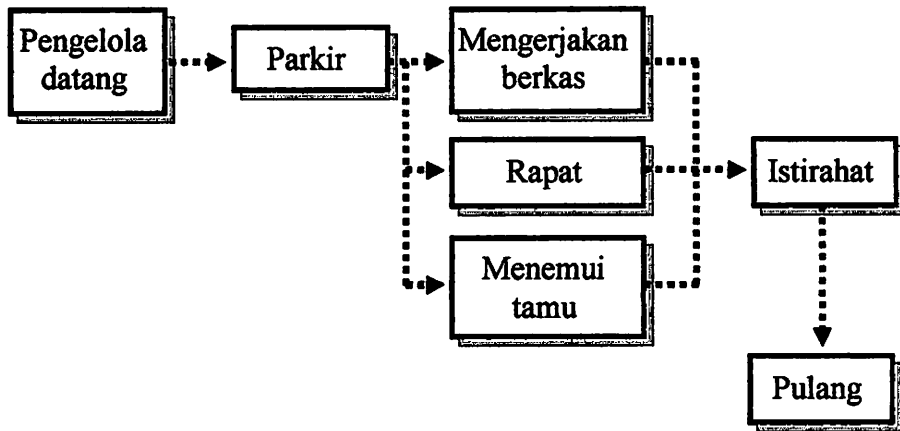
o Ruang Servis Mobil / Bengkel



Bagan VII.3: Ruang Servis Mobil / Bengkel

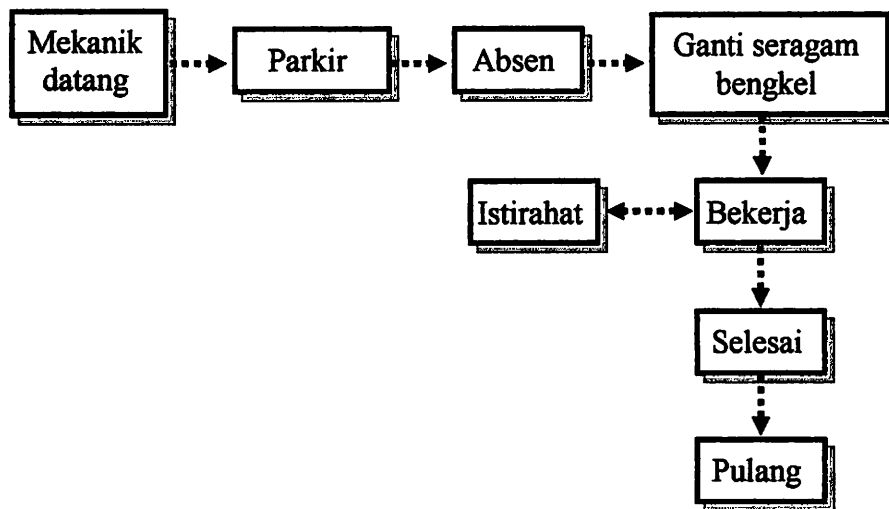
VII.1.3 Analisa Aktifitas Pengelola

- **Kantor Pengelola**



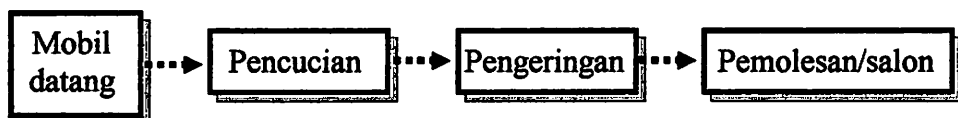
Bagan VII.7: Kantor Pengelola.

- **Mekanik**



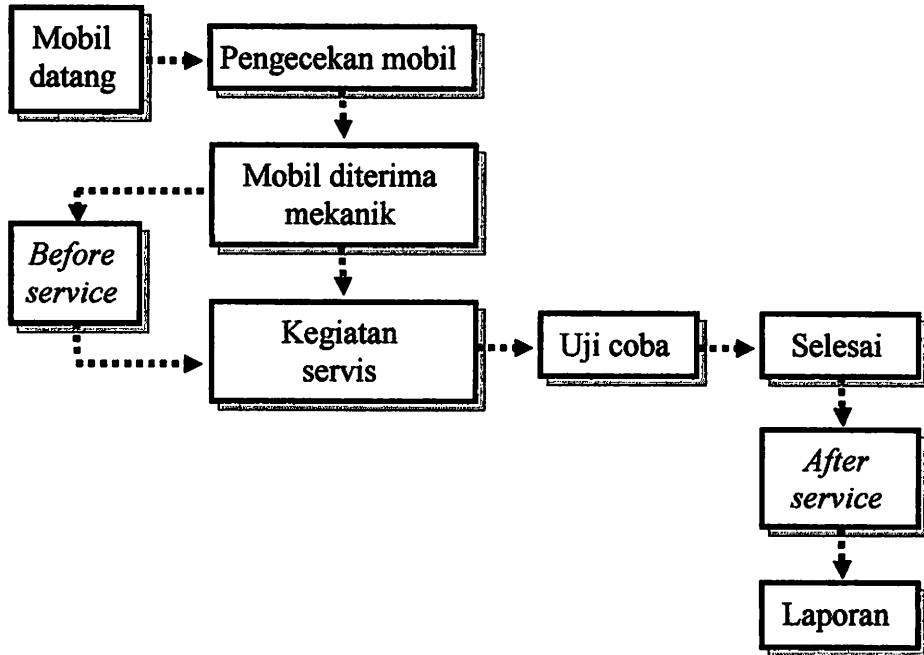
Bagan VII.8: Mekanik.

- **Kegiatan Bagian Perawatan Mobil**



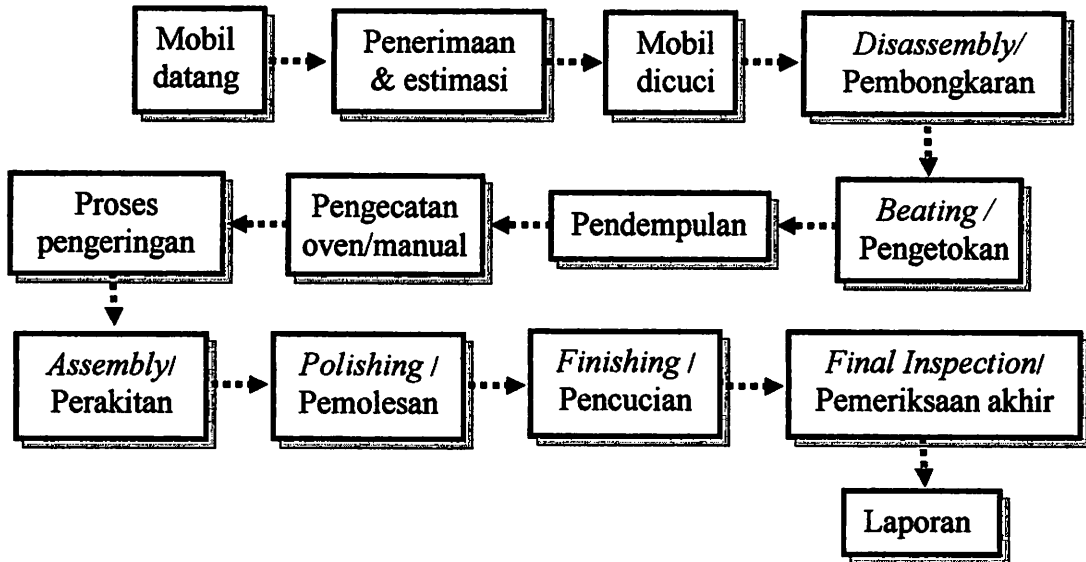
Bagan VII.9: Kegiatan bagian perawatan mobil.

- **Kegiatan Servis**



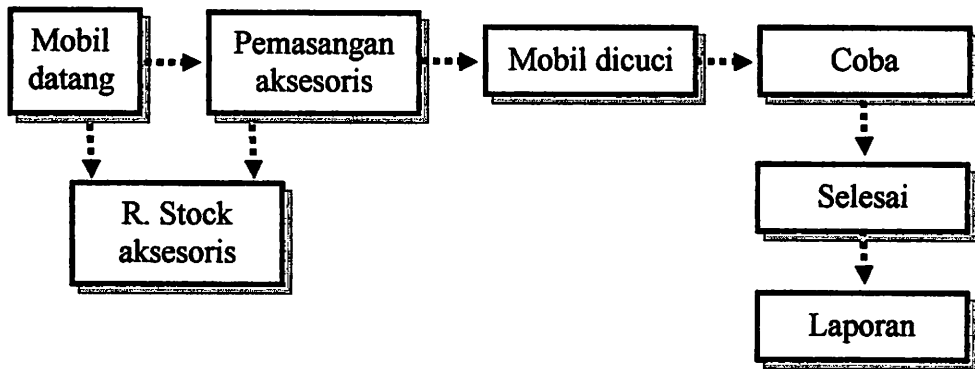
Bagan VII.10: Kegiatan servis.

- **Kegiatan Perbaikan Bodi Mobil**



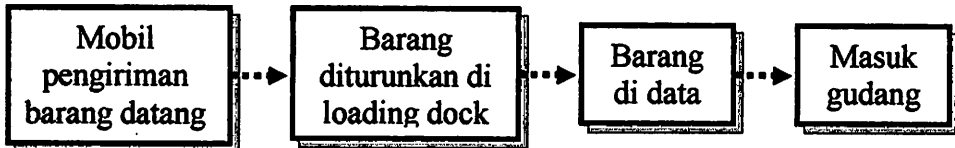
Bagan VII.11: Kegiatan perbaikan bodi mobil.

- **Aksesoris Mobil**



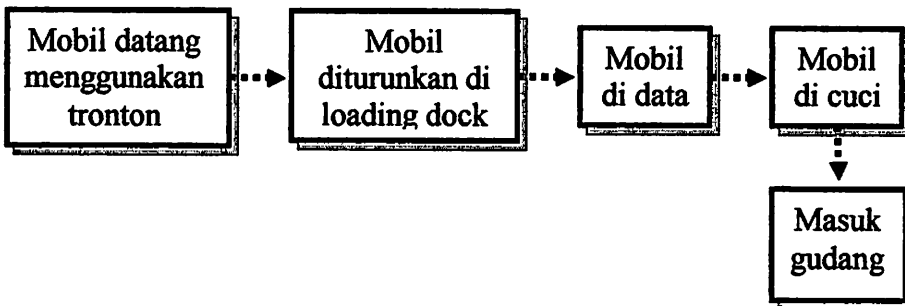
Bagan VII.12: Aksesoris mobil.

- **Suku Cadang / Spareparts**



Bagan VII.13: Suku cadang / spareparts.

- **Gudang Stock Mobil**



Bagan VII.13: Gudang stock mobil.

VII.1.4 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.

- **Fasilitas Penunjang lainnya**
 - Musholla.

7.11.14 Pengelompokan Ruang

Berdasarkan program kegiatan, beban dan jenis kegiatan serta pengelompokan kegiatan yang terlebih dahulu ditanyakan, maka fasilitas yang ditencanakan pada Pusat Pelayanan Mobil Honda di Malang adalah sebagai berikut:

- Fasilitas Perdagangan
 - Showroom, sebagai tempat untuk memasarkan produk mobil baru.
 - Cafe, sebagai tempat untuk makan dan minum.
 - Toko aksesoris, sebagai tempat untuk menjual aksesoris mobil.
 - Toko sparepart, 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 Pengelolaan
 - Kantor pengelola.
 - Kantor administrasi.
 - Kantor keamanan.
 - Kantor teknis/kontrol.
- Fasilitas Informasi
 - Ruang informasi audio visual.
 - Ruang informasi dengan komputer.
- Fasilitas Rekreasi
 - Pameran modifikasi, ajang kreatif para pecinta modifikasi mobil Honda dan masyarakat umum dapat menikmati.
 - Area video game.
- Fasilitas Penunjang lainnya
 - Mushola.

VII.1.5 Besaran Ruang

1. SHOWROOM

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luas m ²
Ruang pameran			100%	2064,16
Ruang customer servis hall		6 orang	30%	16
Ruang tamu				20
Ruang negosiasi		10 orang		24
Ruang multimedia			20%	46,6
Toilet	1 unit		20%	24
Ruang Pemasaran		3 orang staf	30%	31,2
Ruang Kasir				24
Total luas				2273,76

2.PENGELOLA

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Ruang Pertemuan			30%	22,62
Ruang Staff Administrasi		8 orang	30%	12,324
Ruang Menejer		8 orang	30%	9,048
Ruang Arsip			30%	135,72
Gudang				4
Toilet				20
Ruang Menejer Pemasaran		20 orang	30%	135,72
Total luas				212,331

3.SERVIS

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Ruang servis mobil		18 mobil dan 20 orang	40%	583,8
Ruang Cek Keluhan		3 orang	30%	15,6
Ruang Overhoul				28
Gudang Alat				14
Ruang Seporing Balansing		4 mobil		96,50
Ruang Tunggu		20 orang	30%	32,5
Ruang Administrasi Servis Mesin		2 orang	30%	9,048

Ruang Pimpinan Bengkel		2 orang	30%	9,048
Ruang Pasca Servis		50 mobil	100%	864
Ruang Kasir				24
Ruang Penerima			20%	11,232
Ruang Atministratif Servis				31,2
Toilet				20
Cafetaria				40
Ruang Kompresor				3
Total Luas				1841,076

4.PERAWATAN

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Ruang Cek Keluhan		3 orang	30%	15,6
Ruang Pimpinan Bengkel				19,51
Gudang				19,46
Ruang Kompresor		2 Orang	20%	2,976
Ruang Air			20%	1,488
Ruang Cuci Mobil		5 Mobil dan 5 Orang	30%	14,625
Ruang Pengeringan		Ruang Pengeringan	30%	172,25
Ruangan Perawatan		10.mobil dan 20 Orang	30%	347,75
Luas Total				347,75

5.PERBAIKAN BODI

Jenis Ruangan	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Ruang Cek Keluhan		3 Orang	30%	115,6
Ruang Kepala Bengkel		2 Orang	30%	9,048
Gudang		4 Orang		14,97
Ruang Perbaikan Boi		10 Mobil	30%	335,751
Ruang Cat Manual		4 Mobil dan 4 Orang	30%	128,765
Ruang Cat Oven		2 Mobil		84
Toilet	1 Unit			20
Luas Total				617,169

6.AKSESORIS

Jenis Ruangan	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Ruang Penerima		5 Orang	30%	16,21
Ruang Display		30 Orang	30%	282

Ruang Pemasangan		8 Mobil dan 10 Orang	40%	291,85
Ruang Display Non Audio			20%	91,536
Ruang Display Lainnya		4 Orang	30%	14,924
Ruang Display Ban				91,536
Ruang Display Velg		6 Orang	20%	46,45
Gudang		4 Orang	30%	19,461
Ruang Stock Audio				19,461
Ruang Stock Non Audio				19,461
Toilet				20
Luas Total				940,025

7.FASILITAS PENUNJANG

Jenis Ruang	Jumlah	Kapasitas	Sirkulasi	Luasan m ²
Mushola		20 Orang		30
Cafeteria	50 Orang		30%	176,1
Ruang Genset				24
Ruang AC				48
Ruang Pegawai Servis				12
Ruang Pompa				36
Ruang Tandon Bawah				30
Gudang Alat				4
Ruang Parkir Stock Kendaraan	50 Mobil		30%	299
Loding Dock			30%	181
Luas Total				840,1

8. TOTAL LUAS KESELURUHAN

- Showroom = 2273,76 m².
 - Pengelola = 212,331 m².
 - Servis = 1841,076 m².
 - Perawatan = 593,695 m².
 - Perbaikan Bodi = 617,169 m².
 - Aksesoris = 940,025 m².
 - Fasilitas Penunjang = 840,1 m².
-
- Jumlah = 7318,156 m².** +

Rencana Luas Building = 7318,156 m².

Data Luas Site = 12110.2

➤ **Sirkulasi Pada Ruang Pamer Mobil**

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

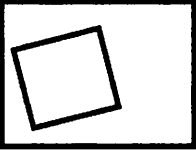
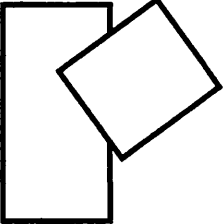

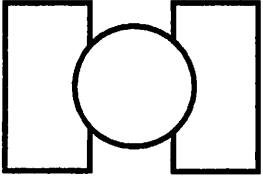
- Maju.
- Mundur.
- Belok kanan.
- Belok kiri.
- Memutar.

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

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

Tabel VII1: Radius putar mobil Honda.

VII.2. Analisa Ruang

Hubungan Ruang		Arahan/Penerapan Aplikasi
	Ruang dalam ruang	<ul style="list-style-type: none"> • Showroom mobil dengan ruang multimedia. • Ruang perawatan terdapat stall pencucian dan pengeringan. • Ruang perbaikan mobil/servis mobil terdapat ruang overhaul.
	Ruang yang saling berkaitan	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetaria 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.	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Hall dan koridor sebagai penghubung dari beberapa sarana fisik.

Tabel VII.2: Hubungan ruang.

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 pameran dibedakan menjadi 2, yakni:

- **Ruang pameran tetap.**

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

- **Ruang pameran tidak tetap.**

Yaitu ruang pameran yang digunakan untuk:

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

Untuk penampilan ruang pameran memperhatikan:

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

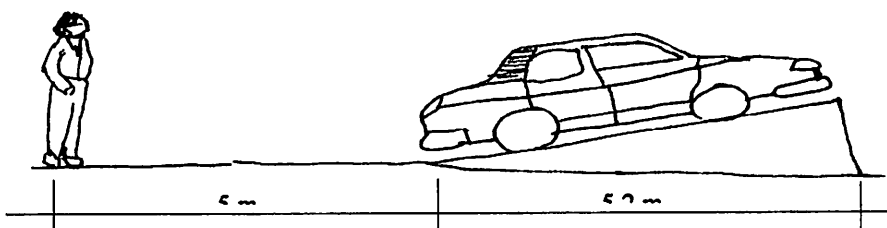
b) **Lighting.**

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 VII.3: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

- Untuk stand berputar.

➤ Ruang Pamer Mobil

Berfungsi sebagai tempat untuk memamerkan mobil-mobil baik yang dijual maupun yang tidak dijual dengan cara 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:

- pameran mobil prototype
- launching atau pengenalan tipe-tipe terbaru.

Untuk pemilihan ruang pamer memperhatikan:

a) Stage, yakni tempat mobil dipamerkan yang antara lain stage diinn dan

panor

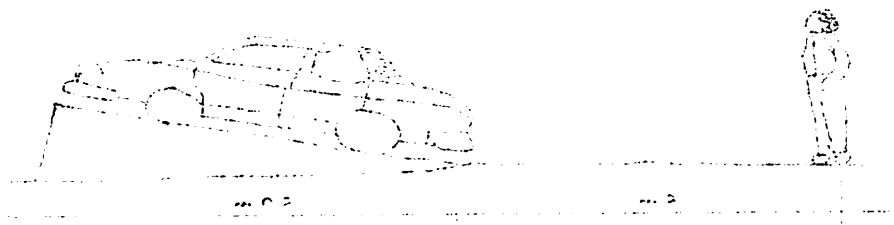
b) Lighting.

Pencerayaan ini sangat penting untuk menonjolkan mobil yang dipamerkan.

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

➤ Standar Ruang Pamer

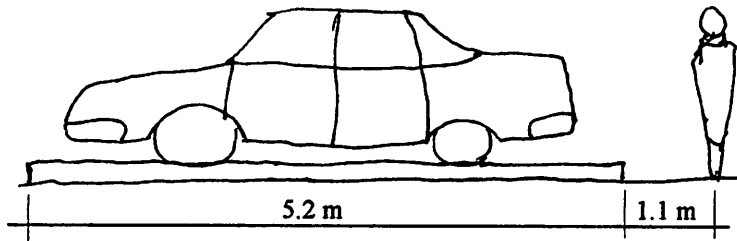
• Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.



Gambar VII.2: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil

• Untuk stand pameran.

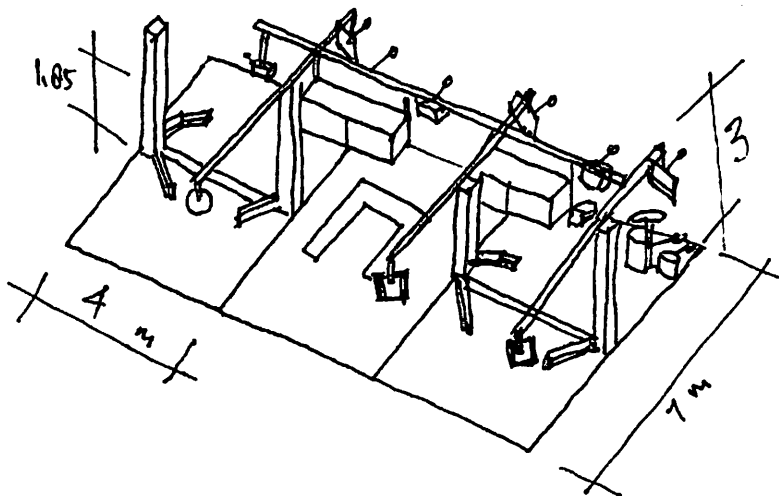
Dengan stand berputar maka pengamat tidak bisa terlalu dekat dengan mobil yang dipamerkan.



Gambar VII.4: 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
Besaran
car.

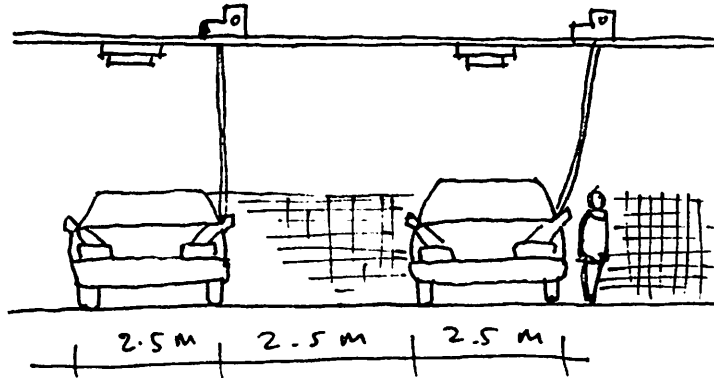
VII.5:
ruang lift

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.

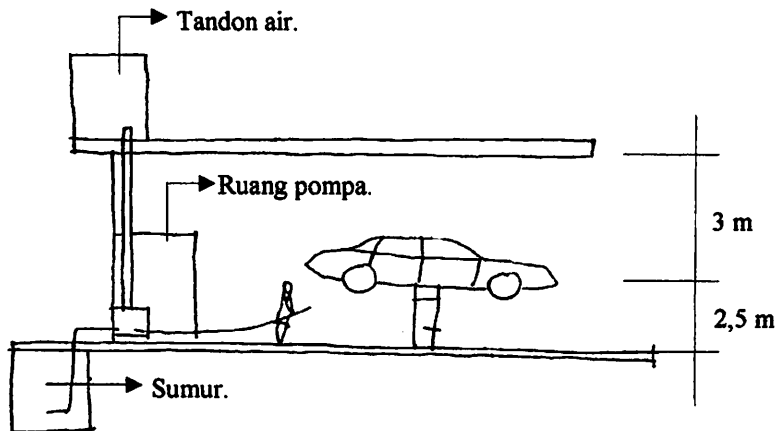
Pada stall ini jarak antara mobil harus luas agar mekanik tidak terganggu serta menghindari lecet, atau kerusakan lainnya pada saat kendaraan sedang diservis/perbaiki.



Gambar VII.6: 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.



➤ **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.

o Suku Cadang

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

Penataan ruang yang baik pada bagian suku cadang dapat menjamin kelancaran aliran pelepasan 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 pelepasan (kontrol, kasir, ruang tunggu pelepasan).

- Untuk menjamin kelancaran proses pelepasan suku cadang, area

pelepasan harus dirancang dengan efektif.

- Area pelepasan harus memiliki hubungan yang baik dengan

fungsi-fungsi lainnya di showroom dan servis.

2) Area kerja (suku cadang/ruang kantor).

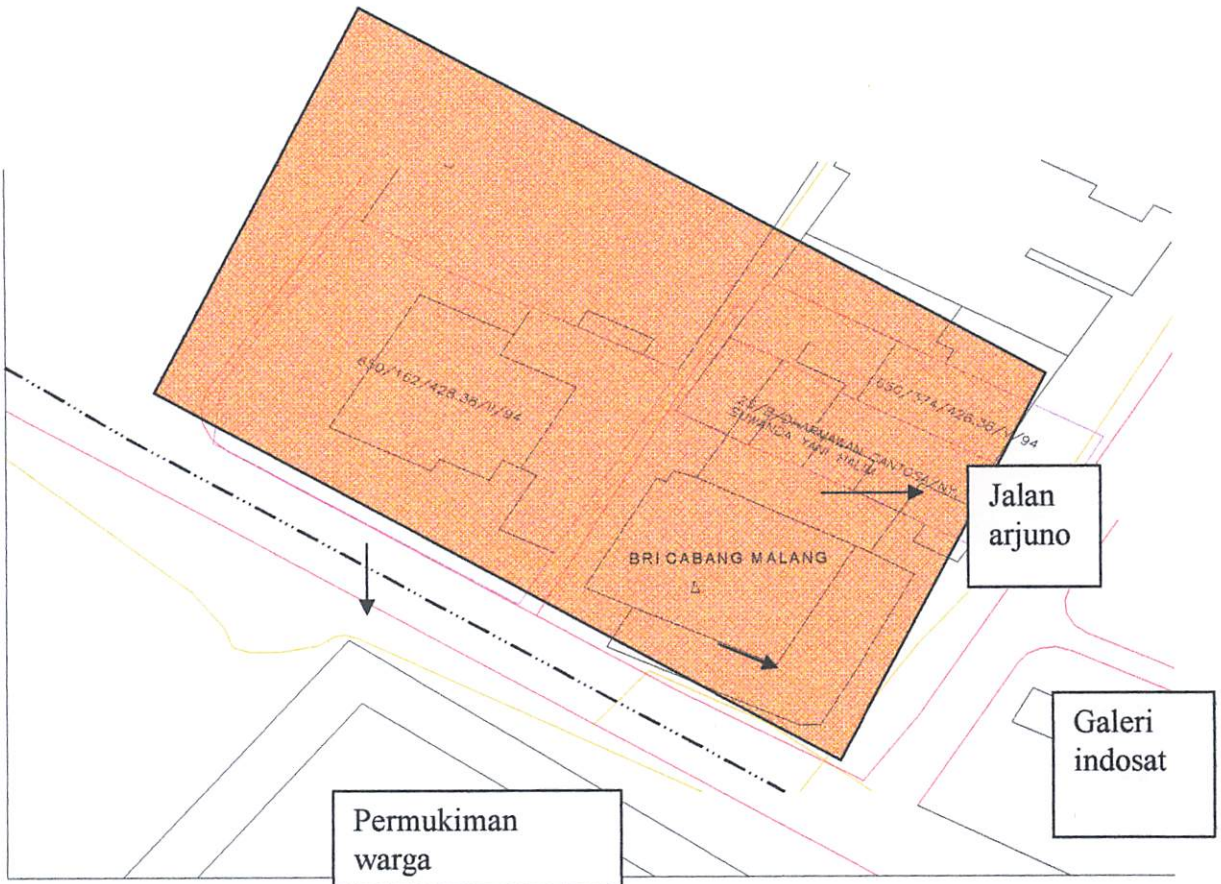
- Tata letak area kerja harus memungkinkan bagi para karyawan

untuk mewujudkan efisiensi pelepasan suku cadang, seperti

pengiriman, penerimaan dan penyimpanan suku cadang.

VII.3.ANALISA TAPAK

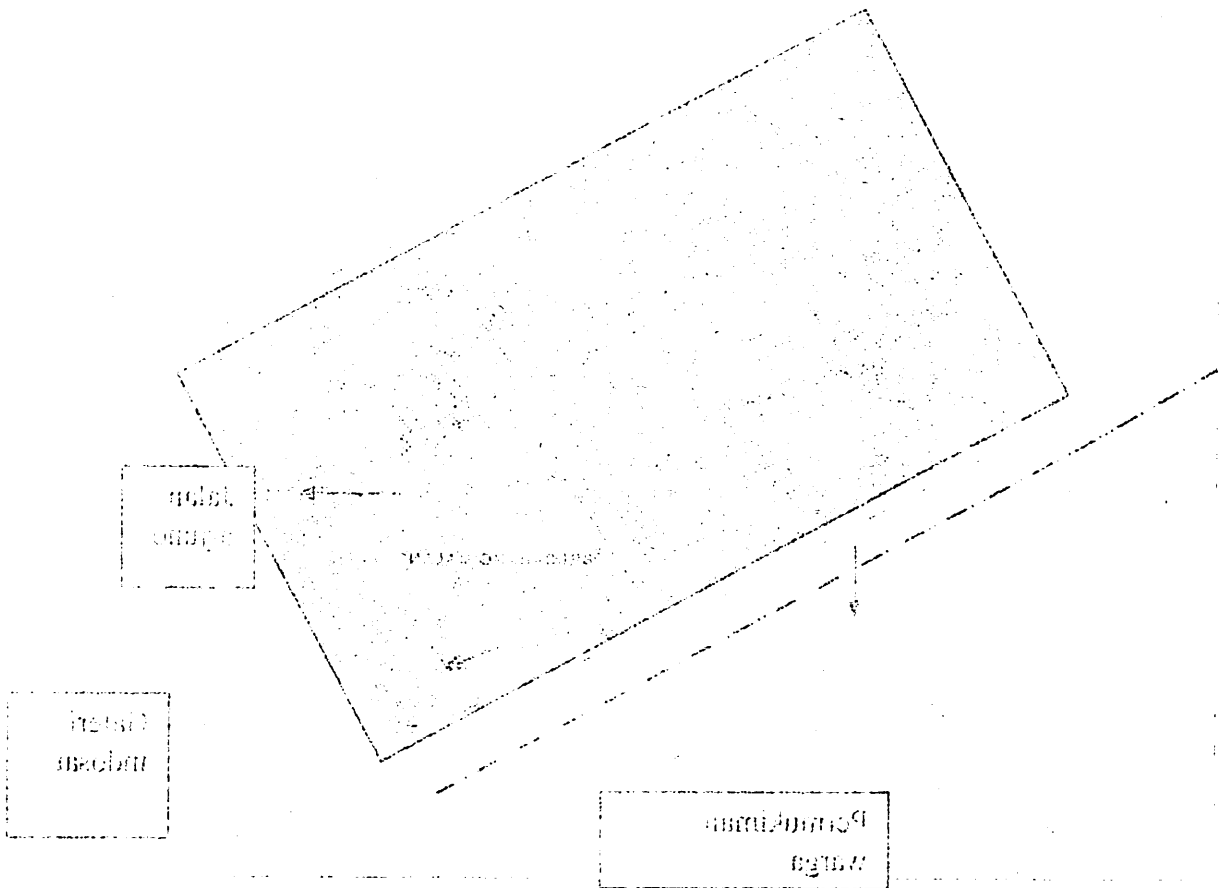
Data Tapak



Gambar VII.8. Lokasi

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.



Gambar VII.8. Lokasi

Dasar Pemilihan Site:

- Lokasi yang dibutuhkan memenuhi kebutuhan dan proyek pembangunan Pusat Pelayanan Mobil Honda Di Malang.
- Memiliki aksesibilitas utama dari lapangan menuju ke arah pusat kota.
- Sesuai dengan RDTTR, wilayah dimana site ini berada tergolong dalam kawasan perbatasan yang memang diperuntukkan bagi kawasan pelayanan pemerintahan skala besar. Dalam hal ini sangat cocok untuk pembangunan Pusat Pelayanan Mobil Honda Di Malang yang menjadi aktivitas 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 80 % - 100 %.
- Tinggi pemanfaatan lantai maksimal 3 lantai.

Kondisi Tapak

- Kondisi tapak relatif datar..
- Lebar jalan KH. Zainal Arifin \pm 12 m.
- Lebar jalan Aris Munandar \pm 10 m.
- Lebar gang \pm 5 m.
- Garis sepadan bangunan \pm 7 m.

VII.3.1 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 VII.9: Pandangan pengamat ke lokasi.

Keterangan:

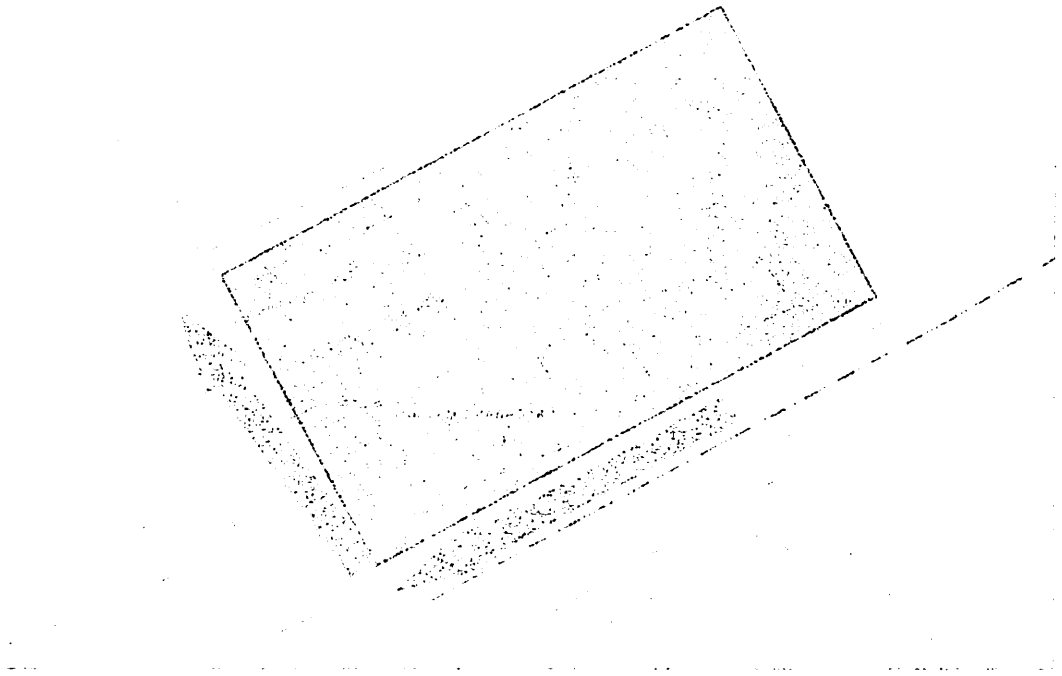
Pada jalur jalan kawi ini pandangan pengamat lebih bebas dengan karakter jalan yang panjang, sehingga memungkinkan pengamat bisa menikmati pandangan ke arah site dengan tampilan bangunan atraktif, inovatif dan komunikatif sehingga menciptakan kesan vocal point.

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

VI.3.1. Analisa View To Site

identifikasi

- Permasalahan utama dalam perencanaan ini adalah bentuk dan tampilan bangunan sehingga fasad bangunan serta bentuk harus atraktif, inovatif dan komunikatif.



Gambar VII.9. Pandangan bangunan ke lokasi

Keterangan:

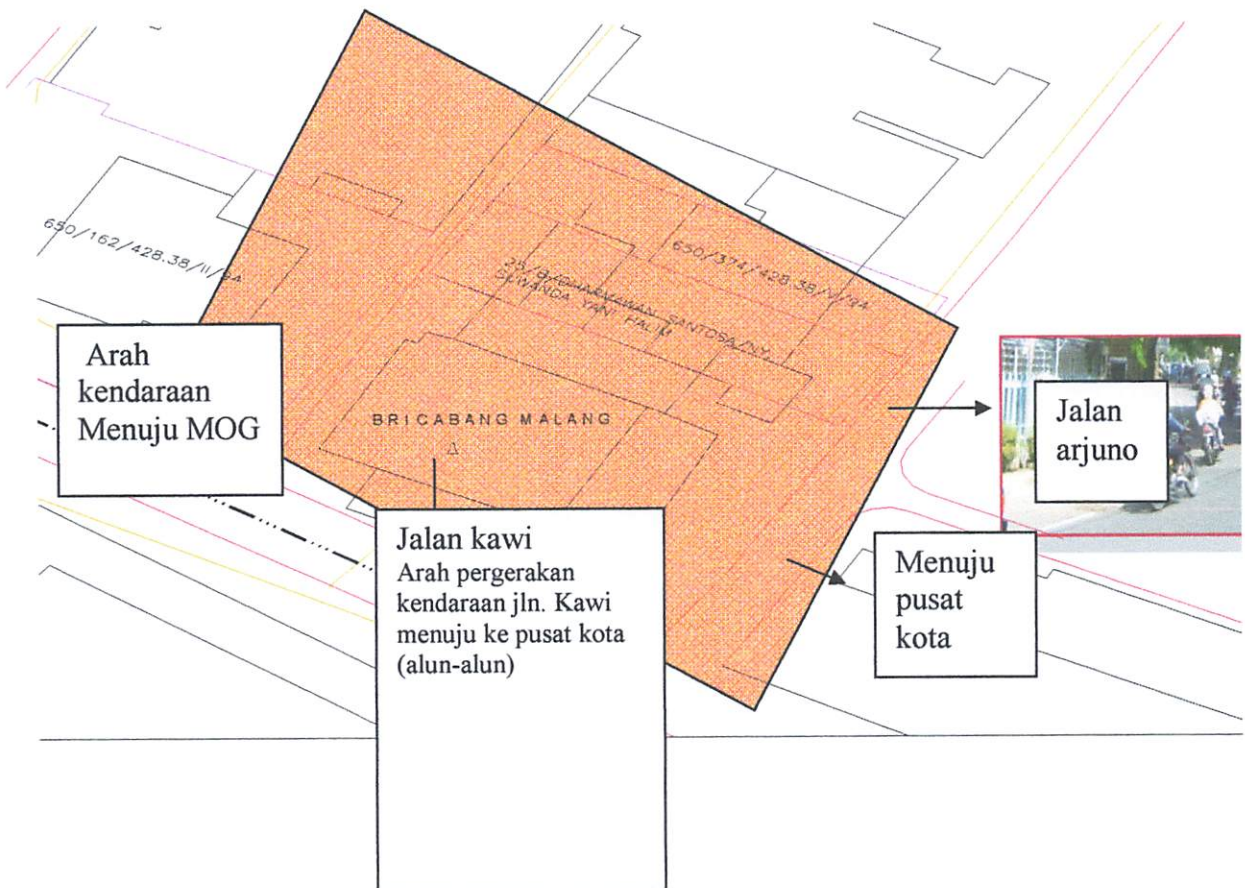
Pada jalur jalan kawi ini pandangan program lebih bebas dengan karakter jalan yang panjang, sehingga memungkinkan pengamat bisa menikmati pandangan ke arah site dengan tampilan bangunan atraktif, inovatif dan komunikatif sehingga menciptakan kesan vocal point.

Zona vocal point tampilan fasad bangunan showroom yang transparan dan terbuka yang mencirikan sebuah bangunan komersial. Sehingga pengamat mulai memahami fungsi objek 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

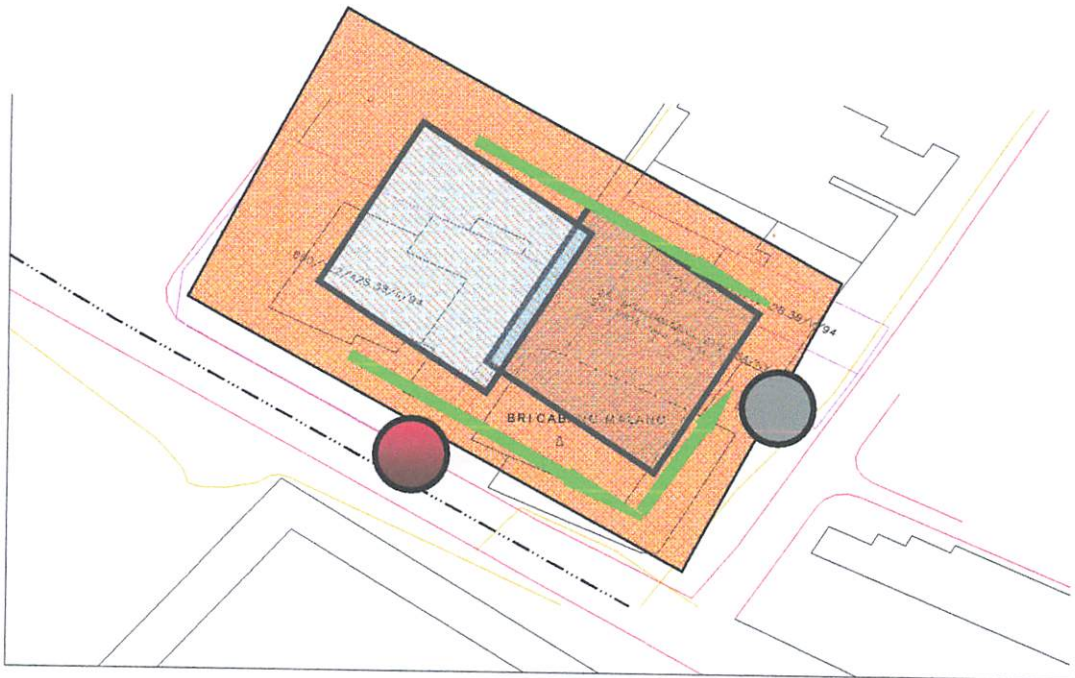
VII.3.2 Analisa Pencapaian

1) Data yang diperoleh:







Gambar VII.10: Pencapaian ke lokasi.

2) Penyelesaian arah kendaraan menuju dan meninggalkan site:



Gambar VII.11: Peletakkan entrance.

Keterangan:

-  Pintu masuk. Dasar pertimbangan karena karakter jalan ke utara dan mayoritas menuju ke arah barat site. Sehingga ditetapkan pintu masuk di jalan KH. Zainul Arifin.
-  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.

VII.3.3 Analisa Vegetasi

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



Gambar VII.12: Potensi vegetasi.

Terdapat beberapa pepohonan kecil ya ada di halaman perumahan warga ya dapat dimanfaatkan sebagai barriers.

Beberapa fungsi vegetasi:

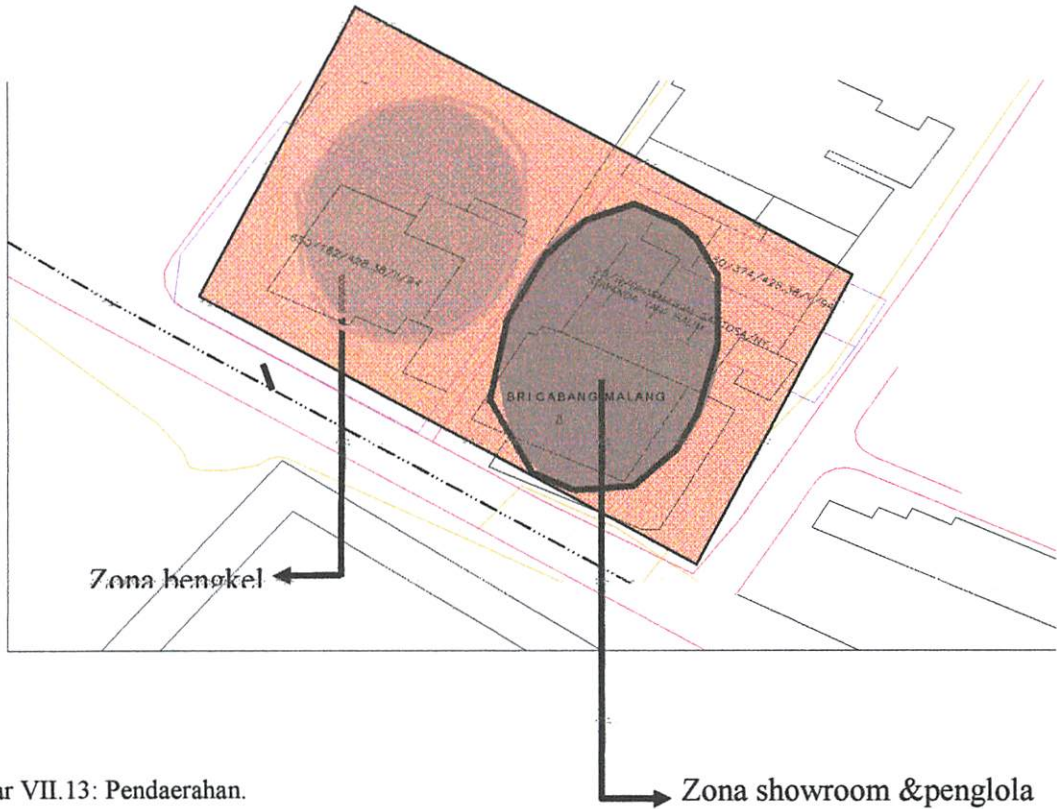
- Pengendali iklim (radiasi sinar matahari dan udara).
Vegetasi mengurangi radiasi matahari dengan menyerap panas matahari sehingga memberikan keteduhan untuk kawasan disekitarnya.
Vegetasi juga sebagai penyaring debu, bau dan sehingga memberikan udara segar
- Pembatas fisik.

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.

VII.3.4 Analisa Pendaerahan (Zoning)



Gambar VII.13: Pendaerahan.

Keterangan:

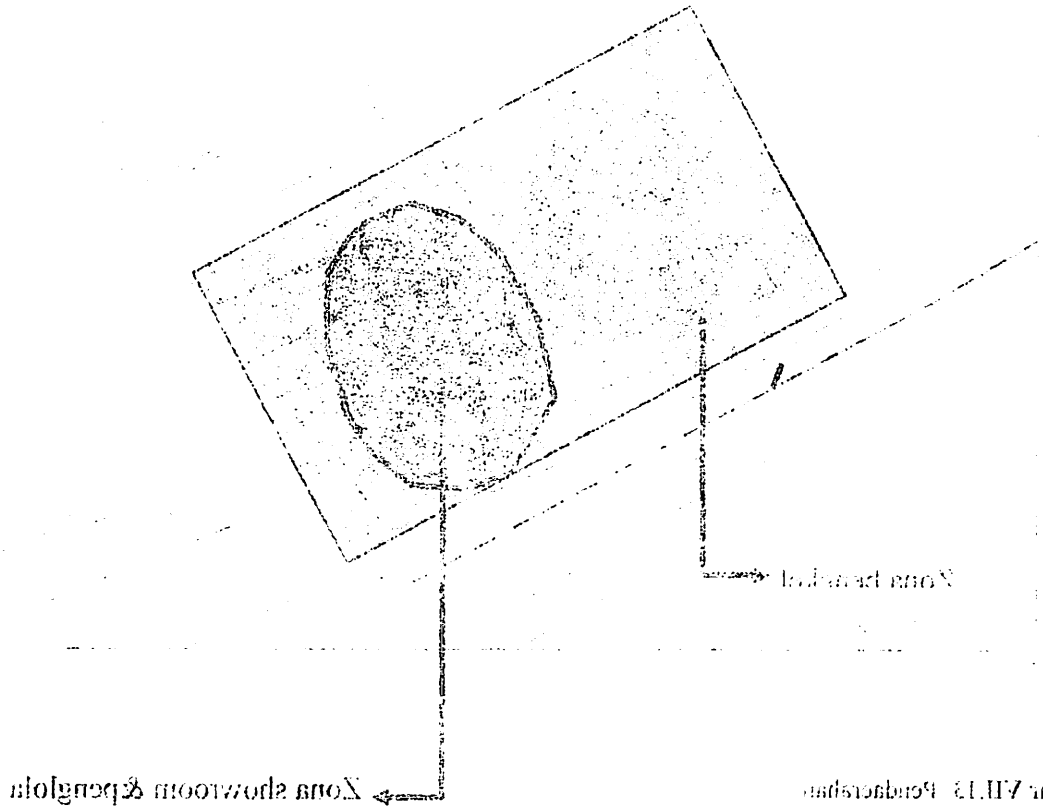
- Penempatan zona utama di daerah yang strategis yang memiliki arah tangkap yang baik dan menjadi pusat perhatian sehingga bentuk bangunan daerah ini lebih menekankan pada tampilan/fasade bangunan yang komunikatif, sehingga pengamat mengetahuinya secara jelas.
- Penempatan zona perbengkelan di samping karena sifatnya semi privasi sehingga kegiatan dan aktifitas di dalamnya tidak terganggu.

Vegetasi memberikan bantuan terhadap pergerakan manusia dan kendaraan.
Vegetasi juga sebagai pengaman.

Pengendali suara.

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

7.11.3.4. Analisis Perencanaan (Nowing)



Gambar VII.13. Perencanaan

Keterangan:

- Perencanaan zona utama di daerah yang strategis yang memiliki arah lalu lintas yang baik dan menjadi pusat perhatian sehingga bentuk bangunan dalam ini lebih menonjolkan pada tampilan. Jarak bangunan yang komunikatif sehingga pemerintah mengontrolnya secara ketat.
- Perencanaan zona perbatasan di samping karena situasi semi pribadi sehingga kegiatan dan aktivitas di dalamnya tidak terganggu.

VII.4. ANALISA BENTUK

VII.4.1 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 mobil serta karakter site dan mengidentitaskan *brand product Honda*. Sehingga bangunan perancangan tersebut lebih komunikatif dan komersial.

VII.4.2 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:

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

Tabel V.3: Kesan yang ditimbulkan oleh tekstur.

- 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 :

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

Tabel V.4: Kesan yang ditimbulkan oleh warna.

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 pengelihatan 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

VII.4.3 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 di gunakan adalah permainan komponen dan elemen klasik yang berasal dari arsitektur kolonial.

VII.4.4 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 (kolonial di Indonesia) 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.

VII.4.3. 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 terdapat banyak ornamen akan menimbulkan kesan keaslian.

Dalam perencanaan bangunan showroom ini menggunakan konsep post-modern. Ornamen yang di gunakan adalah permainan komponen dan elemen klasik yang berasal dari arsitektur kolonial.

VII.4.4. Kajian Bentuk

Sesuai dengan tema yang diangkat bahwa arsitektur post-modern beranggapan dari bentuk. Teori Michael Graves mengartikan Neo-Modernisme yakni menggunakan arsitektur masa lalu (kolonial di Indonesia) serta memadukannya dengan arsitektur masa kini (modern).

Pusat Pelayanan Mobil Honda harus memiliki ciri bangunan komersial yang dapat mengkomunikasikan kepada pengunjung. Menitik beratkan pada karakter *way* *show* yang dijunta, sehingga masyarakat dapat mengetahui secara jelas keberadaan objek tersebut.

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

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

Untuk mengidentasikan sebuah 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 melambungkan 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 KH.Zainal Arifin – Aris Munandar 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.

Selain logo tentu mempunyai filosofi tersendiri. Bisa juga mempunyai sejarah perjalanan produsen mobil tersebut. Dengan tampilan fasade dan bentuk yang melambungkan logo tersebut diharapkan mulai dikenali oleh pecinta mobil Honda.

KALIAN:

Berusaha menghadirkan karakter HONDA dengan tampilan arsitektur kolonial. Permainan kolom-kolom tinggi sebagai identitas arsitektur kolonial. Serta dengan penambahan ornamen. Pemakaian atap dengan kenirangan yang curam sebagai identitas arsitektur kolonial, sehingga memperkuat kesan historis pada kawasan tersebut, mengingat bahwa pada lokasi jalan KH. Zainal Arifin - Ais Munandar tergolong kawasan dengan bangunan-bangunan kolonial. Arsitektur post-modern adalah memasukkan unsur masa lalu dan masa kini sehingga untuk bentuk showroom (ruang pameran mobil) mengadopsi arsitektur modern. Bentuk atap dibentangkan karena mobil Honda yang aerodinamik (menerima gaya angin). Warna perak sebagai identitas Honda

Ruang pameran dibedakan menjadi 2, yakni:

- Ruang pameran tetap.

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

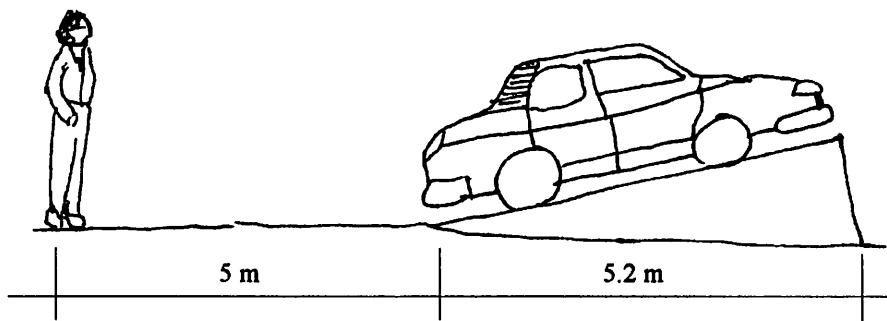
- Ruang pameran tidak tetap.

Yaitu ruang pameran yang digunakan untuk:

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

➤ Standar Ruang Pameran

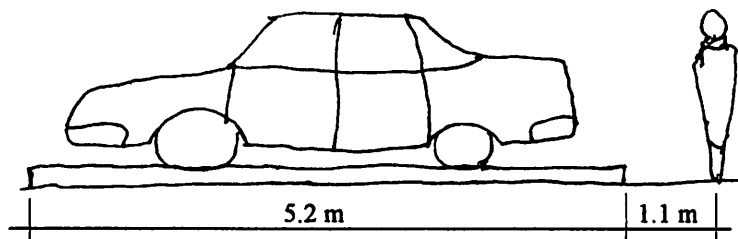
- Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.



Gambar VII.3: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

- Untuk stand berputar.

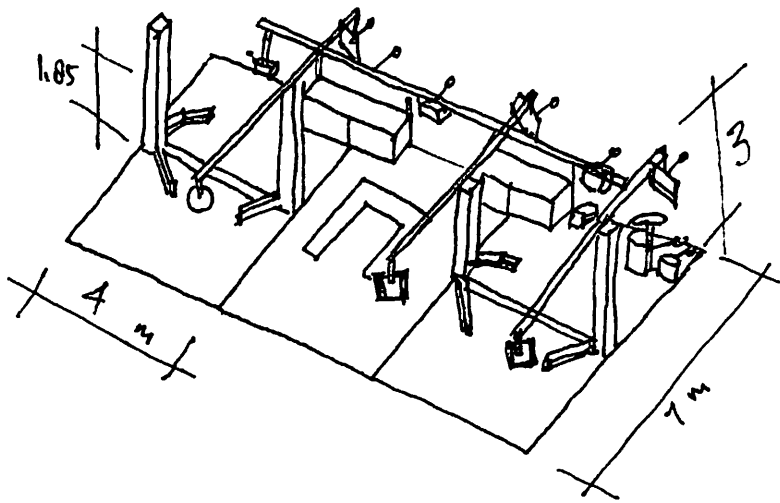
Dengan stand berputar maka pengamat tidak bisa terlalu dekat dengan mobil yang dipamerkan.



Gambar VII.4: Jarak ideal untuk pengamat dengan mobil.

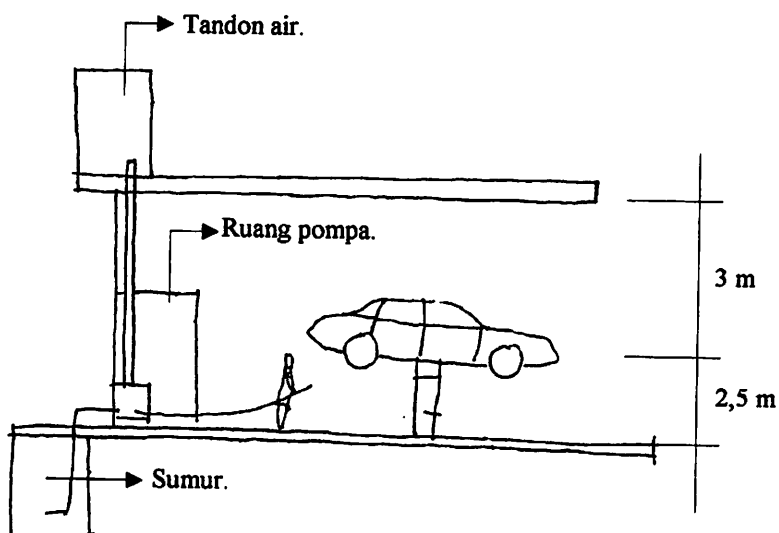
➤ Stall Perbaikan / Servis Besar

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



➤ 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 VII.7: 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 Overhaul
- 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 Perawatan

Aktivitas yang dilakukan di ruang perawatan, antara lain:

- Penerimaan mobil.
- Pengecekan mobil.
- Poles bodi dan kaca.
- Pembersihan interior dan eksterior mobil dan lain-lain yang berhubungan dengan servis mobil.

RUANG PENGELOLA

- Ruang Pertemuan
- Ruang Staf Administrasi, Keuangan, Personalia
- Ruang Manajer & Wakil
- Ruang Asip
- Ruang Asip
- Ruang Karyawan
- Gudang
- Toilet

Ruang Administrasi Servis

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

Ruang Sporting Balancing

- Ruang Tunggu
- Ruang Karyawan

Ruang Pasca Servis (Parkir Mobil)

- Ruang Kasir
- Ruang Penitima + Customer Service
- Ruang penitima servis
- Ruang penitima perawatan
- Ruang penitima perbaikan bodi

- Ruang Administrasi Servis
- Toilet
- Cafetaria

VII.4.6 Konsep Tapak

VII.4.6.1 Pendaerahan Site

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



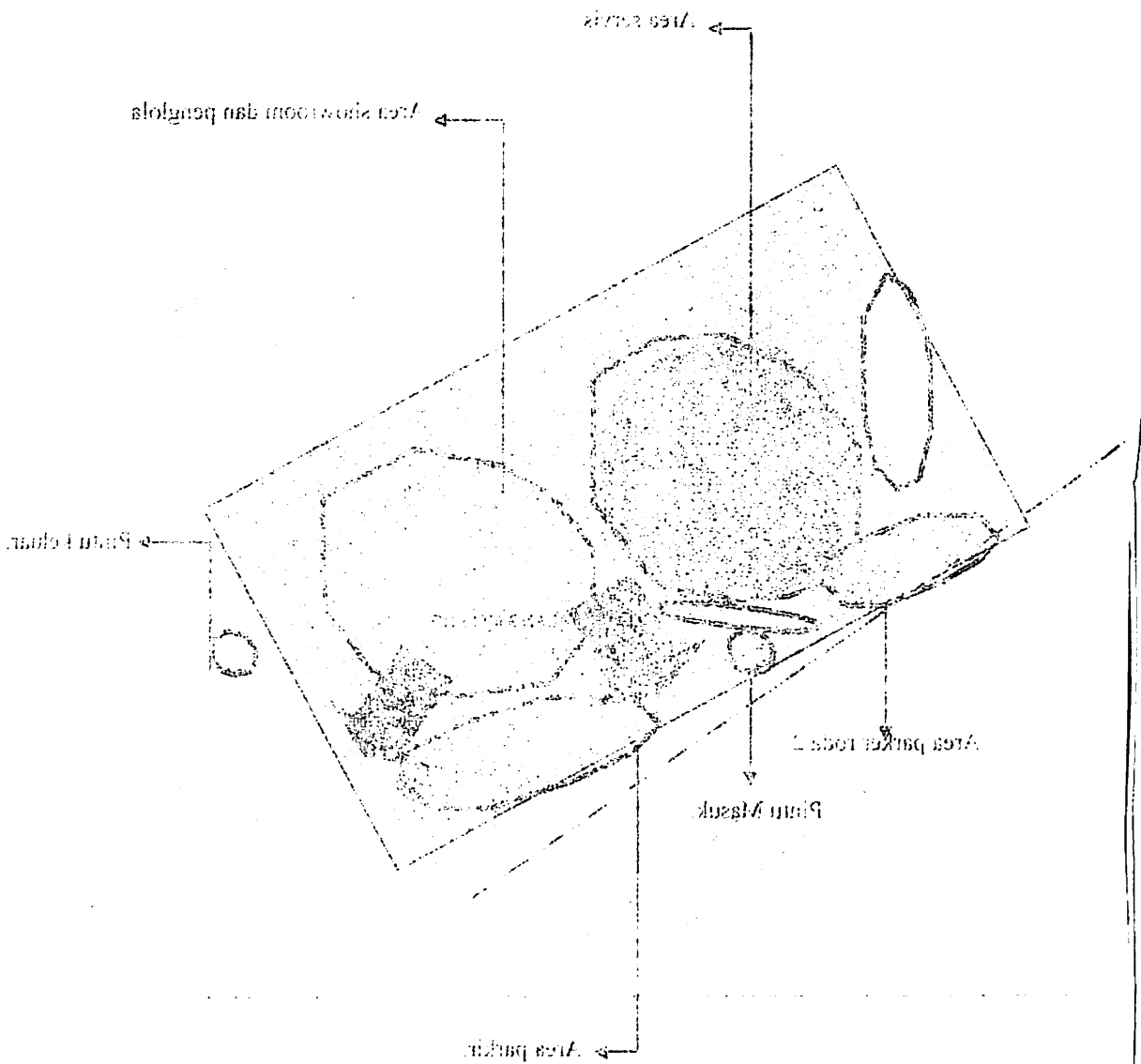
Gambar VIII.1: Pemanfaatan site.

- Ruang Administrasi
- Toilet
- Cafeteria

VII.4.6 Konsep Tapak

VII.4.6.1 Pondasi dan Site

Ketepatan dalam pondasi dan site sangat penting dalam memberikan gambaran pada site yang akan dibangun.



Gambar VII.4: Pondasi dan site

Keterangan:



Space untuk sirkulasi dan vegetasi.



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

VII.4.6.2 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 menga-rahkannya agar tidak mengganggu aktifitas.

VII.4.7 Konsep Bentuk

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 pameran 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.

Keterangan:

Space untuk sirkulasi dan vegetasi



Isolasi orientasi pada bangunan memberikan faktor penentu terhadap

arah tarikan bangunan yang terjadi.



VII.4.2. Sirkulasi Dalam Ruang

Sirkulasi mengahilangi bangunan dengan tujuan agar pengunjung dapat melihat

keseluruhan bangunan.

Sirkulasi pengunjung sama dengan sirkulasi pengelola dan karyawan.

Menyutukan sirkulasi dan mengaturnya agar tidak mengganggu aktifitas.

VII.4.7. Konsep Bentuk

Konsep bangunan yang banyak terdiri dari setengah lingkaran dan segitiga

yang mempunyai ciri khas berstruktur machel geivi. Adanya penempatan ornamen

untuk menciptakan kesan post-modern - historis.

Arsitektur post-modern adalah memadukan unsur masa lalu dan masa kini

sehingga untuk bentuk showroom (ruang pameran mobil) menggunakan arsitektur

modern. Bentuk atap dibentangkan karena mobil Honda yang aerodinamik

(memeritka gaya angin). Warna perak dan merah sebagai identitas Honda.

Mengingatirkan karakter mobil Honda dengan membuat tampilan fasade logo

Honda "H" fasade yang terbuat dengan material kaca adalah ciri dari bangunan

komersial, sehingga dapat memberi kesan transportasi sporty dan selalu

inovatif.

VII.4.8 Konsep Struktur

Adapun konsep struktur yang di gunakan pada Sport Center ini, yaitu:

- Upper Structure

Menggunakan konsep struktur Kuda-Kuda Baja rangka batang untuk atap setengah lingkaran.

Atap datar sebagai pengimbang bentukan.

- Main Structure

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

- Sub Structure

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

VII.4.9 Konsep Utilitas

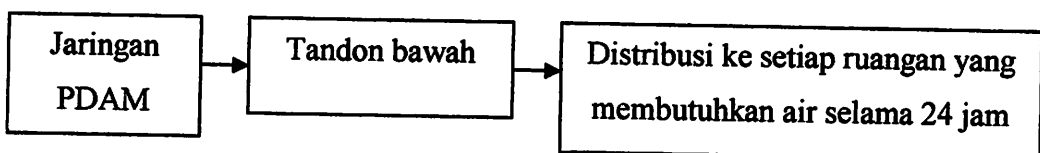
Sistem Penghawaan

Sistem penghawaan yang digunakan adalah penghawaan alami dan pengahawaan 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.

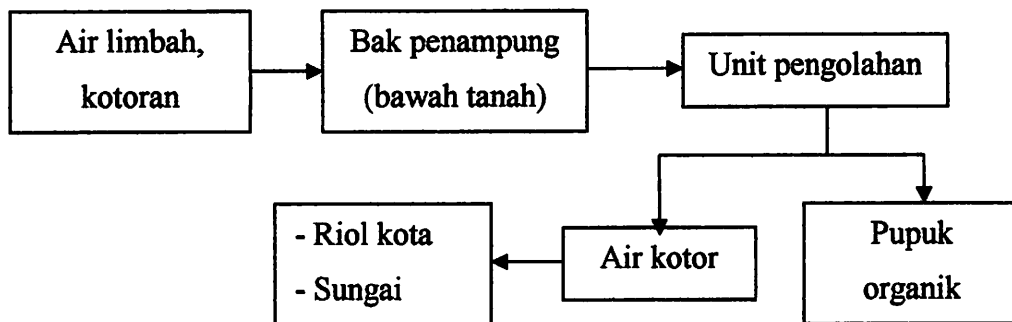
- Sumber air bersih
 - PDAM
 - Sumur (cadangan)
- Pendistribusian



Bagan VI.1: 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.



Bagan VI.2: Pengolahan limbah.

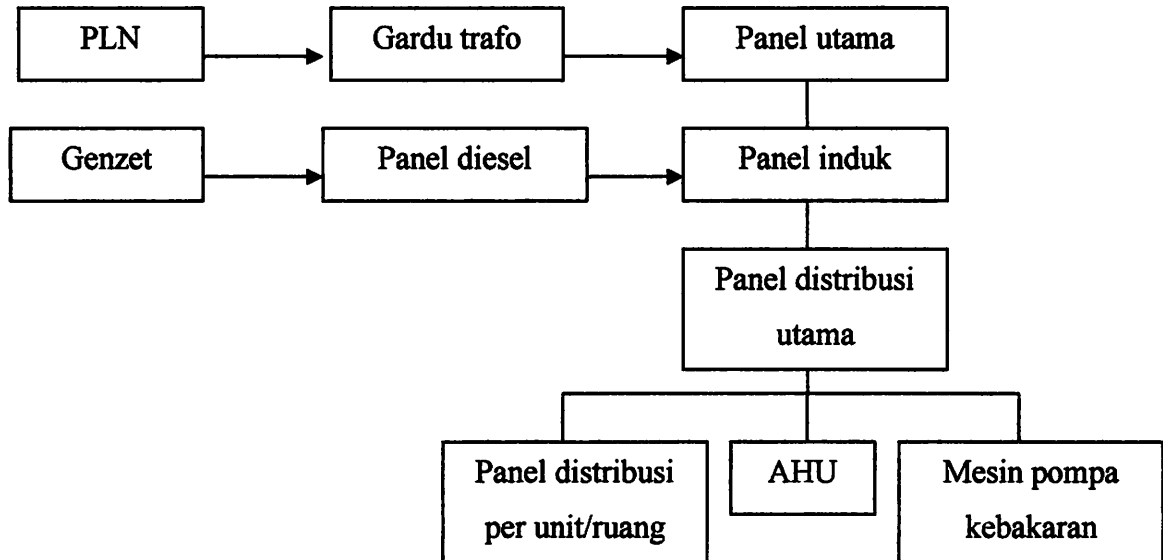
Sistem Pencahayaan

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.



Bagan VIII.3: Distribusi listrik.

DAFTAR PUSTAKA

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

DAFTAR PUSTAKA

- Ikhtisarsudhin: "Menggali Kembali Pemahaman Dalam Seni," Gadjah
Mada University Press, 2005.
- A. Bagus P. Wijayanto: "Perkembangan Gerakan Seni dan Media di
Jerman dan Post-Modernisme," Institut Teknologi Bandung.
- Indra Setiawan: Skripsi: "Seni dan Media: Sebuah Perjalanan di Balik
Kanvas Seni dan Seni Digital," Institut Teknologi Nasional Malang,
2008.
- Francis D.K. Ching: "Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Struktur," Erlangga,
1985.
- Ronal, A.: "Nilai-nilai Seni dan Budaya Tradisional Jawa," Gadjah
Mada University, 2005.
- Agus Tri Wibisono: Skripsi: "Seni dan Media: Sebuah Perjalanan di
Balik Kanvas," Institut Teknologi Nasional Malang, 2005.
- Biokatalis Webpage: "Zochiro Honda Biography."
- Materi Kuliah Pengantar Arsitektur "Proses Dalam Arsitektur," Universitas
Krianan Benteng Surabaya.
- Iwan Mulyono, dkk: "Penerapan Nilai Budaya Dalam Arsitektur Indonesia,"
Jakarta: Djambatan, 1982.

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA DI MALANG **DENGAN TENA ARSITEKTUR POST-MODERN**



RUDI HARIYONO
05.22.043

PEMBIMBING :

Ir. Didiek Sulharjanto

Ir. Suryo Triharjanto



FAKULTAS TEKNIK SIPIL & PERENCANAAN
JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

PENGERTIAN JUDUL

PUSAT LAYANAN MOBIL HONDA

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

ARSITEKTUR POST-MOERN

Pos-modern atau post-modern adalah sesuatu sesudah atau yang kemudian dari apa yang disebut "modern". Khususnya, di dalam bidang seni, terlebih arsitektur, istilah ini diberikan untuk sebuah gerakan yang bereaksi melawan apa-apa yang menandakan modern.

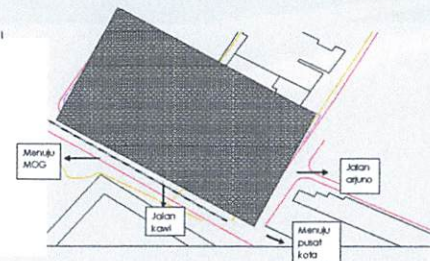
PERMASALAHAN

- Sejalan 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.

KERANGKA KONSEPSUAL



LOKASI SITE



Lokasi terletak di kawasan kota Malang melalui jalan raya Kelurahan Kidul Dalam Kecamatan Klojen Kota Malang. Lingkungan tersebut merupakan area perdagangan berdasarkan keterangan RUTRK Kecamatan Klojen Kota Malang. Site dikelilingi oleh jalan raya dan gang dengan luas 112110,25

ANALISA DAN KONSEP

FILOSOFI BENTUK



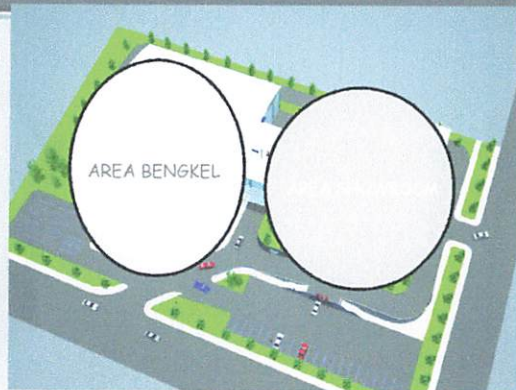
BENTUK DASAR BANGUNAN DI AMBIL DARI SALAH SATU PRODUK HONDA

IMPIAN SEBUAH KENDARAAN MASYARAKAT

HONDA SETAILIS SEPORTY DAN INOVATIF

PEKERJAAN BENTUK DASAR PADA BANGUNAN DAN PENUNJANG

BAGIAN DEPAN
AREA SHOWROOM DAN PENGLOLA
BELAKANG PERBENGKELAN
DAN PERAWATAN



KONSEP BENTUK & TAMPILAN

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.

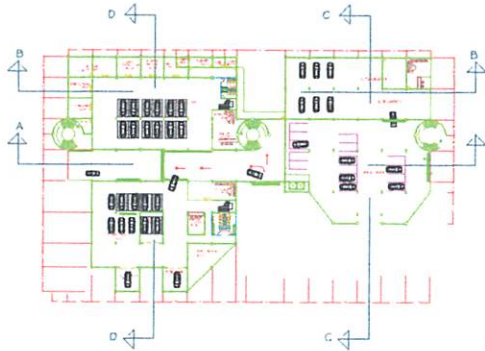
Arsitektur post-modern adalah memadukan unsur masa lalu dan masa kini sehingga untuk bentuk showroom (ruang pameran mobil) mengadopsi arsitektur modern. Bentuk atap diidentifikasi karena mobil Honda yang aerodinamik (menerima gaya angin). Warna perak dan merah sebagai identitas Honda.

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

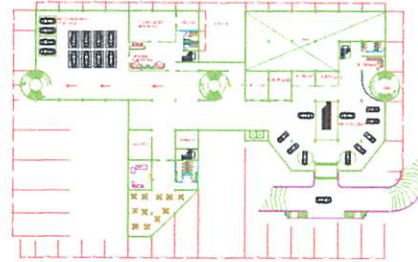


EXECUTIVE SUMMARY

DENAH LT.1



DENAH LT.2



DENAH LT.3



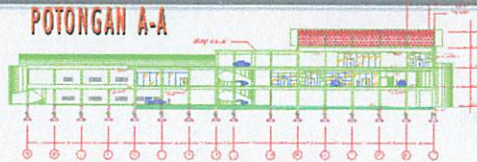
TAMPAK DEPAN



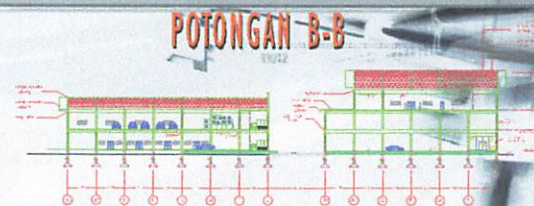
TAMPAK SAMPING KANAN



POTONGAN A-A



POTONGAN B-B



PERSPEKTIF BANGUNAN

3 DIMENSI

TAMPAK DEPAN



TAMPAK SAMPING KANAN



TAMPAK ATAS



FOTO MAKET



TAMPAK DEPAN

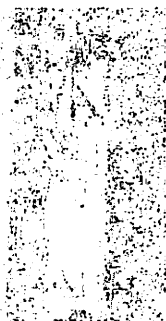
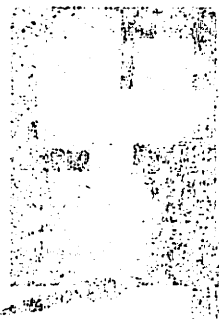


TAMPAK SAMPING



TAMPAK ATAS





100000

100000

100000

100000