



TUGAS AKHIR RI 141501

REDESAIN SHOWROOM HONDA JEMURSARI SURABAYA DENGAN KONSEP GREEN-FUTURISTIK

ABEL ADHA ROSANTA
NRP 3412100151

Dosen Pembimbing
Aria Weny, ST., M.MT
Firman Hawari S. Sn, M. Ds

JURUSAN DESAIN INTERIOR
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2016



Final Project RI 141501

Redesign Showroom Honda Jemursari Surabaya with Green-Futuristic Concept

ABEL ADHA ROSANTA
NRP 3412100151

Supervisor
Aria Weny, ST., M.MT
Firman Hawari S. Sn, M. Ds

Interior Design Department
Faculty of Civil Engineering and Planning
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2016

LEMBAR PERSETUJUAN

REDESAIN INTERIOR SHOWROOM HONDA JEMURSARI SURABAYA DENGAN KONSEP GREEN-FUTURISTIK

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Mmemenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Jurusan Desain Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

ABEL ADHA ROSANTA
NRP 3412100151

Disetujui oleh Tim Pembibing Tugas Akhir :

1. Aria Weny, ST., M.MT (Pembimbing I)
NIP. 19820801 200912 2003

2. Firman Hawari S. Sn, M. Ds (Pembimbing II)
NIP. 19720201 199903 1001



SURABAYA,
JULI 2016

REDESAIN INTERIOR SHOWROOM HONDA JEMURSARI SURABAYA DENGAN KONSEP GREEN-FUTURISTIK

Nama Mahasiswa : Abel Adha Rosanta
NRP : 3412100151
Pembimbing I : Aria Weny, ST., M.MT
Pembimbing II : Firman Hawari S. Sn, M. Ds

ABSTRAK

Perkembangan industri otomotif yang semakin pesat menimbulkan persaingan antar merek, berbagai macam strategi pemasaran di lakukan, salah satunya dengan melakukan branding produk. PT. Honda Prospect Motor (HPM) adalah agen tunggal pemegang merk mobil Honda di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan perawatan mobil pada bengkel resmi Honda di Kota Surabaya.

Honda adalah salah satu produsen mobil yang berhasil dengan branding merek yaitu menciptakan kendaraan yang irit, kencang, dan berteknologi tinggi sesuai dengan slogan Honda "The Power of Dream". Selain itu Honda juga mempunyai konsep "Green Dealer" sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Sayangnya konsep green pada showroom masih belum dapat dirasakan secara maksimal di setiap showroom Honda di Surabaya khususnya. Maka dari itu Showroom Honda dengan konsep "Green Futuristic" diharapkan dapat menjadi sarana yang mencerminkan karakter produk dan juga dapat menjadi sarana untuk memberikan informasi tentang visi misi dan cara pandang Honda dalam menghargai sebuah produk.

Metodologi desain meliputi pengumpulan data lewat pengamatan lapangan dan lewat penyebaran kuisioner, kemudian di analisa terhadap elemen pemenuh kebutuhan sebuah showroom mobil, untuk mendapatkan program ruang dan konsep desain yang relevan dengan kebutuhan, fungsi, dan permasalahan pada objek desain. Konsep yang dihadirkan pada showroom ini yaitu membuat suasana interior showroom seperti di masa depan dengan perpaduan tanaman hijau dan permainan lampu neon khas gaya futuristik. Aplikasi konsep tersebut bermaksud untuk memberikan nuansa yang mendukung karakter produk dan mewujudkan konsep "Green Dealer" itu sendiri. Sehingga diharapkan showroom ini dapat meningkatkan nilai jual dan memberikan kesan mendalam pada setiap konsumen yang datang ke showroom tersebut.

Kata kunci: Showroom mobil; Green Dealer; Futuristik;

REDESIGN SHOWROOM HONDA JEMURSARI SURABAYA WITH GREEN-FUTURISTIC CONCEPT

Nama Mahasiswa : Abel Adha Rosanta
NRP : 3412100151
Pembimbing I : Aria Weny, ST., M.MT
Pembimbing II : Firman Hawari S. Sn, M. Ds

ABSTRACT

The development of the automotive industry, which grew rapidly lead to competition among brands, a wide variety of marketing strategies in doing, one of them with product branding. PT. Honda Prospect Motor (HPM) is the sole agent for the brand of Honda cars in Indonesia. This study aims to determine the level of customer satisfaction in the quality of care services at authorized workshops Honda cars in the city of Surabaya.

Honda is one of the car manufacturers that are successful with brand branding is to create a vehicle that is economical, fast, and high-tech Honda accordance with the slogan "The Power of the Dream". Besides Honda also has the concept of "Green Dealer" as a form of concern for the environment. Unfortunately, the concept of green in the showroom still be felt to the fullest every Honda showroom in Surabaya. Therefore Showroom Honda with the concept of "Green Futuristic" is expected to be a tool that reflects the character of the products and also can be a means to provide information about the vision, mission and perspectives of Honda in respect of a product.

Design methodology includes data collection through field observations and through a questionnaire, and then analyzed against the elements fulfilling the needs of a car showroom, to get the space program and design concepts that are relevant to the needs, functions, and problems in the design objects. The concept presented in this showroom interior showroom that makes the atmosphere like in the future with a mix of greenery and games futuristic style typical fluorescent lamp. Application of the concept intends to give the feel of the product and the supporting characters embody the concept of "Green Dealer" itself. So expect this showroom can increase the resale value and provide a lasting impression on every customer who comes into the showroom.

Keywords: Showroom car; Green Dealer; Futuristic;

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, dan rahmat yang telah diberikan sehingga laporan Tugas Akhir dengan judul “Redesain Showroom Honda Jemursari dengan Konsep Green-Futuristik” dapat diselesaikan.. Laporan ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S1) di Jurusan Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga tidak lupa mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
2. Orangtua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh.
3. Bapak Dr. Mahendra Wardhana, ST.MT. selaku Ketua Jurusan Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
4. Ibu Aria Weny A ST. MMT dan Bapak Firman Hawari S.Sn, M.Ds selaku pembimbing mata kuliah Tugas Akhir (141501).
5. Seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini.

Dengan ini diharapkan agar laporan yang telah disusun oleh penulis dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna. Oleh karena itu diharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan Laporan Tugas Akhir.

Surabaya, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Tabel Penjualan Mobil Terlaris 2014.....	3
1.2 Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.2.3 Batasan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.3.1 Tujuan	5
1.3.2 Manfaat	6
1.4 Ruang Lingkup Desain	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II STUDI PUSTAKA.....	8
2.1 Showroom.....	8
2.1.1 Pengertian Showroom.....	8
2.1.2 Jenis Showrooml.....	9
2.1.3 Bagian Showroom.....	10
2.1.4 Fisik Umum Showroom	12
2.1.5 Peran Showroom dalam Melayani Kebutuhan Masyarakat akan Tingginya Permintaan Pasar	14
2.1.6 Showroom Honda Jemursari sebagai Objek Desain	14
2.1.7 Persyaratan Sisitem Manajemen Informasi yang Baik	14
2.1.8 Alur Kerja Bengkel	15
2.1.9 Uraian Tugas dalam Showroom Mobil.....	15
2.2 Kantor	18
2.2.1 Fungsi Kantor.....	18

2.2.2 Tipe Kantor.....	20
2.3 Macam-Macam Pola Sirkulasi.....	22
2.3.1 Pola Linear.....	22
2.3.2 Pola Radial.....	24
2.3.3 Pola Spiral.....	22
2.3.4 Pola Network.....	23
2.3.5 Pola Campuran.....	23
2.4 Desain Futuristik-Green Dealer.....	23
2.4.1 Futuristik.....	24
2.4.2 Green.....	28
2.4.3 Vertical Garden.....	33
2.5 Sistem Keamanan.....	38
2.5.1 Kebakaran.....	38
2.5.2 Keamanan Gedung.....	40
2.6 Warna.....	42
2.6.1 Psikologis Warna.....	42
2.6.2 Warna Futuristik.....	45
2.7 Anthropometri & Ergonomi.....	46
2.7.1 Meja Kepala Bagian.....	46
2.7.2 Workstation Kantor.....	46
2.7.3 Workstation Resepsionis.....	47
2.7.4 Sirkulasi sekitar Workstation.....	47
2.7.5 Meja Negoisasi.....	48
2.7.6 Sirkulasi Meja dengan Lemari Penyimpanan.....	48
2.8 Material Pembentuk Interior.....	49
2.8.1 Futuristik.....	49
2.8.2 Green.....	49
2.9 Jenis Mobil dalam Display dan Dimensinya.....	50
2.9.1 Honda Accord.....	50
2.9.2 Honda CRZ.....	50
2.9.3 Honda CRV.....	51
2.9.4 Honda City.....	51
2.10 Studi Eksisting Showroom Mobil.....	51
2.10.1 Showroom Mobil Honda Jemursari.....	52

2.10.2 Showroom Mobil Honda Centre Surabaya	58
2.10.3 Showroom Mobil Audi di Jerman.....	60
BAB III METODE DESAIN	61
3.1 Tahap Identifikasi Objek.....	62
3.2 Tahap Pengumpulan Data	63
3.2.1 Observasi Lapangan.....	64
3.2.2 Studi Literatur	65
3.3 Tahap Analisa	66
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Analisa Pengguna.....	67
4.1.1 Hasil Observasi	67
4.1.2 Hasil Wawancara	67
4.1.1 Hasil Kesimpulan Analisa Data kuisisioner	68
4.2 Analisa Ruangan	69
4.3 Program Kebutuhan Ruang	70
4.4 Anaslisa Sirkulasi.....	70
4.5 Analisa Pencahayaan.....	72
4.6 Analisa Penghawaan	72
4.7 Anaslisa Kebutuhan dan Layout Furnitur	72
BAB V KONSEP DESAIN	75
5.1 Objek Desain.....	75
5.1.1 Tema	76
5.2 Konsep Desain	76
5.2.1 Konsep Makro.....	76
5.2.2 Konsep Mikro	77
5.2.2.1 Konsep Ruang	77
5.2.2.2 Konsep Material.....	78
5.2.2.3 Konsep Warna.....	79
5.2.2.4 Konsep Dinding	80
5.2.2.5 Konsep Lantai	80
5.2.2.6 Konsep Plafon	81
5.2.2.7 Konsep Furnitur	81
5.2.2.8 Konsep Pencahayaan.....	82
5.2.2.9 Elemen Estetis.....	83

BAB VI DESAIN AKHIR	85
6.1 Desain Akhir.....	85
BAB VII PENUTUP	91
7.1 Kesimpulan.....	91
7.2 Saran	91
7.2.1 Saran bagi Perguruan Tinggi	91
7.2.2 Saran bagi Showroom Honda Jemursari Surabaya.....	91
7.2.3 Saran bagi Pembaca.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampak Showroom dari Jalanan	9
Gambar 2.2 Tampak Showroom Mobil88 saat Malam Hari.....	9
Gambar 2.3 Area Display pada Salah Satu Showroom Mobil.....	10
Gambar 2.4 Suasana Ruang Tunggu di Sebuah Dealer Resmi	10
Gambar 2.5 Suasana Bengkel Resmi di Dealer Resmi	11
Gambar 2.6 Contoh Desain Mushola di Sebuah Gedung	11
Gambar 2.7 Contoh Desain Interior Bergaya Futuristik	25
Gambar 2.8 Contoh Desain Interior Bergaya Futuristik	26
Gambar 2.9 Penggunaan Dinding Akrilik	27
Gambar 2.10 Penggunaan lampu electroluminescent wire	27
Gambar 2.11 Contoh Furniture Bergaya Futuristik	28
Gambar 2.12 Contoh Penggunaan Tanaman Alami dalam Ruangan	29
Gambar 2.13 Penggunaan Kaca untuk Memaksimalkan Cahaya Alami	30
Gambar 2.14 Contoh Pemanfaatan Vertical Garden.....	34
Gambar 2.15 Penggunaan Geotextile sebagai Media Tanam	36
Gambar 2.16 Pemasangan Tanaman Vertical Garden pada Dinding.....	36
Gambar 2.17 Sistem Kerja Drip Irigasi	38
Gambar 2.18 Data Anthropometri dan Ergonomi meja kepala bagian.....	46
Gambar 2.19 Data Anthropometri dan Ergonomi Workstation Kantor.....	46
Gambar 2.20 Data Anthropometri dan Ergonomi Workstation Resepsionis.....	47
Gambar 2.21 Data Anthropometri dan Ergonomi Sirkulasi sekitar Workstation ..	47
Gambar 2.22 Data Anthropometri dan Ergonomi Meja Negoisasi.....	48
Gambar 2.23 Data Anthropometri dan Ergonomi Sirkulasi Meja	48
Gambar 2.24 Tampak Showroom dari jalanan	52
Gambar 2.25 Struktur organisasi	53
Gambar 2.26 Area display	54
Gambar 2.27 Area Marketing	55
Gambar 2.28 Denah Lantai 1	56
Gambar 2.29 Denah Lantai 2	56
Gambar 2.30 Ruang Tunggu	57
Gambar 2.31 Ruang Divisi Pemasaran	57
Gambar 2.32 Kantin.....	58

Gambar 2.33 Ruang Rapat dan Ruang Kepala Cabang	58
Gambar 2.34 Tampak Berbagai Sudut Showroom Audi Jerman	60
Gambar 3.1 Skema Pengambilan Data	62
Gambar 3.2 Alur Metodologi Desain	63
Gambar 4.1 Denah Alternatif 1	68
Gambar 4.2 Denah Terpilih	69
Gambar 4.3 Tabel Kenutuhan Ruang Lantai 1	70
Gambar 4.4 Matriks Hubungan Ruang.....	71
Gambar 4.5 Bubble Diagram.....	72
Gambar 4.6 Layout Area Display	73
Gambar 4.7 Layout Service Center	73
Gambar 4.8 Layout Waiting Room	74
Gambar 4.9 Layout Area Ibadah	74
Gambar 5.1 Desain Suasana Ruang Tunggu	77
Gambar 5.2 Material yang Digunakan pada Desain Shworoom Honda.....	78
Gambar 5.3 Warna yang diterapkan	79
Gambar 5.4 Penerapan Konsep Dinding pada Ruang Display	80
Gambar 5.5 Jenis Material.....	80
Gambar 5.6 Penerapan Konsep Plafon Ekspose pada Ruang Tunggu	81
Gambar 5.7 Jenis Furnitur Pabrikan Digunakan pada Ruang Tunggu	81
Gambar 5.8 Furnitur Custom pada Ruang Tunggu	82
Gambar 5.9 Desain dengan Penggunaan Pencahayaan Alami	82
Gambar 5.10 Desain dengan Penggunaan Pencahayaan Buatan Neon	83
Gambar 5.11 Desain dengan Elemen Estetis Menyerupai Pohon	83
Gambar 5.12 Elemen Estetis Vertical Garden.....	84
Gambar 5.13 Tampak Depan Desain Showroom	85
Gambar 5.14 Tampak Depan Desain Showroom	85
Gambar 5.15 Desain Suasana Area Display	86
Gambar 5.16 Letak Official Merchandise dan SpareParts	87
Gambar 5.17 Suasana Area Display Tampak Luar	87
Gambar 5.18 Suasana Waiting Room.....	88
Gambar 5.19 Area Minibar Waiting Room	88
Gambar 5.20 Area Santai Kantor Lantai 2	89
Gambar 5.21 Area Kantin dan Santai Kantor Lantai 2.....	89

Gambar 5.22 Area Kantin90



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor otomotif merupakan salah satu sektor yang berpotensi paling besar sebagai penggerak roda ekonomi Negara di bidang industri dan perdagangan, terbukti dalam beberapa tahun terakhir, dapat dilihat dari jumlah pengguna kendaraan bermotor yang semakin meningkat, dikarenakan varian yang ditawarkan distributor otomotif yang semakin beragam disesuaikan dengan tingkat pendapatan dan fungsi yang diinginkan oleh konsumennya.

Penjualan kendaraan roda 4 di Indonesia setahun terakhir didominasi oleh merk Toyota, Honda, dan Daihatsu. Karena begitu besarnya animo masyarakat akan pembelian mobil Honda, maka pembangunan showroom Honda ini diperlukan. Karena jika jumlah showroom pada suatu kota masih terbatas sedang permintaan pasar sudah mulai meningkat dikarenakan kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan, maka akan terjadi inden produk secara terus-menerus, hal ini berdampak buruk pada distributor sendiri, karena tidak semua orang bersedia menunggu lama untuk dapat membeli suatu varian mobil yang diinginkan.

Penjualan Mobil Lima Merek Tertinggi

No	Merek	Tahun 2014	Tahun 2015
1.	Toyota	399.119	321.818
2.	Daihatsu	185.226	167.808
3.	Honda	159.147	159.253
4.	Suzuki	154.923	121.805
5.	Mitsubishi	141.962	112.527

Sumber: Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) 2014-2015

Showroom menurut Gilbert Mc Devinn adalah wilayah atau tempat yang menyediakan jasa jual beli mobil dengan fasilitas lengkap seperti servis (bengkel),



spare part dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu showroom juga dapat diartikan sebagai tempat display untuk mobil ataupun barang yang memang untuk dipamerkan.

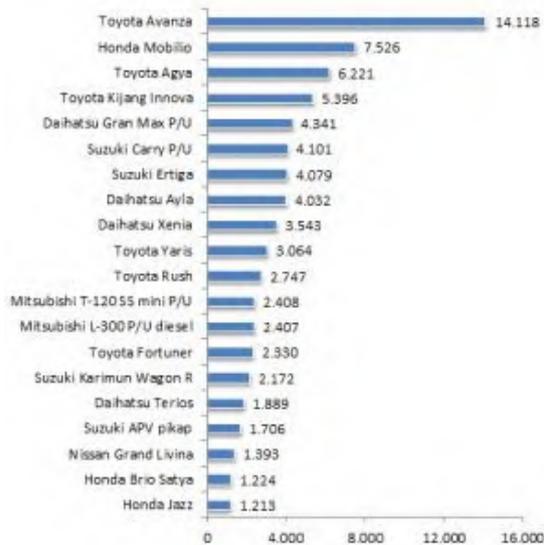
Beberapa masalah yang ditemukan pada showroom mobil adalah umumnya masih menjurus kepada standar perancangan showroom yang cenderung lebih mengutamakan sisi ekonomi ketimbang memberi tampilan yang lebih atraktif kepada para pengunjung. Sisi atraktif dalam desain sangat dibutuhkan, karena showroom sendiri adalah bangunan bisnis-komersial. Honda dengan slogan Dream of Future harus dapat menunjukkan karakteristik produknya yang dapat tercermin dalam desain interior Showroom Honda agar mendapat perhatian dari pengunjung dengan tampilan yang menarik atau bahkan bisa jadi berbeda dengan showroom mobil pada umumnya.

Surabaya merupakan kota metropolitan yang penuh dengan berbagai macam aktivitas manusia setiap jamnya. Untuk memudahkan dalam beraktivitas, sebagian besar masyarakat memilih menggunakan kendaraan bermotor dalam pekerjaan sehari-harinya. Sehingga kebutuhan akan kendaraan bermotor, roda 4 khususnya, juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kebutuhan adanya showroom di Surabaya juga meningkat untuk mengimbangi permintaan pasar yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Karena itulah dibutuhkan desain interior baru pada showroom, salah satunya pada Showroom Honda Jemursari untuk memberi ciri khas yang akan menonjolkan identitas pada suatu bangunan serta memberi fasilitas yang lebih baik lagi semua itu demi kepuasan pengunjung dimasa mendatang.



1.1.1 Tabel Penjualan Mobil Terlaris di Indonesia 2014



Sumber: Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) 2014

Dari tabel tersebut terdapat 10 merek mobil (kendaraan penumpang) terlaris sepanjang 2014. Gaikindo menyebut 10 merek mobil terlaris itu didominasi oleh merek mobil asal Jepang.

1. Toyota: 399.119 unit

Toyota merajai pasar mobil Indonesia dengan meraih pangsa pasar 33,04%.

2. Daihatsu: 185.226 unit

Anak perusahaan Toyota, Daihatsu meraih pangsa pasar 15,33%.

3. Honda: 159.147 unit

Kontribusi terbesar terhadap peningkatan penjualan Honda di tahun 2014 datang dari kelas Low-MPV Honda Mobilio. Sepanjang tahun 2014, Honda Mobilio meraih total penjualan sebesar 79.288 unit, dengan pangsa pasar sebesar 22% di segmen LMPV.



Berdasarkan data 4tastic diatas, diketahui bahwa minat minat masyarakat terhadap kebutuhan kendaraan roda empat cukup tinggi terutama dikelas mobil murah dan minibus.

Peningkatan pertumbuhan tersebut diramaikan oleh berbagai merek kendaraan di antaranya adalah Honda. Honda sendiri penjualan motor maupun mobil di dalam negri cukup signifikan, terutama di Wilayah Surabaya, dibandingkan dengan merek lain seperti Daihatsu, Toyota, Nisan, maupun Suzuki.

Dibawah ini dapat dilihat 5 mobil paling laris dan terbanyak dalam penjualan di Wilayah Surabaya :

TABEL PENJUALAN MOBIL TERLARIS DI SURABAYA 2015

NO	Nama Tipe Mobil	Jumlah terjual per tahun
1	Honda Jazz	11.655 unit
2	Honda CR-V	5.697 unit
3	Daihatsu Xenia	4.987 unit
4	Toyota Avanza	2.510 unit
5	Suzuki APV	2.077 unit

Sumber: Gabungan industri kendaraan bermotor indonesia (gakindo)

Tabel di atas menunjukkan banyaknya jumlah pemakai mobil Honda yang tersebar di daerah Surabaya, sehingga berlatar dari kondisi dan fenomena yang telah disebutkan diatas, maka muncul suatu gagasan untuk membuat suatu wadah yang merupakan pusat dari segala kegiatan jual beli dan pameran yang diwujudkan dengan membuka pusat showroom mobil Honda dan service station yang akan di tempatkan pada daerah Surabaya karena di daerah Surabaya merupakan salah satu daerah paling banyak pengguna mobil Honda.



1.2 Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

- Kurang memaksimalkan kebutuhan waiting room untuk konsumen.
- Kurang tercapainya fasilitas untuk area playground/tempat bermain anak yang lebih leluasa
- Area display masih monoton dan fasilitas penunjang dirasa masih kurang
- Kurangnya unsur – unsur alami / natural dalam ruangan.
- Showroom belum mencerminkan image “green dealer”

1.2.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana mendesain ruang receptionist dan display area agar konsumen mendapatkan pelayanan yang cepat dan nyaman.
- Bagaimana mendesain interior showroom agar dapat memfasilitasi berbagai kebutuhan konsumen

1.2.3 Batasan Masalah

- Tidak mengubah eksisting bangunan.
- Desain interior difokuskan pada area display, receptionist, waiting area, dan kantor
- Melengkapi sarana dan psarana yang ada sehingga sesuai dengan konsep desain.
- Luas bangunan maksimal 800m²

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari perencanaan Showroom Honda Jemursari Surabaya untuk menghasilkan karya rancang yang memungkinkan tercapainya hal-hal seperti dibawah ini :



- Sebagai objek desain yang selanjutnya akan di observasi dalam hal desain interior dan menciptakan interior yang menyenangkan, aman, dan nyaman baik secara fisik, visual, ergonomi, maupun psikologi.
- Memberikan pelayanan terbaik pada pengunjung dengan cara selalu memberikan pelayanan dan fasilitas penunjang yang maksimal.
- Meningkatkan kredibilitas Honda di mata masyarakat.
- Mewujudkan konsep “green dealer” sesuai dengan misi perusahaan yang masih belum terlihat saat ini.

1.3.2 Manfaat

- Dengan adanya sebuah konsep Green Futuristic pada showroom ini, maka akan semakin menguatkan slogan dealer Honda itu sendiri yaitu ‘Dream of Future’ sehingga diharapkan mampu memikat konsumen lebih banyak lagi, sehingga masyarakat lebih mengenal dunia otomotif lewat showroom Honda ini.

1.4 Ruang Lingkup Desain

- Desain hanya pada area interior bangunan tanpa membahas dan merubah struktur bangunan
- Desain menggunakan konsep futuristik-green yang diaplikasikan pada bentuk, material, dll



1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang penulisan laporan, ruang lingkup, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi teori teori yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan laporan. Teori yang akan dibahas yaitu beberapa konsep dan teori pendukung yang berhubungan konsep desain yang akan diterapkan pada objek desain.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Memuat tentang metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan hasil dari penelitian.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menguraikan mengenai data perusahaan dan hasil penelitian penulis.

BAB 5. PENUTUP

Menguraikan mengenai simpulan dan memberikan ide-ide yang mungkin dapat bermanfaat dalam mempengaruhi keputusan dalam memilih kendaraan bermotor pada *Showroom Honda Jemursari Surabaya*.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Showroom

2.1.1 Pengertian Showroom

Pengertian luas tentang showroom adalah ruang pameran, ruang yang khusus digunakan sebagai tempat memamerkan mobil. Masyarakat umum menyebut demikian karena secara global dan sudah menjadi kebiasaan berasumsi bahwa tempat untuk memajang bernama showroom. Dimana showroom atau ruang pameran mobil dengan satu merk yang sudah mendunia dan berada dalam satu negara terdiri dari beberapa cabang dalam satu kota dan hanya ada satu pusat dalam satu negara, serta ruang pameran mobil bekas atau yang sering disebut mobkas dengan berbagai merk mobil serta tidak memberikan fasilitas lengkap, maka masyarakat tetap menyebutnya showroom mobil bekas. (*ITS-Undergraduate-14123-3406100023-Chapter1_3.pdf*)

Kata-kata showroom pun menjadi sama pengertiannya yaitu tempat untuk memajang mobil. Padahal kata showroom tidak demikian artinya, menurut Gilbert Mc Devinn adalah wilayah atau tempat yang menyediakan jasa jual beli mobil dengan fasilitas lengkap seperti servis (bengkel), spare part dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu showroom juga dapat diartikan sebagai tempat display untuk mobil ataupun barang yang memang untuk dipamerkan

2.1.2 Jenis-Jenis Showroom

1. Showroom pabrikan resmi

Menjual dengan satu *merk* yang sudah mendunia dan berada dalam satu negara terdiri dari beberapa cabang dalam satu kota dan hanya ada satu pusat dalam satu negara.



Contoh :Showroom Honda Jemursari Surabaya



Gambar 2.1 Tampak Showroom dari jalanan

2. Showroom mobil bekas (Mobkas)

Suatu ruang pameran mobil yang menjual berbagai jenis merk kendaraan bermotor yang tergolong sebagai *used car*.

Contoh: mobil88, Indomobil Used Car



Gambar 2.2 Tampak Showroom Mobil88 saat malam hari



2.1.3 Bagian Showroom

1. Area Display

Area ini umumnya dipergunakan untuk memamerkan produk- produk yang akan ditawarkan dan dijual kepada masyarakat baik itu berupa mobil maupun berupa asesoris penunjang seperti baju, variasi kendaraan, dll



Gambar 2.3 Area display pada salah satu showroom mobil

2. Ruang Tunggu



Ruang ini merupakan ruang yang menyediakan berbagai fasilitas penunjang berbagai kegiatan konsumen saat menunggu antrean servis kendaraan, seperti free wifi, TV, kopi dan the gratis, aneka snack , dan lainnya yang akan membuat pengunjung betah menunggu lama didalamnya

Gambar 2.4 Ruang tunggu pelanggan di sebuah dealer resmi



3. Bengkel

Showroom resmi umumnya tidak hanya melayani jual beli kendaraan, melainkan juga menyediakan jasa pelayanan servis. Sehingga pelanggan yang ingin menservis atau hanya sekedar mengganti oli tidak perlu repot-repot mencari tempat servis, semua itu dilakukan untuk memberi pelayanan terbaik bagi para pelanggan setianya.



Gambar 2.5 Suasana bengkel resmi di sebuah showroom

4. Mushola



Gambar 2.6 Contoh mushola di sebuah gedung



2.1.4 Fisik Umum Showroom

Komponen yang sangat penting dalam persyaratan fisik umum adalah komponen ruang yang meliputi : pembagian ruang, pengaturan ruang dan dekorasi ruang. Komponen lainnya yang cukup penting dalam persyaratan fisik umum adalah lokasi dan lingkungan yang meliputi :

- Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut – tapi tetap memperhitungkan budget yang tersedia

Pilih lokasi yang dekat dengan pasar, sekolah atau universitas, perumahan, perkantoran dan yang jelas lokasi calon bengkel jangan terlalu masuk kedalam jauh dari jalan besar, paling tidak ada jalur angkutan umum yang rutin lewat sekitar lokasi.

Investor juga harus memperhitungkan apakah pendirian bengkel di lokasi yang diincar untuk dijadikan bengkel diijinkan oleh aparat kelurahan/kecamatan. Peraturannya harus ada ijin keramaian / HO yang ditandatangani oleh tetangga sekitar sebagai tanda tidak keberatan dilingkungannya ada bengkel yang berdiri.

- Utilitas (air, listrik, emergency lamp dan tata udara) juga merupakan komponen vital lainnya dalam persyaratan fisik umum tersebut dan begitupula dengan pencegahan bahaya kebakaran.

Adapun syarat-syarat fisik umum sebuah Showroom, yaitu :

- Fisik umum (bangunan, pencegahan bahaya kebakaran, pembuangan air limbah dan sampah, serta tempat parkir).
- Fisik ruang, perlengkapan dan peralatan (ruang display, ruang tunggu, gudang, kantor, bengkel, ruang administrasi dan ruang karyawan).

Dalam membangun showroom sebaiknya mengikuti syarat-syarat ruang yang ada. Syarat-syarat itu meliputi :

a. Ruangan Tunggu (*waiting room*)

Merupakan ruangan yang memiliki fungsi dan kegunaan yang diperuntukkan bagi pengunjung yang menunggu kendaraannya selesai diservis. Tentu saja selagi menunggu pengunjung dapat bosan jika ruangan tidak dilengkapi fasilitas penunjang yang memadai. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa fasilitas



penunjang seperti, area rokok, makan minum gratis,dll yang dapat membuat pengunjung betah dan tidak bosan menunggu lama kendaraannya hingga selesai diservis.\

b. Ruang Display

- Penerangan yang cukup.
- Hendaknya diatur dengan memperhatikan sirkulasi ruangan agar tidak terlalu sempit sehingga pengunjung dapat melihat produk dengan sudut pandang yang jelas
- Poster berisikan prosedur pelayanan konsumen dan jaminan kualitas yang bisa didapatkan konsumen,dan bila perlu no telpon khusus untuk mengatasi keluhan konsumen.

c. Tempat servis tune up

Tempat servis harus bisa dilihat oleh konsumen di ruang tunggu dan juga orang yang lewat didepan bengkel.

d. Tempat Servis Bongkar Mesin Ringan – Berat

Selain ada tempat servis untuk tune – up, ada tempat servis khusus untuk bongkar mesin baik ringan atau berat. Sebaiknya tidak dicampur karena pekerjaan ini relative lebih lama daripada tune up.

e. Gudang Spare Part

Gudang spare part harus berada ditempat yang mudah dijangkau oleh petugas penerima servis. Konsumen dan mekanik bisa dengan mudah membeli atau mengambil spare part kepada petugas penerima servis. Maka letaknya sebaiknya dibelakang petugas penerima servis, tetapi didisplay sehingga mudah dilihat oleh konsumen.

f. Ruang Konsultasi

Konsumen yang tidak puas dengan pelayanan dari mekanik-mekanik pasti ada, maka sangat tidak indah dipandang bila ada konsumen yang marah-marrah didepan semua orang, karena konsumen yang lain sedikit banyak



akan terpengaruh oleh marah komplainnya konsumen tersebut. Untuk menghindari hal tersebut, sediakan ruang konsultan yang juga berfungsi sebagai kantor penanggung jawab untuk menyelesaikan tugas-tugas administrasinya.

2.1.5. Peran Showroom dalam Melayani Kebutuhan Masyarakat akan Tingginya Permintaan Pasar

Peranan utama Showroom adalah memberikan wadah alternatif untuk otomania khususnya peminat serta pengguna produk kendaraan roda empat untuk mendapatkan informasi secara lengkap tentang kendaraan roda empat yang di pasarkan.

Upaya peningkatan pelayanan kepada customer ini sebagai upaya untuk menjaga permintaan pasar yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

2.1.6. Showroom Honda Jemursari Surabaya sebagai Objek Desain

Dengan tingginya minat masyarakat Surabaya terhadap produk Honda, maka Honda menginvestasikan tempat pemasaran dan service yang dapat dengan mudah dijangkau oleh para pengguna di beberapa tempat, salah satunya yang terdapat di Jalan Jemursari Surabaya.

Showroom ini mempunyai fasilitas yang cukup lengkap mulai dari bengkel, hingga waiting room yang memadai, hanya saja perlu ditambahkan beberapa desain agar sesuai dengan misi perusahaan yaitu menciptakan showroom berkonsep “Green Dealer”.

2.1.7. Persyaratan Sistem Manajemen Informasi yang Baik

1. Mempunyai sistem manajemen informasi atau sistem pengendalian data bengkel yang akurat dan sesuai, yang bertujuan untuk agar pedoman, catatan, dan data-data yang direkamun mudah diidentifikasi, diakses, ditelusuri, dianalisis dan dipergunakan oleh karyawan bengkel.



2. Mempunyai prosedur pemeliharaan dan pengendalian/controlling atas database, agar pengendalian database bisa berjalan dengan kontinyu.
3. Mempunyai sistem aktualisasi data, agar informasi yang ditampilkan benar, akurat, dan up to date
4. Menyimpan data yang di dokumentasikan minimal untuk 2 tahun, meliputi:
 - Data kegiatan operasional bengkel meliputi : pengelolaan suku cadang, proses perawatan dan perbaikan, data historis kendaraan dan faktur
 - Data profil / kondisi fasilitas dan sarana bengkel meliputi : catatan dan jumlah peralatan dan fasilitas, pemeliharaan dan kalibrasi untuk alat yang membutuhkan kalibrasi ulang. dan data lainnya yang diperlukan
 - Pedoman (Standar Operating Sistem) bengkel

2.1.8. Alur Kerja Bengkel

1. Proses pelayanan dimulai ketika pelanggan datang ke bengkel dengan membawa kendaraan yang akan diservis
2. Service advisor akan melayani dan memeriksa keluhan pelanggan, lalu memperkirakan apakah kerusakannya bisa diperbaiki atau harus ganti baru
3. Apabila pelanggan sudah setuju dengan estimasi biaya yang ditawarkan, SA akan membuat surat perintah kepada mekanik agar segera dikerjakan.
4. Kemudian setelah surat perintah keluar maka SA akan menyerahkan estimasi biaya kepada bagian keuangan untuk dimasukkan ke dalam database.
5. Apabila kendaraan sudah selesai Kepala mekanik akan menyerahkan kendaraan yang telah selesai ke SA
6. Setelah memeriksa kelengkapan kendaraan SA akan menghubungi pemilik kendaraan dan mengatakan sudah selesai diperbaiki dan seterusnya

2.1.9. Uraian Tugas Dalam Showroom Mobil

1. President Director

Tugas dan wewenang :

- a. Menetapkan visi dan misi perusahaan
- b. Mengawasi dan mengevaluasi kebijakan



- c. Mengawasi kegiatan operasional perusahaan agar sesuai dengan perencanaan
- d. Me-review laporan yang dibuat oleh vice president untuk dibahas dalam rapat umum pemegang saham dan melakukan evaluasi.

2. Vice President

- Membuat dan menentukan kebijakan perusahaan baik jangka panjang maupun pendek
- Bertanggung jawab atas kegiatan operasi perusahaan yang harus dilaporkan kepada Dewan Komisaris
- Melaksanakan pengawasan dan mengkoordinir tugas-tugas dari perusahaan yang akan dilaksanakan karyawan
- Berwenang untuk menyetujui dan membatalkan segala kegiatan perusahaan

3. Operational Director

- Merencanakan dan menyusun kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan
- Mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan pekerjaan dibawahnya

4. HRD Manager

- Bertanggung jawab di dalam pengelolaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia, yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia, termasuk pengembangan kualitasnya dengan berpedoman pada kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku di perusahaan.
- Bertanggung jawab terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan pembinaan *government & industrial* serta mempunyai kewajiban memelihara dan menjaga citra perusahaan.



5. Financial Director

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.

6. Kasir

- Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang dan pengelolaan keuangan (cashflow) yang ada pada cabang termasuk keuangan Departemen Service.
- Membuat laporan atas persetujuan Kepala administrasi untuk dikirim kepada Accounting pusat secara periodic.

7. Administrasi Unit (Sales Administration)

- Administrasi Unit bertanggung jawab terhadap kegiatan yang terjadi pada unit, termasuk tentang penjualan unit kendaraan dan kegiatan sales.
- Administrasi unit juga bertugas mengurus surat-surat yang berhubungan dengan kendaraan.
- Administrasi unit juga bertanggung jawab terhadap jumlah unit stok yang tersedia. Dalam pelaksanaan pelaksanaan kegiatannya administrasi unit bertanggung jawab kepada kepala administrasi.

8. Sales Supervisor

- Sales supervisor bertanggung jawab terhadap pencapaian target penjualan unit kendaraan dan melakukan penawaran terhadap customer, Sales supervisor membentuk group untuk membantu pencapaian target penjualan.



9. Service Advisor

- Bertugas memberikan saran kepada customer berkenaan tentang servis kendaraan termasuk menampung keluhan atau masukan dari customer.
- Service Advisor juga bertugas memberi keterangan kepada mekanik tentang pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan. Service advisor bertanggung jawab kepada Workshop Supervisor.

10. Workshop Supervisor

- Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang terjadi didalam bengkel

2.2 Kantor

Secara etimologis kantor berasal dari Belanda: “kantoor”, yang maknanya: ruang tempat bekerja, tempat kedudukan pimpinan, jawatan instansi dan sebagainya. Dalam bahasa Inggris “office” memiliki makna yaitu: tempat memberikan pelayanan (service), posisi, atau ruang tempat kerja

Menurut Moekijat(1997:3), kantor adalah setiap tempat yang biasanya dipergunakan untuk melaksanakan pekerjaan tata usaha, dengan nama apapun juga tempat tersebut mungkin diberikan.

Prajudi Atmosudirjo (1982:25),kantor adalah unit organisasi terdiri atas tempat, staf personel dan operasi ketatausahaan guna membantu pimpinan.

Dapat disimpulkan kantor merupakan sebuah tempat berlangsungnya kegiatan administrasi, yang terdiri dari seorang pimpinan dan jajaran staff.

2.2.1 Fungsi Kantor

Kantor mempunyai beberapa fungsi di antaranya, yaitu menerima informasi,merekam informasi,mengatur informasi,memberi informasi dan melindungi aset/harta. Untuk lebih jelasnya simak uraian berikut mengenai beberapa fungsi kantor.



1. Menerima Informasi

salah satu fungsi kantor yang pertama adalah untuk menerima segala macam bentuk informasi, seperti surat, panggilan telepon, pesanan, faktur, dan juga semua laporan tentang segala macam kegiatan bisnis. Selain menerima informasi yang masuk, kantor juga memiliki fungsi untuk memperoleh informasi secara lebih lanjut yang nantinya mungkin akan diminta oleh manajemen.

2. Merekam Informasi

fungsi kantor yang kedua yaitu untuk merekam/menyimpan informasi agar informasi tersebut dapat sesegera mungkin disiapkan apabila pihak manajemen memintanya. Rekaman atau record semua informasi harus disimpan untuk kepentingan hukum atau sebagai sebuah alat bukti. Disamping itu, rekaman/record juga disimpan untuk memenuhi kebutuhan sebuah manajemen dalam melakukan perencanaan dan pengendalian pada perusahaan.

3. Mengatur Informasi

Kantor berfungsi untuk mengatur segala macam bentuk dari sebuah informasi dengan cara yang sistematis agar informasi tersebut dapat dimanfaatkan/digunakan oleh pihak yang membutuhkan secara maksimal. Sebagai contoh, laporan dari sebuah kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan dengan cara menyajikan informasi dengan jelas dan dapat dibaca dengan baik. Laporan tersebut dibuat oleh pihak yang menggunakan informasi atau data yang sudah diatur secara sistematis didalam kantor.

4. Memberi Informasi

Kantor berfungsi untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan. Apabila pihak manajemen meminta informasi, kantor memberikan informasi yang dibutuhkan berdasarkan data yang telah diterima, dihimpun, diatur dan disimpan. Sebagian informasi yang disajikan dapat bersifat rutin dan sebagian yang lain dapat bersifat khusus atau insidental. Informasi juga dapat diberikan secara lisan atau tertulis.



5. Melindungi Aset/Harta

Disamping yang fungsi yang lainnya, Kantor juga memiliki fungsi untuk melindungi aset atau harta. Segala macam bentuk informasi/data yang diterima oleh kantor adalah sebuah aset atau harta dari kantor tersebut. Kantor tidak akan berfungsi sepenuhnya jika dibatasi pada fungsi menerima, merekam, mengatur dan memberi informasi saja. Kantor juga harus dapat melindungi aset atau harta (informasi atau data), baik tepat penyimpanannya, maupun isi dari informasi atau data tersebut sehingga benar benar digunakan untuk kepentingan perusahaan dan informasi tidak jatuh kepada pihak pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.2.2 Tipe Kantor

A. Tipe Kantor berkamar (ruangan untuk bekerja yang dipisahkan atau dibagi dalam kamar-kamar kerja)

Kelebihan:

1. Konstentrasi kerja lebih baik.
2. Pekerjaan yang bersifat rahasia, dapat lebih terjamin.
3. Lebih terkesan kewibawaanya.
4. Kelengkapan alat-alat kantor lebih terjaga.
5. Tidak bising karena di ruangan tertutup.

Kekurangan:

1. Komunikasi antar pegawai kurang efektif dan terkesan individualis,
2. Biaya pengadaan ruangan relatif lebih besar karena ruangan perorangan,
3. Pengawasan jadi lebih sulit (kecuali jika ada cctv)

B. Tipe Kantor Terbuka (ruangan besar untuk bekerja yang ditempati oleh beberapa pegawai yang bekerja bersama-sama diruangan tersebut)



Kelebihan:

1. Komunikasi antar pegawai lebih efektif karena sering bertatap muka,
2. Mempermudah dalam hal pengawasan,
3. Biaya relatif lebih sedikit karena tidak membutuhkan banyak ruangan serta dapat berbagi alat-alat kerja antara pegawai,
4. Ruangan jadi lebih luas dan tidak pengap,
5. Bisa menambah keakraban serta pegawai.
6. Kebersamaan dan kekompakan pegawai bisa lebih terlihat.

Kekurangan:

1. Risiko timbulnya kegaduhan atau kebisingan pegawai lebih besar sehingga sangat dimungkinkan sekali tingkat konsentrasi pegawai jadi berkurang.
2. Jika ada pekerjaan yang bersifat rahasia kurang bisa terjaga.

C. Tipe kantor berpanorama (ruangan kerja dengan pemandangan alam terbuka).

Kelebihan:

1. Kantor jadi terlihat lebih segar karena pemandangan yang hijau.
2. Kepengapan kantor bisa diminimalisir dengan suplai oksigen dari udara sekitar.
3. Jika terjadi sesuatu (misalnya kebakaran), akses keluar jadi lebih cepat.
4. Tidak membutuhkan lampu dengan pencahayaan yang tinggi, karena sudah terbantu dengan cahaya diluar ruangan.

Kekurangan:

1. Keadaan cuaca ikut mempengaruhi kinerja. Misalnya saat hujan yang disertai petir, otomatis dapat mengurangi tingkat konsentrasi pegawai.
2. Biaya perawatan juga bertambah, karena tidak hanya di dalam ruangan saja tetapi juga dil luar ruangan.
3. Konsentrasi juga bisa berkurang jika ada sesuatu di luar ruangan.
4. Tipe kantor seperti ini juga masih jarang yang menggunakannya.

2.3 Macam-Macam Pola Sirkulasi

Sirkulasi adalah elemen yang sangat kuat dalam membentuk struktur lingkungan.



3 prinsip utama dalam pengaturan teknik sirkulasi :

- Jalan harus menjadi elemen ruang terbuka yang memiliki dampak visual yang positif.
- Jalan harus dapat memberikan orientasi kepada pengemudi dan membuat lingkungan menjadi jelas terbaca.
- Sektor publik harus terpadu dan saling bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama

2.3.1 Pola Linear

Pola linier adalah jalan yg lurus yg dapat menjadi unsur pembentuk utama deretan ruang. Tipe ruang ini biasanya menempatkan fungsi-fungsi yang ada dalam satu tata atur yang menyerupai sebuah garis lurus yang meneruskan fungsi dari ruang satu ke ruang yang lain sehingga terjadi interaksi tatap muka langsung antar keduanya.

Contoh : lorong sekolah dan rumah sakit

2.3.2 Pola Radial

Tipe Ruang radial merupakan perkembangan dari tipe ruang pertama hanya saja pada tipe ini punggung saling berhadapan sehingga muka mengarah keluar dan tidak ada akses masuk untuk kedalam.

Pada jenis tipe radial harus menentukan satu fungsi ruang yang akan dijadikan pusat perhatian penghuni, dan ruang-ruang yang memiliki fungsi lain akan selalu mengarah atau memusatkan pada ruang yang dijadikan pusat. Bisa disebut juga pusat/center dari ruang tersebut dimana langkah seseorang akan otomatis mengarah pada ruangan itu.

Contoh: Gym, stadion, arena olahraga,dll

2.3.3 Pola Spiral

Suatu pola sirkulasi ruang dengan cara berputar menjauhi titik pusat.Pola sirkulasi ini sangat berguna pada lahan yang mempunyai luas terbatas dan pada lahan yang mempunyai kontur tanah yang curam.Contoh : ram parkir di mal, jalan didaerah pegunungan dsb.

Contoh : Parkiran di mall



2.3.4 Pola Network

Suatu pola sirkulasi ruang melalui jaringan (penyatuan) dari beberapa ruang gerak untuk menghubungkan titik – titik terpadu dalam suatu ruang. Umumnya pola ini dipergunakan pada ruang – ruang gedung perkantoran dimaksudkan agar setiap orang bisa dengan mudah beraktivitas.

Contoh : Ruang perkantoran

2.3.5 Pola Campuran

Suatu pola sirkulasi ruang yang terdiri dari gabungan 4 pola (linier, Radial, Spiral dan Network) untuk menciptakan suatu pola yang berbeda menimbulkan kesan harmonisasi dari perpaduan 4 pola. Akan tetapi untuk menciptakannya amat sulit. Apabila tidak sesuai akan menimbulkan kesan membingungkan.

(Sumber: <https://hardi91.wordpress.com/2010/03/01/105/>)

2.4 Desain Futuristik-Green Dealer

2.4.1 Desain Futuristik

Futuristik adalah style desain yang mencerminkan symbol teknologi yang selalu berkembang ke masa depan. Desain ini memiliki karakteristik logam, dan kaca identik dengan warna putih, dan biasanya mengandung ide tentang sumber teknologi dan imajinasi.



Gambar 2.7 Contoh Desain Interior Bergaya Futuristik



Arsitektur yang di desain dengan bentuk yang aneh dan berorientasi masa depan dan juga tidak lazim. Bentuk desain yang arsitektur futuristik ini bisa berbentuk kotak, bulat, atau tidak beraturan sekali atau berbentuk seperti badan hewan. Beberapa desain futuristik dari arsitektur modern ini ada yang sebenarnya dalam proses sedang dibangun atau akan dibangun serta ada yang sudah berdiri tegak dan digunakan.

Futuristic merupakan trend fashion yang berarti trend masa depan. Namun trend fashion futuristic sudah menjadi suatu style yang baru dan memberikan pengaruh pada setiap rancangan yang ada. Saat ini fashion futuristic style diibaratkan seperti suatu yang lebih dari sebuah desain modern. Desain futuristic style dapat terjadi dengan adanya permainan pola pola geometris. Memainkan komposisi dari bentuk-bentuk geometri menjadi suatu komposisi yang dapat terlihat beda dari desain-desain saat ini. Futuristic mempunyai arti yang bersifat mengarah atau menuju ke masa depan.



Gambar 2.8 Contoh Desain Interior Bergaya Futuristik



Futuristic pada bangunan berarti mengesankan bahwa bangunan itu berorientasi ke masa depan atau bangunan itu selalu mengikuti perkembangan jaman yang

ditunjukkan melalui ekspresi bangunan.

Gaya interior futuristic, tidak harus tampil kaku, dingin dengan garis-garis lurus dan tegas. Gaya ini juga dapat pula menerapkan dasar rancangan melalui bentuk geometris, seperti bentuk lengkung, lingkaran dan bentuk lainnya yang asimetris serta desain yang unik, simple dan berorientasi pada masa depan. Bentuk seperti ini akhirnya menjadi bagian dalam desain futuristic. Fleksibilitas dan kapabilitas bangunan adalah salah satu aspek futuristik, Fleksibilitas dan kapabilitas sendiri adalah kemampuan bangunan untuk melayani dan mengikuti perkembangan tuntutan dan persyaratan pada interior itu sendiri.

Futuristic mempunyai arti yang bersifat mengarah atau menuju masa depan. Citra futuristik pada bangunan berarti citra yang mengesankan bahwa bangunan itu berorientasi ke masa depan atau citra bahwa bangunan itu selalu mengikuti perkembangan jaman yang ditunjukkan melalui ekspresi bangunan. Fleksibilitas dan kapabilitas bangunan adalah salah satu aspek futuristic bangunan. (*sumber: <http://arsigraf.blogspot.co.id/2015/10/langgam-arsitektur-modern-futuristik.html>*)

Dengan melihat pengertian futuristic yang ada, maka diambil kesimpulan pedoman dalam perencanaan berdasarkan ungkapan futuristik, yaitu :

- Mempunyai konsep masa depan terutama sesuai dengan paradigma perkembangan arsitektur. Bentuk yang didapat bukan bentuk-bentuk tertentu saja, tetapi bentuk bebas yang dekonstruksi.
- Memanfaatkan kemajuan di era teknologi melalui struktur dan konstruksi menggunakan struktur yang dekonstruksi.
- Memakai bahan-bahan pre-fabrikasi dan bahan-bahan baru, seperti kaca baja aluminium, dll
- Memunculkan bentuk-bentuk baru dari arsitektur yang analog dengan musim, maksudnya adalah bentuk yang tidak bisa diduga sebelumnya, dinamis sebagai konsekuensi dari perubahan.



sumber:(<http://thebatabatastudiodesain.blogspot.co.id/2009/07/arsitektur-futuristik.html>)

Implementasi pembentuk ruang :

1. Dinding

Konsep dinding menggunakan beberapa pengolahan ;

Pengolahan pertama, dinding menggunakan plester semen lalu dilakukan proses finishing dengan menggunakan wall paint dengan warna dan jenis yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Pengolahan yang kedua, yaitu dinding menggunakan treatment berbahan acrylic yang juga berfungsi sebagai pencahayaan ruang. Dan gypsum board yang di finishing dengan hpl berwarna putih dan juga adanya aplikasi lampu electroluminescent wire pada dinding.



Penggunaan dinding akrilik pada ruang

Gambar 2.9 Penggunaan Dinding Akrilik



Penggunaan lampu electroluminescent wire

Gambar 2.10 Penggunaan lampu electroluminescent wire



2. Furniture

Yang digunakan pada proyek ini mengacu pada konsep futuristic yang sudah dipilih, tidak harus tampil kaku, dingin dengan garis-garis lurus dan tegas. Gaya ini juga dapat pula menerapkan dasar rancangan melalui bentuk geometris, seperti bentuk lengkung, lingkaran dan bentuk lainnya yang asimetris serta desain yang simple dan berorientasi pada masa depan.

Interior yang futuristik merupakan sebuah gaya yang berani, yang ditunjukkan dari elemen elemen pembentuk ruangnya. karena desain futuristik ini memiliki kiblat ke arah masa depan, maka desain desainnya memang harus di desain sedinamis dan seaneh mungkin agar menciptakan suatu kesan yang baru dan membuat penikmatnya menjadi tidak bosan.



Gambar 2.11 Contoh Furniture Bergaya Futuristik

Sumber: (<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-desain-interior-futuristik/>)

2.4.2 Green Design

Green design atau eco design adalah sebuah gerakan berkelanjutan yang mencita-citakan terciptanya perancangan dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan pemakaian material yang ramah lingkungan serta penggunaan energi dan sumber daya yang efektif dan efisien.

Beberapa tahun belakangan ini, orang-orang mulai mengusung tema Eco Design dalam perancangan bangunan ataupun perumahan. Hal ini dikarenakan



efek Global warming yang semakin parah dan sangat berdampak bagi kelangsungan hidup manusia. Pembangunan yang terus berjalan juga berdampak negatif bagi lingkungan, karena dalam proses pembangunan, energi dan material yang digunakan habis dalam jumlah besar. Hal ini sangat berbahaya dan dapat berdampak negatif bagi generasi-generasi yang akan datang.



Vegetasi alami dalam ruangan

Gambar 2.12 Contoh Penggunaan Tanaman Alami dalam Ruangan

Pembangunan yang semakin pesat karena jumlah penduduk yang semakin bertambah banyak memberikan pengaruh besar terhadap keseimbangan ekosistem lingkungan yang ditandai dengan berkurangnya area hijau. Karena itulah diperlukannya gerakan sustainable design, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu secara terus menerus agar sumber daya yang ada selalu tersedia dan diusahakan untuk tidak rusak atau habis. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan bagaimana cara memelihara dan meningkatkan kualitas hidup manusia dengan memiliki kemampuan untuk menjaga ekosistem.

Dapat dikatakan bahwa saat ini, sangatlah diperlukan sebuah desain yang sustainable, yaitu desain yang memiliki kemampuan untuk menjalankan fungsinya secara terus menerus, meningkatkan taraf hidup pemakainya dan environmental friendly. Environmental friendly berarti tidak mengganggu ekosistem, dapat didaur ulang.



Jika ingin mengaplikasikan ecodesign banyak hal yang harus diperhatikan :

- Desain rancang bangunan memerhatikan banyak bukaan untuk memaksimalkan sirkulasi udara dan cahaya alami. Sedikit mungkin menggunakan penerangan lampu dan pengondisi udara pada siang hari.
- Lahan yang cukup untuk sumur resapan. Ruang hijau, alias taman yang mensuplai kebutuhan udara bersih
- Instalasi pembuangan air kotor dan sampah yang dapat didaur ulang.
- Pemanfaatan bahan desain bangunan yang tidak boros, dan lainnya.



Memaksimalkan cahaya alami dengan penggunaan dinding kaca

Gambar 2.13 Penggunaan Kaca untuk Memaksimalkan Cahaya Alami

Bahan bangunan ramah lingkungan saat ini sangat dibutuhkan untuk menjaga generasi masa depan yang mempunyai tujuan mengurangi konsumsi energi agar terciptanya bumi yang nyaman. Penggunaan bahan bakar fosil yang tidak terkendali dalam menempatkan pasokan energi membuat polusi udara, emisi gas rumah hijau semakin meningkat dan juga kualitas hidup menjadi beresiko.

Material ramah lingkungan memiliki kriteria sebagai berikut:

- Tidak beracun, sebelum maupun sesudah digunakan
- Dalam proses pembuatannya tidak memproduksi zat-zat berbahaya bagi lingkungan



- Dapat menghubungkan kita dengan alam, dalam arti kita makin dekat dengan alam karena kesan alami dari material tersebut (misalnya bata mengingatkan kita pada tanah, kayu pada pepohonan)
- Bisa didapatkan dengan mudah dan dekat (tidak memerlukan ongkos atau proses memindahkan yang besar, karena menghemat energi BBM untuk memindahkan material tersebut ke lokasi pembangunan)
- Bahan material yang dapat terurai dengan mudah secara alami
- Dan sebagainya

Sumber: (<http://inggridlim12.blogspot.co.id/2013/02/eco-green-green-design.html>)

Beberapa prinsip yang harus diperhatikan jika ingin membangun desain bangunan yang eco-green adalah :

1. Conserving energy (hemat energi) :

Mengoperasikan bangunan secara ideal yaitu dengan menggunakan sumber energi yang langka dan membutuhkan waktu yang lama untuk menghasilkan kembali se-sedikit mungkin. Seperti : meminimkan penggunaan pencahayaan buatan dengan memaksimalkan pencahayaan alami dari sinar matahari dengan banyak bukaan pada bangunan. Dan mengurangi penggunaan penyejuk ruangan dengan memaksimalkan fungsi bukaan pada bangunan, dll.

2. Working with climate (memanfaatkan kondisi iklim dan alam lingkungan) :

Melalui pendekatan green design, bangunan beradaptasi dengan lingkungan. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan kondisi alam, iklim, dan lingkungan sekitar ke dalam bentuk serta pengoperasian bangunan.

Misalnya dengan cara :

- Orientasi bangunan terhadap sinar matahari
- Menggunakan jendela dan atap yang dapat dibuka-tutup untuk mendapatkan cahaya dan pengudaraan sesuai kebutuhan.



3. Respect for site (menanggapi tapak bangunan) :

Perencanaan mengacu pada interaksi antara bangunan dan tapaknya. Hal ini dimaksudkan keberadaan bangunan baik dari segi konstruksi, bentuk dan pengoperasiannya tidak merusak lingkungan sekitar, dengan cara :

- Desain bangunan dengan menggunakan tapak yang lama atau yang sudah ada.
- Menggunakan material yang tidak merusak lingkungan.
- Luas bangunan < luas lahan, hal ini dimaksud agar terdapat ruang terbuka hijau pada bangunan.

4. Respect for user (menanggapi pengguna bangunan) :

Pemakai dan green design mempunyai keterkaitan yang sangat erat. Kebutuhan akan arsitektur hijau harus memperhatikan kondisi pemakai yang didirikan di dalam perencanaan dan pengoperasiannya.

5. Limiting new resources (meminimalkan penggunaan sumber daya baru) :

Suatu bangunan seharusnya dirancang dengan mengoptimalkan material yang sudah ada (lama) dan meminimalkan penggunaan material baru.

Selain prinsip-prinsip mengenai eco-green design, terdapat konsep-konsep yang juga perlu dijadikan pertimbangan rancangan pembangunan, diantaranya:

1. Site Planning dan kulit bangunan :

Site planning (orientasi bangunan) berkaitan dengan pemilihan lokasi. Jika lahan menghadap ke barat, desain bangunan dapat direkayasa. Salah satunya dengan menerapkan second skin. Atau, jika ingin tampak depan bangunan minim bukaan karena menghadap ke arah barat, kulit bangunan atau dinding bangunan harus lebih tebal untuk mengurangi panas yang masuk. Atau, jika terdapat bukaan, dapat dibuat shading atau overstep atap, atau screen dengan roster atau tanaman di depannya.



2. Penghematan energi :

Ini juga berkaitan dengan kulit bangunan. Bangunan yang efisien tentu akan menggunakan energi yang lebih kecil. Bangunan dengan banyak bukaan akan lebih hemat energi daripada bangunan dengan penggunaan pendingin ruangan.

3. Konservasi air :

Lahan yang ada tidak seluruhnya digunakan sebagai "full" bangunan, akan lebih baik jika ada area atau daerah resapan air.

4. Kondisi udara dalam ruangan :

Ini berkaitan dengan masalah pencahayaan dan penghawaan. Pertimbangan penggunaan bukaan pada bangunan secara efisien yang difungsikan sebagai tempat masuknya sinar matahari sebagai pencahayaan alami dan udara.

5. Penggunaan material :

Gunakan material yang ramah lingkungan. Contoh, jangan menggunakan cat dengan pelarut yang mengandung VOC (volatile organic compound) karena berbahaya. Lebih baik menggunakan cat dengan pelarut water-based yang ramah lingkungan. Untuk renovasi, gunakan material dari bangunan lama yang kondisinya masih bagus.

6. Manajemen :

Memikirkan perencanaan rancangan bangunan sebaik mungkin agar menghindari terjadinya pembangunan ruangan-ruangan yang tidak terpakai secara efisien.

(sumber: <http://jonwesleyp.blogspot.co.id/2013/02/eco-green-design.html>)

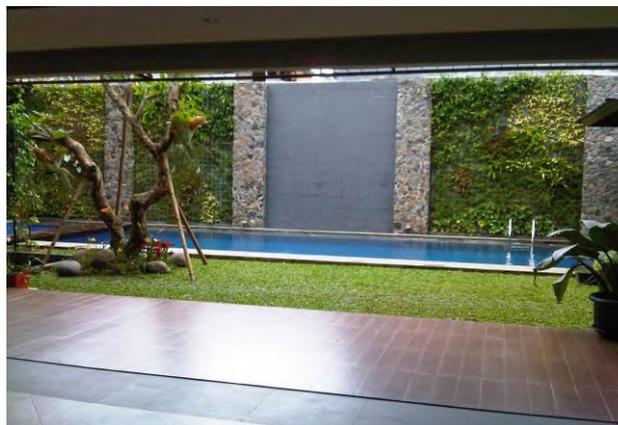
2.4.2.1 Vertical Garden

Salah satu alternatif untuk menghadirkan sebuah taman di rumah adalah dengan membuat vertical garden. Vertical garden ini tidak memakan tempat karena bentuknya yang memanjang ke atas. Untuk menumbuhkan tanaman pada vertical garden biasanya menggunakan metode hidroponik,



yakni bertanam tanpa menggunakan tanah. Peranan tanah sebagai penopang akar, pendistribusi pupuk, dan persediaan air digantikan oleh media lain, bisa berupa media substrat seperti rock wool, pecahan batu apung, jelly, arang sekam, serbuk kelapa, cacahan pakis, dan aneka bahan organik serta anorganik lainnya.

Kelebihan taman vertikal adalah penggunaan lahan yang jelas jauh lebih sedikit dari taman yang biasa kita temui, yaitu taman yang konvensional dimana seluruh tanaman ditanam ditanah yang horizontal. Selain penggunaan lahan yang sangat sedikit dapat diletakkan atau dibangun dimana saja, baik sebagai taman di luar rumah atau taman di dalam ruangan (indoor dan outdoor). Tanaman yang digunakan merupakan tanaman yang mudah ditemui, merupakan tanaman yang umum dan mudah dikembangkan sehingga suplai tanaman tidak perlu dikhawatirkan. Tanaman yang dipilih biasanya tanaman yang disesuaikan dengan vertical garden yang akan dibuat apakah penempatannya di dalam ruangan atau penempatannya di luar ruangan.



Gambar 2.14 Contoh Pemanfaatan Vertical Garden



Pemeliharaan sangat mudah, umumnya dilengkapi dengan sistem pengairan otomatis sehingga penyiraman tanaman dilakukan secara otomatis, selama sumber air untuk pompa tersedia dengan baik. Pemupukan biasanya dilakukan pada saat melakukan penyiraman. Taman vertikal juga menjadi sumber udara bersih untuk lingkungan sekitarnya dengan memberikan suplai oksigen yang dihasilkan dari daun-daun dari tanaman yang ditanam di vertical garden tersebut.

Vertical Garden akan mengubah lingkungan sekitarnya, bila diletakkan di dalam ruangan, akan memberikan nilai tambah pada ruangan tersebut, serta menambah nilai estetika lingkungan sekitarnya. Desain yang menarik sangat penting sebagai nilai tambah bagi vertical garden tersebut, dengan desain yang unik tentunya akan sangat memanjakan setiap orang yang melihatnya, sehingga taman vertikal atau taman tegak tersebut benar-benar menjadi sesuatu yang membanggakan bagi pemiliknya, sehingga dapat disimpulkan bahwa vertical garden:

1. Solusi bagi orang yang ingin memiliki taman tapi terkendala lahan yang terbatas.
2. Dapat dibangun dimana saja, baik indoor maupun outdoor.
3. Mudah pemeliharaannya.
4. Menghasilkan oksigen dan membantu kesegaran udara di sekitarnya.
5. Menambah nilai estetika lingkungan rumah, kantor, mal atau gedung dan bangunan lainnya.
6. dan lain sebagainya.

Dengan banyaknya keuntungan yang diperoleh serta kemudahan dalam perawatan dan banyaknya nilai tambah yang diberikan sudah selayaknya vertical garden dijadikan suatu kebutuhan sebagai bagian dari rumah, kantor, gedung, mall atau lingkungan sekitar kita.

(sumber: <http://tamanvertikalindonesia.co.id/vertical-garden/>)



Sistem pengairan vertical garden ada 2 yaitu, system pengairan kantong, dan sistem pengairan tetes.

1. Sistem Kantong

Sistem kantong pada vertical garden biasanya memakai material geotextile atau glasswool. Bentuknya yang mirip dengan karpet bisa dibuat berkantong-kantong menyerupai kantong baju dengan jarak 12 cm hingga 20 cm.

Material geotextile mempunyai warna yang terang dan permukaan seratnya nampak lebih rapi. Material yang satu ini memiliki beberapa kelebihan, di antaranya adalah mampu menahan tanaman dan bersifat tembus air. Hal ini akan membuat air mudah turun untuk menyirami tanaman yang berada di bawahnya saat dilakukan penyiraman.



Buatlah beberapa kotak dengan ukuran yang sama

Gambar 2.15 Penggunaan Geotextile sebagai Media Tanam



Gambar 2.16 Pemasangan Tanaman Vertical Garden pada Dinding



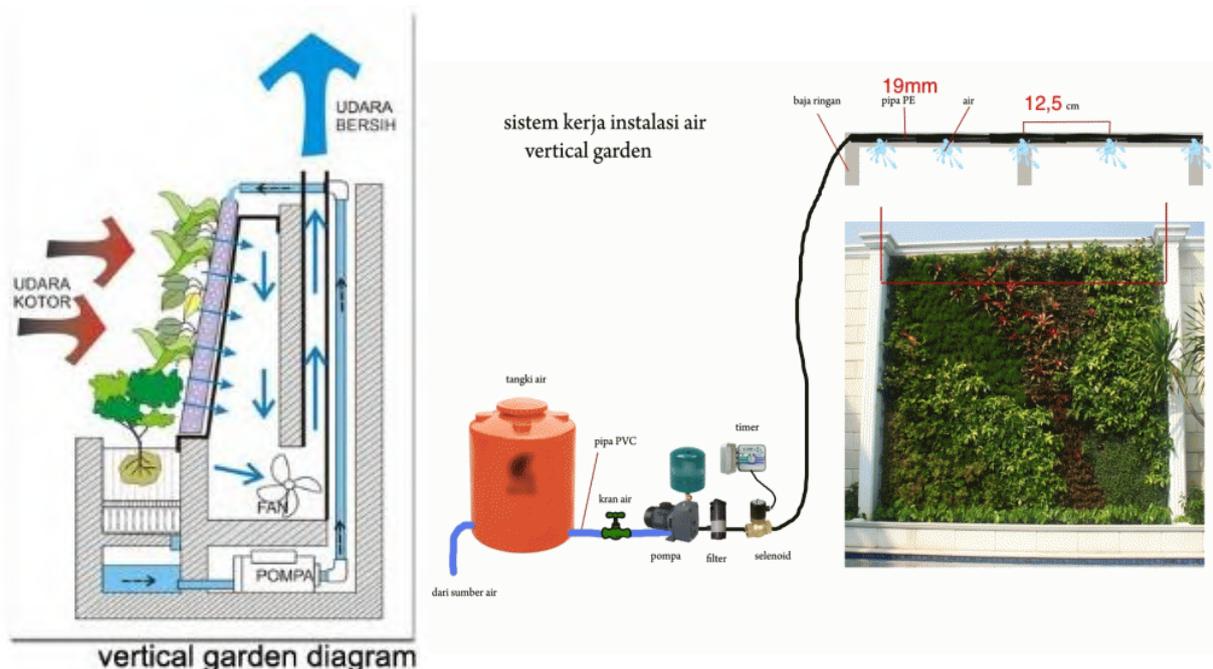
Tanaman tidak langsung dimasukkan ke dalam kantung taman vertikal setelah dibalut dengan material rockwool. Namun, tanaman membutuhkan waktu untuk menumbuhkan akar-akarnya. Oleh karena itu, tanaman didiamkan terlebih dahulu di dalam ruang karantina selama 2 minggu untuk menumbuhkan akar-akarnya. Setelah itu, tanaman akan memasuki tahap adaptasi dengan cuaca luar. Jika tanaman mampu beradaptasi dengan beragam cuaca, maka tanaman sudah siap untuk diaplikasikan di vertical garden.

2. Drip Irigasi

Sistem drip atau biasa disebut sistem irigasi tetes adalah salah satu sistem hidroponik yang menggunakan teknik yang menghemat air dan pupuk dengan meneteskan larutan secara perlahan langsung pada akar tanaman. Sistem drip pada hidroponik dapat juga disebut Fertigasi karena pengairan dan pemberian nutrisi dilakukan secara bersamaan. Sistem drip / fertigasi adalah sistem hidroponik yang paling sering digunakan di dunia, mulai dari hobi hingga skala komersil. Karena biaya pembuatannya murah dan teknik pembuatannya mudah dibanding sistem hidroponik yang lain.

Biaya pengoperasiannya pun lebih murah, karena untuk pengirigasian listrik tidak perlu dinyalakan terus menerus dan dapat mengandalkan timer untuk mengatur frekuensi dan volume pemberian larutan nutrisi pada tanaman. Hidroponik sistem drip fertigasi dapat dengan mudah dibuat dengan banyak cara, mulai dari skala hobi rumahan hingga skala komersil. Selain itu sistem dapat dengan mudah dibongkar pasang dan diekspansi tanpa banyak merubah jaringan yang sudah ada

Sistem drip lebih cocok untuk orang yang sudah punya pengalaman berkebun hidroponik karena manajemen sistem drip memerlukan skill khusus dalam mengatur frekuensi dan volume irigasi pada tanaman



Gambar 2.17 Sistem Kerja Drip Irigasi

(sumber:<http://taman-berkebun.blogspot.com/2015/09/hidroponik-sistem-drip-fertigasi.html>)

2.5 Sistem Keamanan

2.5.1 Kebakaran

Sistem pemadam kebakaran atau sistem fire fighting disediakan di gedung sebagai preventif (pencegah) terjadinya kebakaran. Sistem ini terdiri dari sistem sprinkler, sistem hidran dan Fire Extinguisher. Dan pada tempat-tempat tertentu digunakan juga sistem fire gas. Tetapi pada umumnya sistem yang digunakan terdiri dari: sistem sprinkler, hidran dan fire extinguisher.

1. Fire Fighting Sistem Sprinkler

Sistem ini menggunakan instalasi pipa sprinkler bertekanan dan head sprinkler sebagai alat utama untuk memadamkan kebakaran.

Sistem ada 2 macam, yaitu:

- Wet Riser System: Seluruh instalasi pipa sprinkler berisikan air bertekanan dengan tekanan air selalu dijaga pada tekanan yang relatif tetap.



b. Dry riser system : Seluruh instalasi pipa sprinkler tidak berisi air bertekanan, peralatan penyedia air akan mengalirkan air secara otomatis jika instalasi fire alar memerintahkannya.

Pada umumnya gedung bertingkat tinggi menggunakan sistem wet riser, seluruh pipa sprinkler berisikan air bertekanan, dengan tekanan air selalu dijaga pada tekanan yang relatif tetap.

Apabila tekanan dalam pompa menurun, maka secara otomatis jockey pump akan bekerja untuk menstabilkan tekanan air didalam pipa. Jika tekanan terus menurun atau ada glass bulb head sprinkler yang pecah maka pompa elektrik akan bekerja dan secara otomatis pompa jockey akan berhenti. Dan apabila pompa elektrik gagal bekerja setelah 10 detik, maka pompa cadangan diesel secara otomatis akan bekerja.

2. Fire Fighting Sistem Hydran

Sistem ini menggunakan instalasi hydran sebagai alat utama pemadam kebakaran, yang terdiri dari box hydran dan accesories, pilar hydran dan siemese. Box Hydran dan accesories instalasinya (selang (hose), nozzle) (atau disebut juga dengan Fire House cabinet (FHC)) biasanya ditempatkan dalam gedung, sebagai antisipasi jika sistem sprinkler dan sistem fire extinguisher kewalahan mengatasi kebakaran di dalam gedung. Sedang Pilar hydran (yang dilengkapi juga dengan box hydran disampingnya, untuk menyimpan selang (hose) dan nozzle) biasanya ditempatkan di area luar (jalan) disekitar gedung, digunakan jika sistem kebakaran di dalam gedung tidak memadai lagi. Dan Siemese berfungsi untuk mengisi air ground tank (sumber air hydran) tidak memadai lagi atau habis. Siemese ditempatkan di dekat di dekat jalan utama. Hal ini untuk memudahkan dalam pengisian air.

System Hydran ini juga terdiri dari 2 system, yaitu:

- a. wet riser system: Seluruh instalasi pipa hydran berisikan air bertekanan dengan tekanan yang selalu dijaga pada tekanan yang relatif tetap.
- b. Dry Riser System: seluruh instalasi pipa hydran tidak berisikan air bertekanan, peralatan penyedia air akan secara otomatis jika katup selang kebakaran di buka.



Seperti halnya sistem sprinkler, jika ada tekanan dalam pipa instalasi menurun, maka pompa jockey akan bekerja. Dan jika instalasi hidran dibuka maka secara otomatis pompa elektrik akan bekerja, dan jockey pump secara otomatis akan berhenti. Dan jika pompa elektrik gagal bekerja secara otomatis, maka pompa diesel akan bekerja.

3. *Fire Fighting fire Extinguisher*

Fire extinguisher atau lebih dikenal dengan nama APAR (Alat Pemadam Api Ringan) merupakan alat pemadam api yang pemakaiannya dilakukan secara manual dan langsung diarahkan pada posisi dimana api berada. Apar biasanya ditempatkan di tempat-tempat strategis yang disesuaikan dengan peraturan Dinas Pemadam Kebakaran.

Sumber: (<http://aloekmantara.blogspot.co.id/2012/09/sistem-pemadam-kebakaran-fire-fighting.html>)

2.5.2 Sistem Keamanan Gedung

Sistem keamanan pada gedung merupakan standarisasi yang harus diterapkan sebagai fasilitas keamanan dan kenyamanan pemakai gedung. Kebutuhan keamanan bisa dipenuhi salah satunya dengan menggunakan Visitor Management System (VMS), Access Control dan CCTV dengan sistem keamanan yang terintegrasi tersebut sangat membantu meminimalisir sebuah masalah sistem keamanan dalam gedung/ruangan dari bahaya adanya orang lain yang masuk tanpa seizin pemilik. Data secara otomatis akan tercatat dalam database dan tidak bisa dihapus oleh sembarang orang. Dengan alat yang sudah dirancang dan diimplementasikan ini tentunya sangat membantu dalam hal meningkatkan keamanan pada gedung dengan konsep real time. Berikut sistem yang dapat dijadikan dalam satu sistem.

1. *Visitor Management System*

Visitor Management System adalah sebuah sistem yang dipergunakan untuk melakukan manajemen tamu atau pengunjung, yang biasanya diterapkan pada high rise building, perkantoran, instansi umum atau pemerintahan yang fungsi utamanya



adalah untuk mengurangi resiko yang tidak diinginkan, baik berupa unsur kriminal, terorisme, dan tindakan yang bersifat negatif lainnya.

Visitor Management System merupakan sebuah cara terbaik untuk saat ini untuk mencegah sesuatu yang tidak diinginkan, yang ditempatkan pada porsi membantu system keamanan dan pengamanan sebuah instansi yang sudah ada sebelumnya, tetapi tidak untuk menggantikan yang sudah ada.

Bentuk Visitor Management System ini, sangat fleksibel untuk disesuaikan dengan situasi dan kondisi dengan instansi anda, mulai dengan hanya system tunggal mandiri, sampai dengan system yang amat luas dan diintegrasikan dengan kemajuan teknologi saat ini, baik berupa internet atau intranet, face recognition, biometrics, dan lain sebagainya.

2. *Access Control*

Sebuah sistem keamanan Access Control memungkinkan pemilik bangunan dan property untuk melakukan lebih dari sekedar mengontrol masuk ke daerah yang diproteksi. Sistem ini juga dapat membuat catatan history atau informasi secara elektronik mengenai siapa saja yang masuk ke dalam ruangan yang sudah diproteksi. Dengan adanya catatan informasi tersebut membantu pemilik usaha mengidentifikasi siapa saja yang masuk ke ruangan pada waktu-waktu tertentu.

3. *CCTV (Closed Circuit Television)*

CCTV (Closed Circuit Television) adalah penggunaan kamera video untuk mentransmisikan signal video ke tempat spesifik, dalam beberapa set monitor. Berbeda dengan siaran televisi, sinyal CCTV tidak secara terbuka ditransmisikan. CCTV paling banyak digunakan untuk pengawasan pada area yang memerlukan monitoring seperti bank, gudang, tempat umum, dan rumah yang ditinggal pemiliknya.

Sistem CCTV biasanya terdiri dari komunikasi fixed (dedicated) antara kamera dan monitor. Teknologi CCTV modern terdiri dari sistem terkoneksi dengan kamera yang bisa digerakkan (diputar, ditekuk, dan di-zoom) , dapat dioperasikan jarak jauh lewat ruang kontrol, dan dapat dihubungkan dengan suatu jaringan baik LAN, Wireless-



LAN maupun Internet. (Sumber: <http://ibnur95.blogspot.co.id/2015/03/makalah-utilitas-sistem-keamanan-gedung.html>)

2.6 Warna

2.6.1 Psikologis Warna

Orang menyebut dengan istilah psikologi warna untuk meng-artikulasi persepsi manusia terhadap warna yang terlihat oleh mata. Setiap warna akan memberikan kesan dan kemudian dipersepsikan secara unik oleh pikiran orang yang sedang melihatnya.

3. *Warna Merah*

Warna merah memberi arti gairah dan memberi energy dan menyerukan terlaksananya suatu tindakan.

Dalam psikologi warna merah merupakan simbol dari energi, gairah, action, kekuatan dan kegembiraan. Dominasi warna merah mampu merangsang indra fisik seperti meningkatkan nafsu makan dan gairah seksual. Negatifnya warna merah identik dengan kekerasan dan kecemasan. Untuk menjaga keseimbangannya warna merah baik jika dipadukan dengan warna biru muda.

4. *Warna Oranye*

Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat. Warna ini merupakan symbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye sebagai peleburan dari warna merah dan kuning, sama-sama memberi efek yang kuat dan hangat. Namun sekedar catatan bahwa warna oranye juga dapat memberi kesan murah jika digunakan terlalu dominan, karena warna ini memberi kesan mudah untuk dijangkau. Warna yang baik untuk dipasangkan dengan warna oranye diantaranya adalah warna ungu atau biru karena akan memberi kesan unik dan berkelas.



3. *Warna Kuning*

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria.

Dari sisi psikologi keberadaan warna kuning dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental. Warna kuning sangat baik digunakan untuk membantu penalaran secara logis dan analitis sehingga individu penyuka warna kuning cenderung lebih bijaksana dan cerdas dari sisi akademis, mereka lebih kreatif dan pandai menciptakan ide yang original.

Namun negatifnya mereka juga orang yang mudah cemas, gelisah dan sering dikuasai ketakutan, terlebih dalam menghadapi orang yang juga sedang merasa tertekan ataupun stress mereka cenderung menjadi terlalu kritis dan menghakimi.

4. *Warna Biru*

Warna biru umumnya memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi insomnia, kecemasan, tekanan darah tinggi dan migraine. Didalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna corporate karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan biru sebagai warna utamanya. Hal ini dikarenakan warna biru mampu memberi kesan profesional dan kepercayaan. Yakini bahwa warna biru dapat merangsang kemampuan berkomunikasi, ekspresi artistic dan juga sebagai symbol kekuatan. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna biru tua mampu merangsang pemikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran dan meningkatkan konsentrasi.

5. *Warna Hijau*

Warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana tenang dan santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hal ini diyakini sebagai efek rileksasi dan



menenangkan yang terkandung dalam warna ini. Didalam bidang design warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar dan membunsi terlebih jika dikombinasikan dengan warna coklat gelap.

6. Warna Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap dan menakutkan namun juga elegan. Karena itu elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik .

7. Warna Putih

Salah satu kelebihan warna putih adalah kemampuannya untuk membantu mengurangi rasa nyeri. Ini dikarenakan warna putih memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Kekurangan warna putih adalah dapat memberi rasa sakit kepala dan mata lelah jika warna ini terlalu mendominasi. Bagi pekerja kesehatan warna putih memberi kesan steril. Putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun memberi arti yang suci dan bersih. Untuk design yang minimalis penggunaan warna putih dapat menjadi pilihan yang tepat.

8. Warna Cokelat

Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Kelebihan lainnya adalah warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan. Design logo yang tepat untuk warna coklat adalah usaha seperti firma hukum.

Sumber: (<https://erbinabaro.es.wordpress.com/2013/06/24/arti-warna-dalam-ilmu-psikologi-lalu-apa-warna-kepribadianmu/>)



2.6.2 Warna Futuristik

Pengaplikasian warna pada elemen pembentuk ruang interior menggunakan warna warna netral sebagai analogi dari dunia teknologi, selain itu penggunaan warna – warna ini sama seperti sifat dari fashion itu sendiri yaitu selalu berkembang dan berubah – ubah. aplikasi warna putih dengan aplikasi warna dengan intensitas penuh sebagai aksent ruang.

Penggunaan warna putih sebagai warna dasar dari konsep warna bertujuan untuk membuat sebuah objek menjadi lebih cerah, lapang dan luas. warna putih merupakan warna netral yang cocok diaplikasikan dengan warna apapun.

Interior yang futuristik merupakan sebuah gaya yang berani, yang ditunjukkan dari elemen elemen pembentuk ruangnya. karena desain futuristik ini memiliki kiblat ke arah masa depan, maka desain desainnya memang harus di desain sedinamis dan seaneh mungkin agar menciptakan suatu kesan yang baru dan membuat penikmatnya menjadi tidak bosan. Interior futuristik juga sangat mudah dikenali terutama dari segi:

- Materialnya yaitu: kaca, stainless steel, clear glass, finishing kayu duco, finishing kayu laquer
- Warnanya yang lebih netral dan tidak mencolok
- Furniturnya yang sangat futuristik dan dinamis

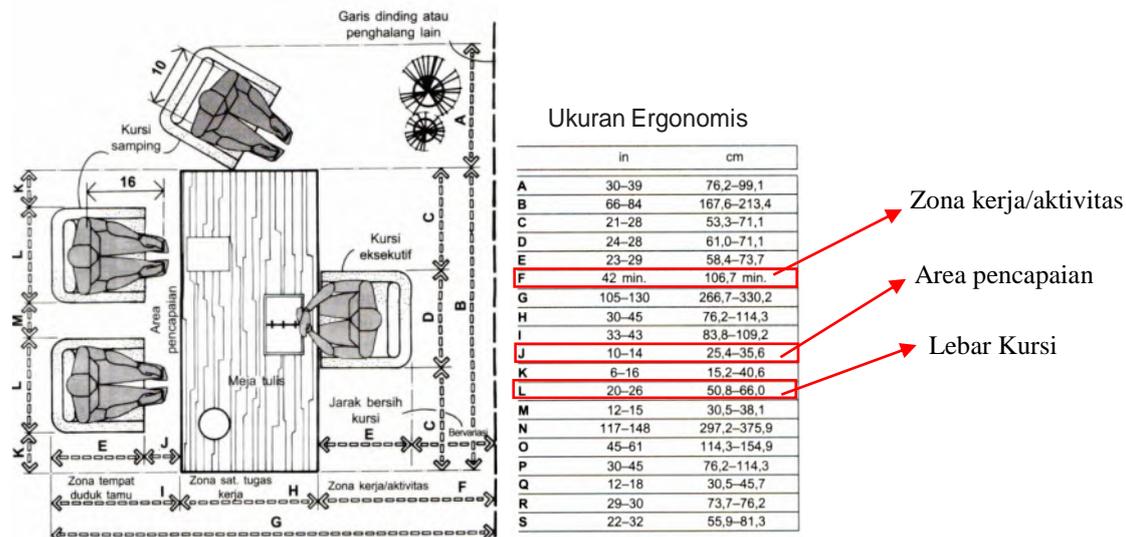
Sumber: (<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-desain-interior-futuristik/>)



2.7 Anthropometri & Ergonomi

2.7.1 Meja Kepala Bagian

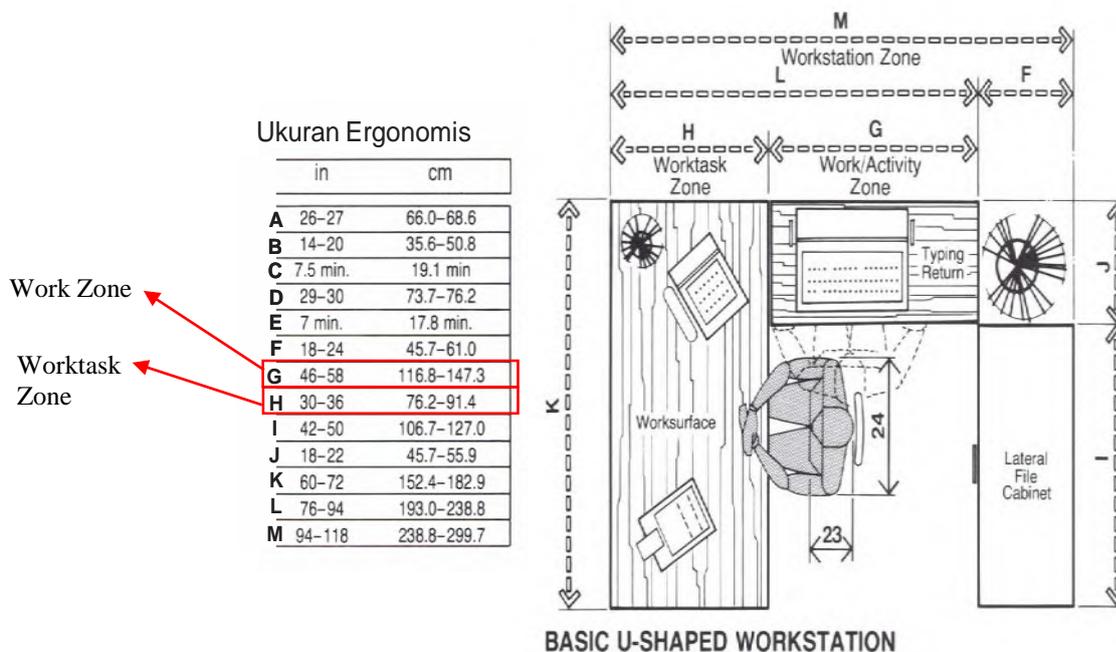
Meja Kepala Bagian



Gambar 2.18 Data Anthropometri dan Ergonomi meja kepala bagian

2.7.2 Workstation Kantor

Workstation Kantor

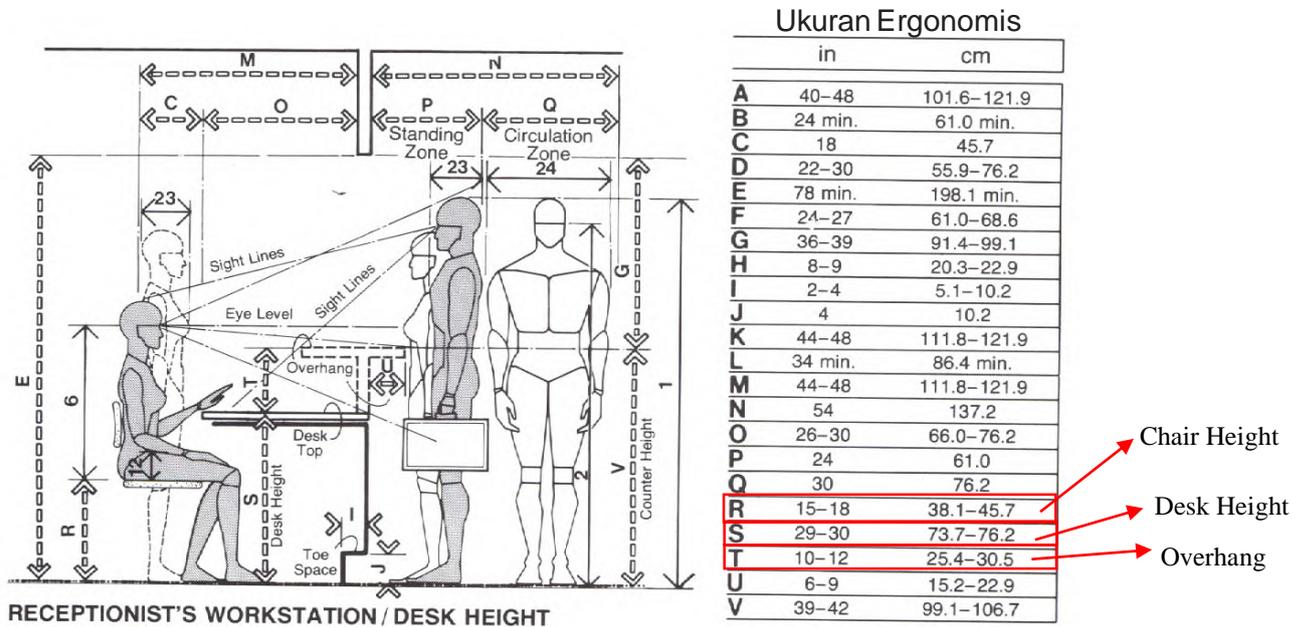


Gambar 2.19 Data Anthropometri dan Ergonomi Workstation Kantor



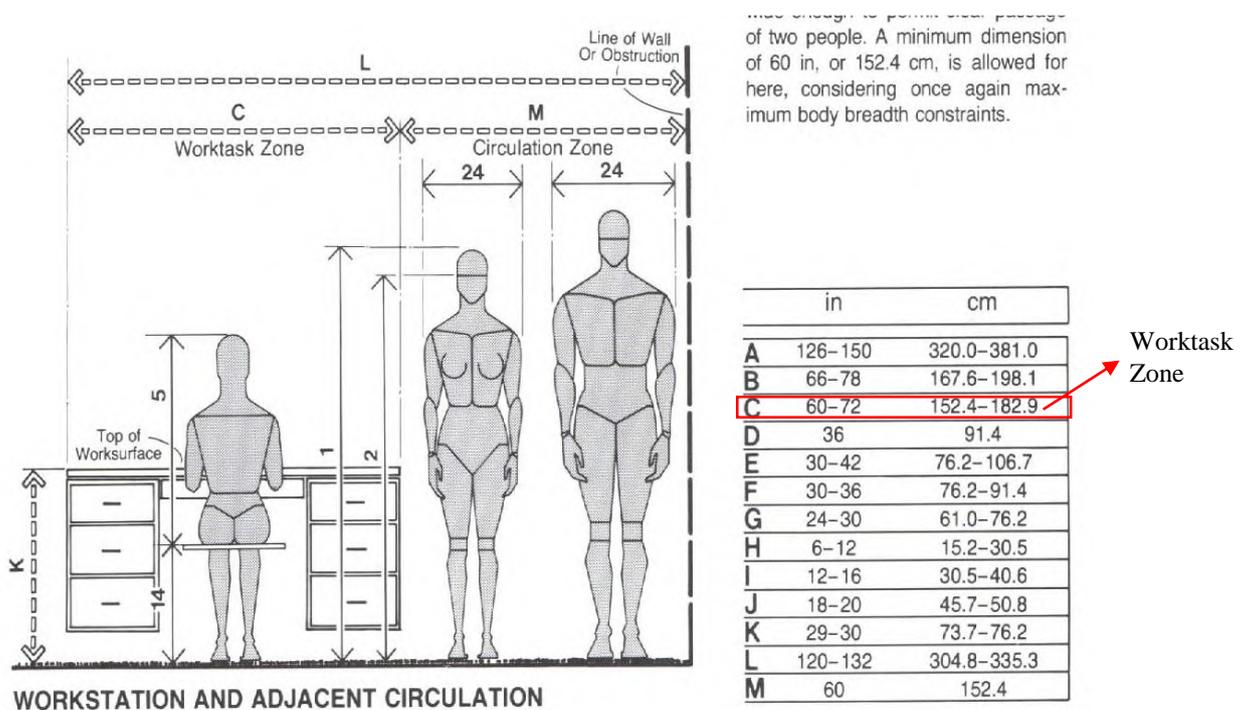
2.7.3 Workstation Resepsionis

Workstation Receptionis



Gambar 2.20 Data Anthropometri dan Ergonomi Workstation Resepsionis

2.7.4 Sirkulasi Sekitar Workstation

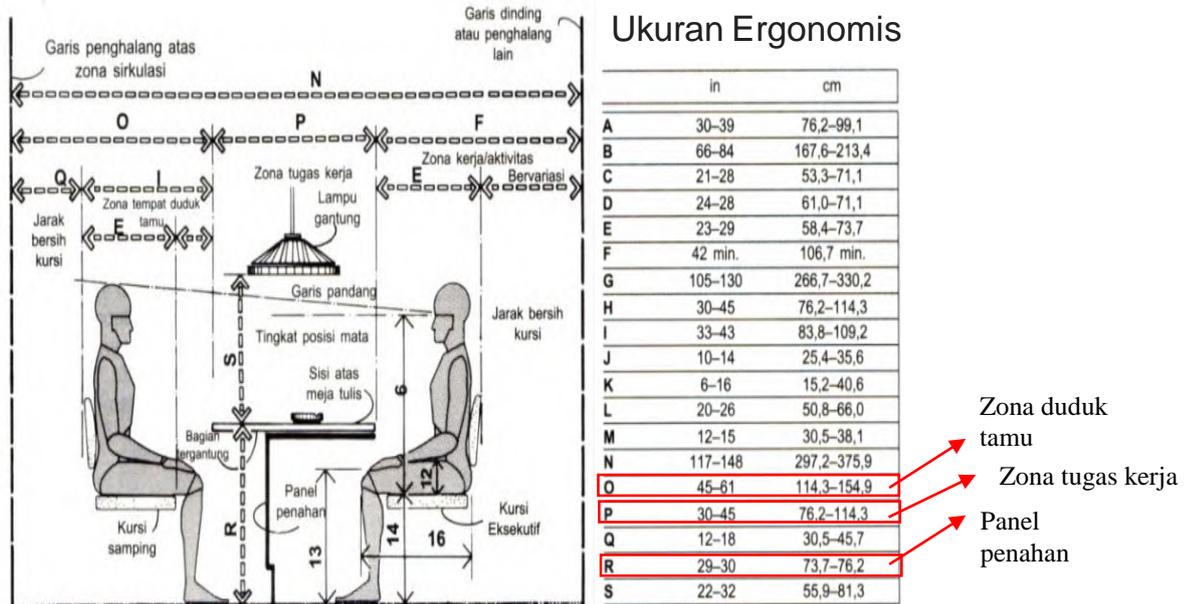


Gambar 2.21 Data Anthropometri dan Ergonomi Sirkulasi sekitar Workstation



2.7.5 Meja Negoisasi

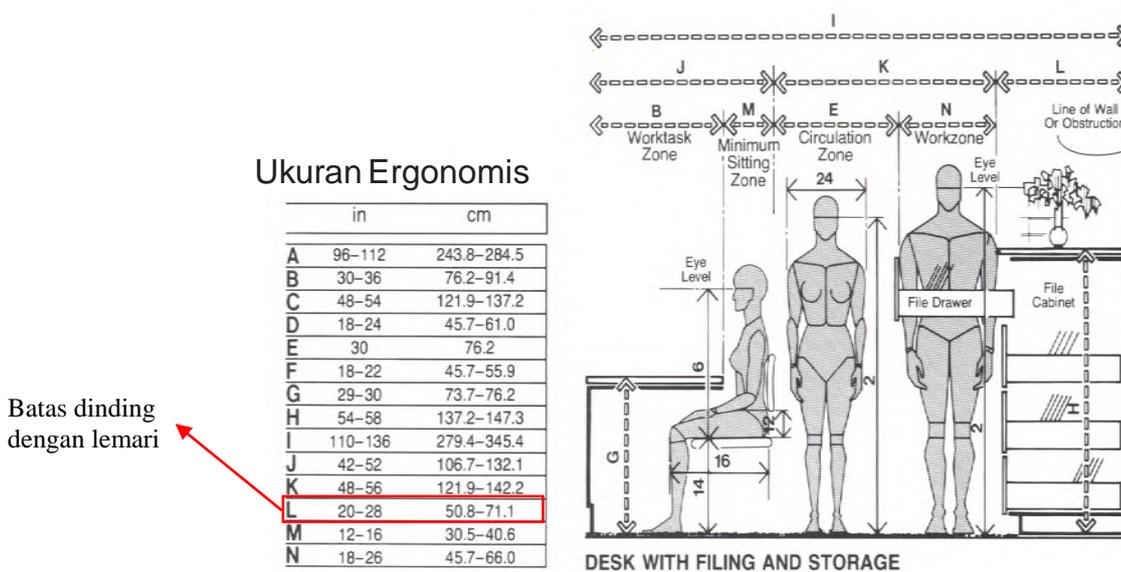
Meja Negoisasi



Gambar 2.23 Data Anthropometri dan Ergonomi Meja Negoisasi

2.7.6 Sirkulasi Meja dengan Lemari Penyimpanan

Sirkulasi Meja Kerja dengan lemari peyimpanan



Gambar 2.24 Data Anthropometri dan Ergonomi Sirkulasi Meja dengan Lemari Penyimpanan



2.8 Material Pembentuk Interior

2.8.1 Futuristik

Untuk dapat mendukung tema desain yang bersifat futuristic maka material utama yang digunakan dalam perancangannya adalah pemilihan material yang mencirikan masa depan (future) antara lain material – material yang dihasilkan melalui hasil proses industri seperti Penggunaan material stainless steel, clear glass, finishing kayu duco, finishing kayu laquer, acrylic, finishing HPL, dan stone granit. Memadukan material – material ini pada material dinding, ceiling, dan lantai. Material lainnya yang digunakan adalah material yang memiliki sifat penyerap suara atau yang bersifat absorbent yang jauh lebih baik seperti penggunaan material lapisan karpet, karet padat, foam dan burgess steel . material – material ini akan diaplikasikan pada ruangan pagelaran fashion show dan ruangan yang memerlukan penanganan tata suara khusus lainnya dan dipadukan dengan material yang bersifat reflector.

Sumber: (<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-desain-interior-futuristik/>)

2.8.2 Green Design

Bahan bangunan ramah lingkungan saat ini sangat dibutuhkan untuk menjaga generasi masa depan yang mempunyai tujuan mengurangi konsumsi energi agar terciptanya bumi yang nyaman. Penggunaan bahan bakar fosil yang tidak terkendali dalam menempatkan pasokan energi membuat polusi udara, emisi gas rumah hijau semakin meningkat dan juga kualitas hidup menjadi beresiko.

Material ramah lingkungan memiliki kriteria sebagai berikut:

- Tidak beracun, sebelum maupun sesudah digunakan
- Dalam proses pembuatannya tidak memproduksi zat-zat berbahaya bagi lingkungan
- Dapat menghubungkan kita dengan alam, dalam arti kita makin dekat dengan alam karena kesan alami dari material tersebut (misalnya bata mengingatkan kita pada tanah, kayu pada pepohonan)

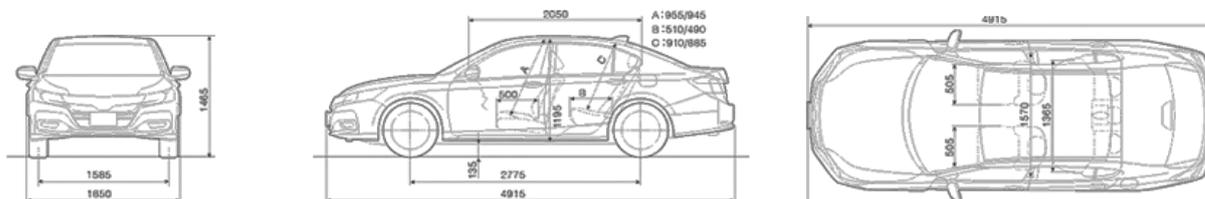


- Bisa didapatkan dengan mudah dan dekat (tidak memerlukan ongkos atau proses memindahkan yang besar, karena menghemat energi BBM untuk memindahkan material tersebut ke lokasi pembangunan)
- Bahan material yang dapat terurai dengan mudah secara alami

Sumber: (<http://inggridlim12.blogspot.co.id/2013/02/eco-green-green-design.html>)

2.9 Jenis Mobil dalam Display dan Dimensinya

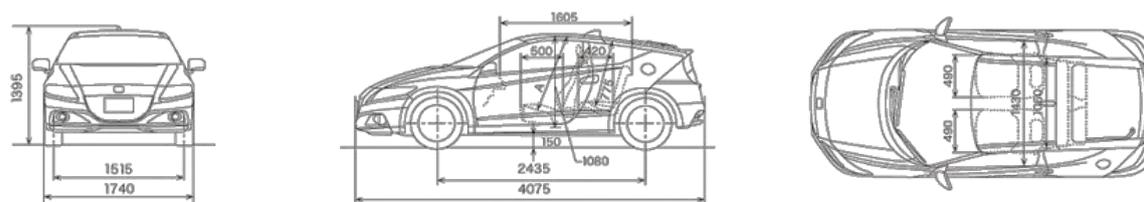
2.9.1 Honda Accord



Dimensi/Ukuran	
Accord 2,4L VTI-L	
PanjangxLebarxTinggi	4.870mm x 1.850mm x 1.465mm

Tabel 2.1 Tabel Spesifikasi dan Dimensi Honda Accord

2.9.2 Honda CRZ

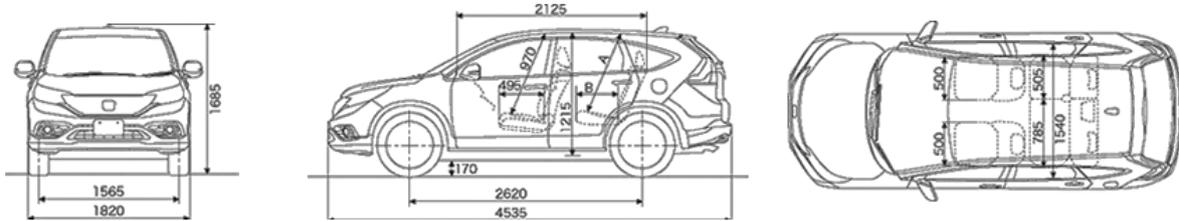


Dimensi/Ukuran	
Honda CR-Z CVT	
PanjangxLebarxTinggi	4.075mm x 1.740mm x 1.395mm
Spesifikasi selengkapnya	

Tabel 2.2 Tabel Spesifikasi dan Dimensi Honda CRZ



2.9.3 Honda CRV



Dimensi/Ukuran				
	Honda CR-V 2.0 i-VTEC	Honda CR-V 2.0 i-VTEC A/T	Honda CR-V 2.4 i-VTEC A/T	Honda CR-V 2.4L Prestige A/T Fender Audio
PanjangxLebarxTinggi	4.545mm x 1.820mm x 1.685mm	4.595mm x 1.820mm x 1.685mm	4.595mm x 1.820mm x 1.685mm	4.595mm x 1.820mm x 1.685mm
Spesifikasi selengkapnya				

Tabel 2.3 Tabel Spesifikasi dan Dimensi Honda CRV

2.9.4 Honda City



Dimensi/Ukuran					
	New City S	New City S CVT	New City E	New City E CVT	New City ES CVT
PanjangxLebarxTinggi	4.442mm x 1.694mm x 1.477mm				
Spesifikasi selengkapnya					

Tabel 2.4 Tabel Spesifikasi dan Dimensi Honda City

Sumber: (<http://honda-indonesia.com/model/br-v#overview>)

2.10 Studi Eksisting Showoom Mobil

2.10.1 Showroom Honda Jemursari Surabaya



A. Lokasi

Lokasi showroom ini terletak di Jalan Raya Jemursari no 213, Surabaya. Jalan ini cukup ramai dan padat dilalui berbagai kendaraan terutama siang dan sore hari.



Gambar 2.25 Tampak Showroom dari jalanan

B. Corporate Image

Visi :

Menjadi perusahaan yang besar dan terpendang serta diperhitungkan keberadaannya di wilayah Jawa Timur dalam lini penjualan maupun pelayanan purna jual.



Misi :

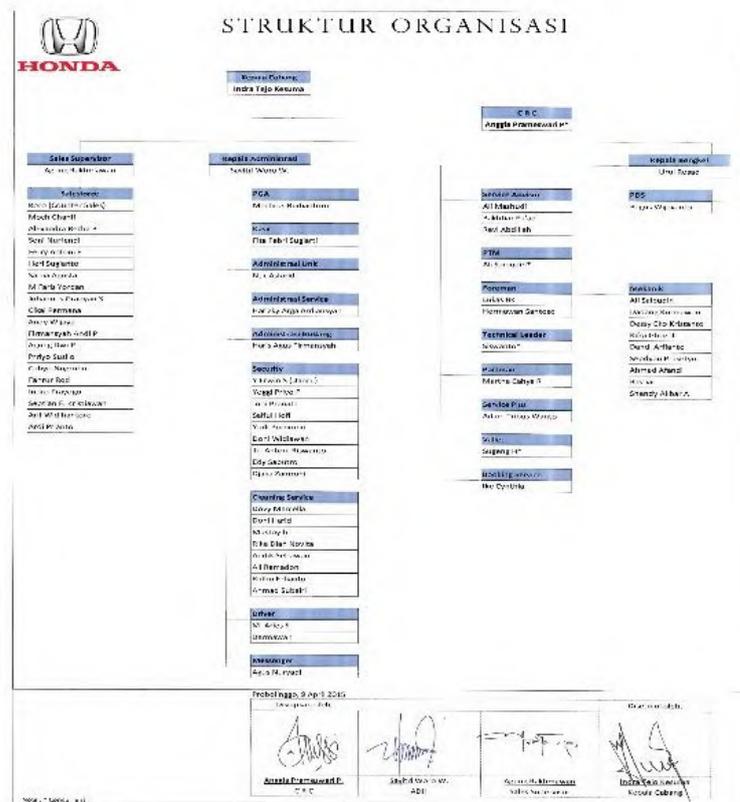
Menciptakan dan membangun sumber daya manusia yang berkualitas dibidangnya masing - masing untuk menjawab kebutuhan dan kepuasan para pelanggan Honda Citra Cakra, sehingga mampu memberikan benefit dan



kontribusi yang baik bagi para pelanggan dan bagi perusahaan.

Selalu mengikuti perkembangan jaman dalam aplikasi bidang teknologi, serta evaluasi berkelanjutan terhadap prosedur kerja sehingga produktifitas dan efisiensi kerja menjadi lebih baik.

Mewujudkan konsep “Green Dealer” sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sekitar, sehingga keberadaan Honda Citra Cakra menjadi suatu hal yang diharapkan keberadaannya untuk selalu eksis.



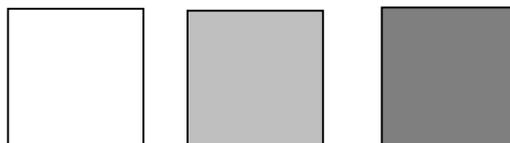
Gambar 2.26 : Struktur organisasi

C. Analisis Corporate Image

Honda sebagai salah brand yang terkenal di dunia otomotif memiliki corporate colour yang membedakan dengan merk otomotif lainnya. Analisa desain ini membahas tentang corporate warna yang akan diterapkan pada showroom ini yang mewakili karakteristik Honda. Warna yang digunakan pada showroom ini banyak menggunakan warna putih dipadukan dengan silver untuk memberi kesan modern.



- **Warna Modern**



- **Warna Coorporate**



D. Analisa Dalam Ruang

1. Area Display



Gambar 2.27 : Area display

Ruang display ini terletak d lantai 1. Mobil yang dipajang dalam ruang ini terletak di sebelah kiri dan kanan pintu masuk. Lantai pada ruangan ini seluruhnya menggunakan marmer gray marble. Warna ini dipilih agar tidak mencolok dan memberi kesan bersih dan luas pada ruangan. Hanya saja ruangan dirasa masih terlalu lenggang, dan mobil yang seharusnya menjadi pusat perhatian harus dipadukan dengan sopt light agar benar benar menarik perhatian pengunjung.



Sedangkan pada sekeliling tampak dikelilingi kaca yang berfungsi agar produk dapat terlihat jelas dari luar. Penataan interior pada ruangan ini tidak menggunakan sekat pembatas antar ruang, sehingga pengunjung dapat melihat mobil dan jika akan memesan dapat langsung memesan dibagian marketing.

Penggunaan warna pada showroom ini didominasi abu-abu dikombinasikan dengan plat aluminium sehingga sesuai dengan konsep dasar showroom Honda ini yaitu modern minimalis. Pada area ini terdapat meja marketing yang menjadi satu dengan ruang display.

2. Area Marketing



Gambar 2.28 : Area Marketing

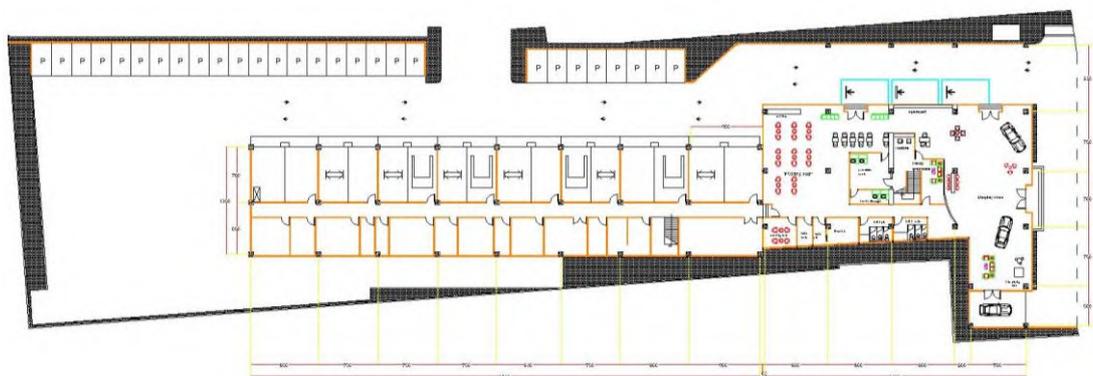
Area berikutnya adalah area marketing yang letaknya menjadi satu dengan ruang display. Sama dengan ruang display didominasi abu-abu kombinasi warna putih menunjukkan kesan modern pada ruang.



E. Analisa Penghawaan

Penghawaan keseluruhan pada ruangan ini dicapai dengan menggunakan AC Central, sehingga suhu udara dalam ruangan dapat diatur dengan mudah dalam pengoperasiannya dan mampu menyebar secara merata keseluruh ruangan. Penghawaan yang diterapkan pada eksisting sudah cukup baik apalagi ditambah dengan pencahayaan yang bagus karena sinar matahari dapat masuk ke ruangan dalam jumlah banyak dikarenakan banyak menggunakan material kaca pada dinding showroom.

F. Denah Eksisting



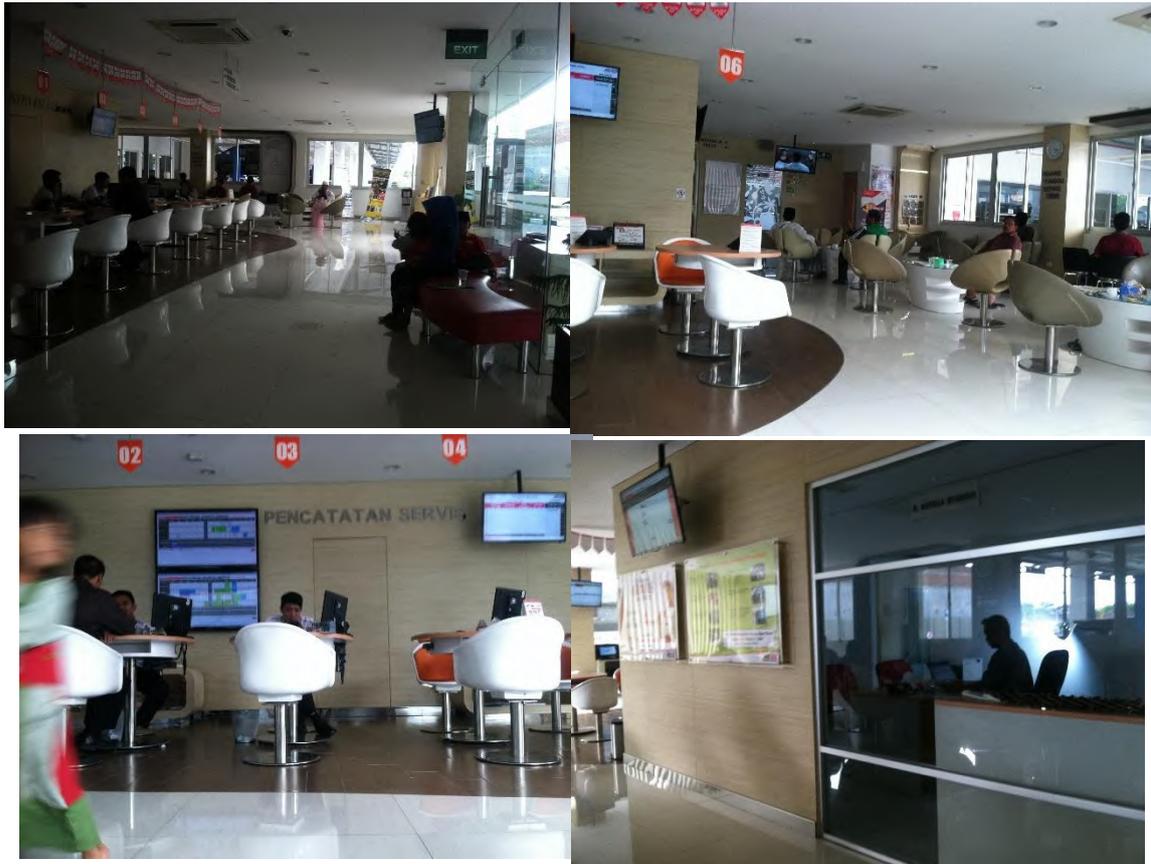
Gambar 2.29 : Denah Lantai 1



Gambar 2.30 : Denah Lantai 2



G. Foto Interior



Gambar 2.31 : Ruang Tunggu



Gambar 2.32 : Ruang Divisi Pemasaran



Gambar 2.32 : Kantin



Gambar 2.33 : Ruang Rapat dan Ruang Kepala Cabang

2.10.2 Showroom Honda Surabaya Centre

A. Profil Perusahaan

Honda Surabaya Center tidak hanya melayani penjualan saja tetapi juga menawarkan layanan service dan pembelian suku cadang mobil Honda. Perusahaan ini adalah main dealer Honda untuk wilayah Jawa Timur, Bali, dan Lombok. Dengan total yang berjumlah 12 dealer resmi Honda yang tersebar di Surabaya (5 dealer), Sidoarjo, Malang, Kediri, Bali (3 dealer), dan Lombok.

Menyediakan segala jenis mobil merk Honda baik baru maupun bekas mulai dari All New Jazz, Honda City, Civic, New Honda CR-V, HR-V, Freed, Mobilio, hingga Brio, melayani penjualan suku cadang, dan layanan bengkel. Dilengkapi dengan



showroom seluas 300 m² yang sanggup menampung hingga 5 unit display mobil, bangunan bengkel dengan luas mencapai 600 m² dan dilengkapi 7 stall termasuk ruang suku cadang seluas 200m².

Honda Surabaya Center juga merupakan AUTHORIZED HONDA Car Dealer PUSAT SURABAYA, yang artinya dealer ini adalah dealer resmi yang berlisensi dari pabrikan Honda Prospect Motor dan beroperasi dibawah pengawasan kantor pusat Honda di Indonesia.

B. Fasilitas

Sebagai salah satu Car Dealership and Automotive Shop khusus merk Honda yang terbesar di Surabaya, bengkel Honda Surabaya Center ini menyediakan berbagai fasilitas diantaranya :

- **Showroom**
Anda yang ingin membeli mobil Honda baru bisa melihat-lihat unitnya terlebih dahulu atau langsung bertransaksi di showroom yang telah disediakan.
- **Service**
Melakukan perawatan rutin maupun perbaikan-perbaikan terhadap mobil Honda Anda juga bisa dilakukan disini, tentunya dengan penanganan para mekanik terlatih Honda yang sudah mendapatkan pelatihan resmi dari pabrikan Honda.
- **Spareparts**
Honda Surabaya Center juga menyediakan suku cadang / spare parts untuk mobil Anda, dan spareparts yang dijual disini pastinya adalah yang asli serta bergaransi resmi Honda.
- **Body Repair**
Mobil Anda akan ditangani oleh pekerja spesialis body repair yang telah berpengalaman menangani ribuan mobil Honda di Surabaya. Tetapi sejumlah sumber menyebutkan bahwa layanan body repair di bengkel Honda Surabaya Center ini hanya khusus perbaikan body dan pengecatan (paint) saja, dan tidak melayani modifikasi tertentu.
- **Quick Service**



Honda Surabaya Center memberikan Anda fasilitas Quick Service bagi pemilik mobil Honda yang sangat menghargai waktunya, tetapi kecepatan yang ditawarkan tidak akan mengorbankan sisi kualitas pengerjaan.

- Emergency Service

Ini adalah layanan Honda Surabaya Center yang bertujuan untuk memberikan bantuan Emergency bagi mereka yang membutuhkan penanganan mekanik Honda pada saat-saat darurat di jalan raya misalnya.

- Pick up Service

Honda Surabaya Center menawarkan kepada Anda layanan penjemputan kendaraan bagi Anda yang tidak sempat membawa sendiri mobil yang akan di-service ke bengkel Honda di Jalan Basuki Rachmat ini.

- Cuci

- Kids Zone

- Lounge

- Moving Service

Mereka juga memiliki mobil service yang bergerak mobile untuk menangani service mobil bagi para pelanggan yang tidak bisa / tidak sempat ke Bengkel Honda.

2.10.3 Showroom Audi Bergaya Futuristik di Jerman



Gambar 2.34 : Tampak berbagai sudut Showroom Audi di Jerman



BAB III

METODOLOGI DESAIN

3.1 Metode Desain

Metode desain adalah urutan langkah atau proses yang dilakukan untuk menemukan konsep desain. Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai konsep desain adalah metode penelitian Kualitatif, karena pendekatan ini memerlukan proses berpikir rasional. Untuk metode Kualitatifnya menggunakan survey dan wawancara (dept interview), teknik wawancara dengan karyawan dalam hal ini HRD dan beberapa pengunjung showroom Honda. Selain itu, dalam penelitian ini penulis juga menggunakan metode analitis, dimana setiap hal dalam perancangan ini senantiasa dianalisa kembali. Adapun teori dalam kajian analisa yang digunakan oleh penulis antara lain :

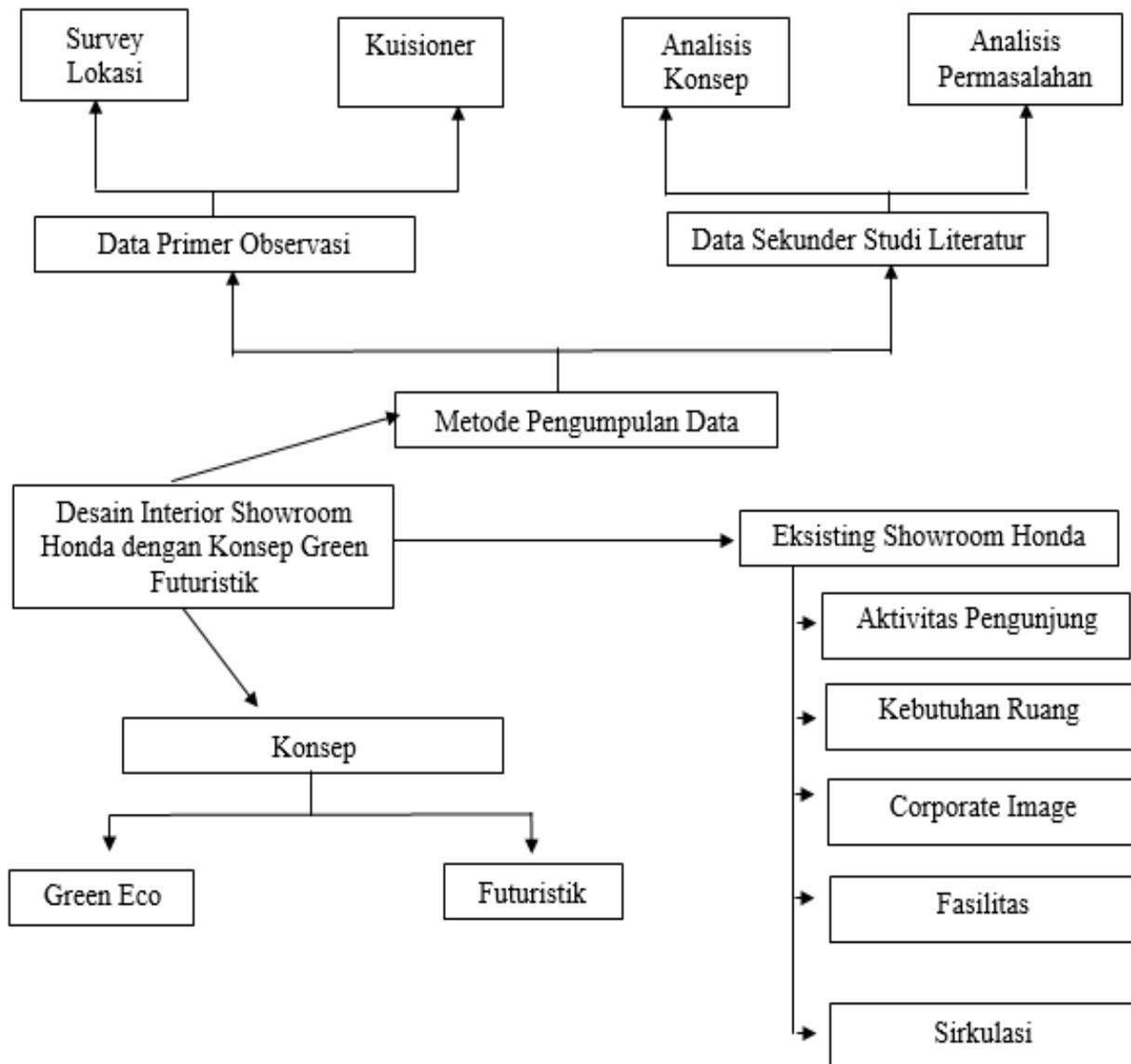
a. Metode analisa induktif

metode yang digunakan untuk mencari standarisasi yang diperlukan dalam perancangan untuk dianalisa dan didapatkan standar tetap yang sesuai dengan tema perancangan, yang kemudian diterapkan dalam aplikasi perancangan desain.

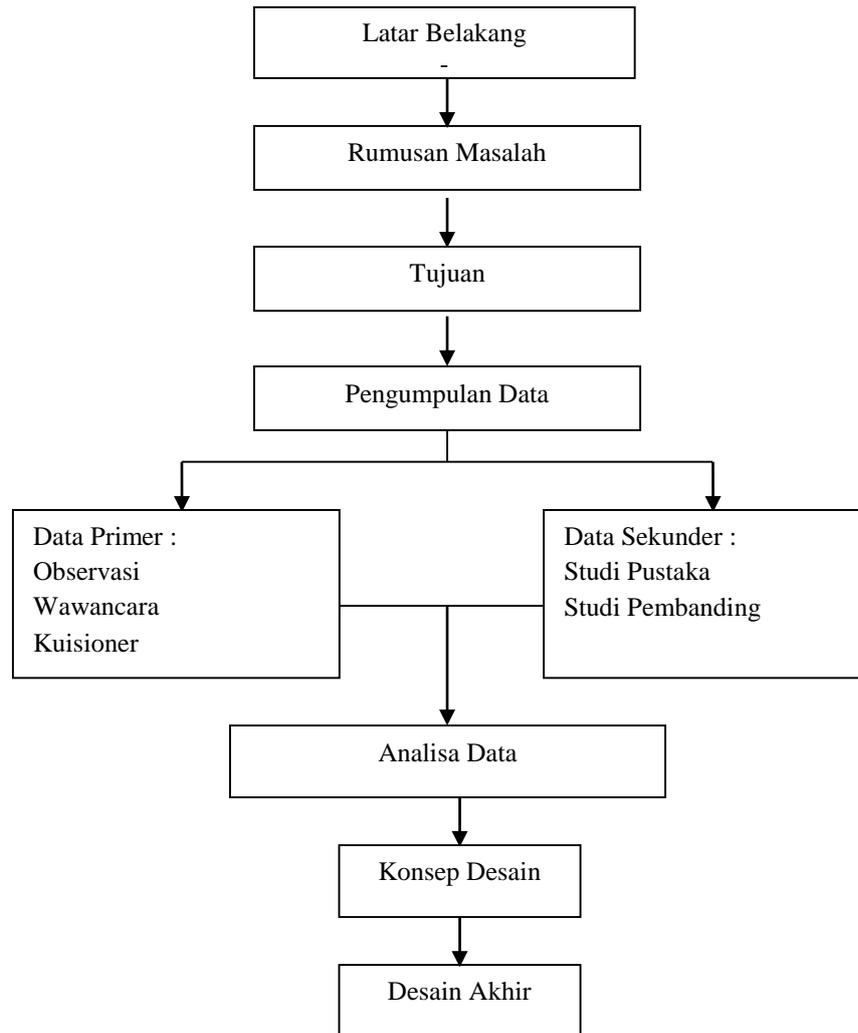
b. Metode analisa deskriptif

metode yang memaparkan dan menguraikan segala bentuk data yang diperoleh untuk dianalisa.

Berikut ini alur metodologi desain yang akan diterapkan pada interior Showroom Honda Jemursari dengan tujuan akhir berupa konsep perancangan:



Gambar 3.1 Skema Pengambilan Data



Gambar 3.2 Alur Metodologi Desain

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada desain interior Showroom Honda Jemursari ini dilakukan tahap pengumpulan data melalui beberapa metode pengambilan data, yaitu pengambilan data secara langsung dan tidak langsung. Pengambilan data secara langsung dapat dilakukan dengan cara observasi ke objek desain yang dituju dan wawancara baik kepada pimpinan maupun karyawan. Sedangkan pengambilan data secara tidak langsung dapat dilakukan dengan mengambil data dari literatur seperti buku, jurnal ilmiah dan dari internet.



Dalam tahap pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode pengambilan data, yaitu:

1. Observasi Lapangan (langsung) Observasi yang dilakukan yaitu observasi pada objek studi dalam kasus ini adalah Showroom Honda Jemursari
2. Wawancara yang dilakukan ditujukan pada pegawai showroom
3. Studi Literatur

3.2.1. Observasi Lapangan (langsung)

Observasi yang dilakukan dibagi yaitu : Observasi pada objek studi dalam desain ini adalah Showrom Honda Jemursari, untuk mengetahui kondisi terkini dan untuk mengetahui gambaran eksisting objek serta analisa terhadap desain interiornya. Data yang diperoleh antara lain :

1. Mengetahui aktivitas yang terjadi di Showrom Honda Jemursari
 - Hasilnya dapat diketahui aktivitas yang dilakukan pegawai dan pengunjung antara lain, melayani konsumen, makan minum, duduk menunggu, melihat TV, dll
 - Aktivitas yang dilakukan pegawai bagian customer service seperti melayani pengunjung yang datang ke showroom untuk membeli kendaraan, menservis kendaraan atau sekedar mencari informasi.
 - Aktvitas yang dilakukan pegawai bagian bengkel adalah menservis kendaraan pengunjung sesuai dengan keluhan konsumen.
 - Aktivitas yang dilakukan pengunjung beragam, mulai dari makan-minum ringan sembari menunggu kendaraan selesai diservis, atau mencari informasi kendaraan yang diinginkan melalui customer service
2. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar Showrom Honda Jemursari
 - Letak bangunan strategis, dekat dengan fasilitas umum, kendaraan antar kota dapat dijangkau dengan mudah.
3. Pengaturan layout ruangan dan sirkulasi Showrom Honda Jemursari



- Pengaturan layout ruangan dan sirkulasi di Showrom Honda Jemursari Sirkulasi dalam ruang cukup baik, karena adanya pembagian zoning lantai sebagai petunjuk dan pola yang baik.

Saat observasi lapangan, dilakukan juga wawancara pada pengurus untuk mengetahui :

1. Sarana dan prasarana di Showrom Honda Jemursari
2. Struktur organisasi Showrom Honda Jemursari
3. Permasalahan yang ada di Showrom Honda Jemursari yang dapat dipecahkan dengan konsep desain.
4. Segmentasi pembeli di Showrom Honda Jemursari
5. Macam aktivitas pengguna Showrom Honda Jemursari
6. Image Showrom Honda Jemursari

3.2.2. Studi Literatur

Studi literatur ini diperoleh melalui pengelola, internet berupa artikel atau berita terkait objek penelitian dan buku teori yang mendukung studi desain interior ini. Data dan informasi yang dicari adalah :

1. Tinjauan tentang showroom, berkaitan dengan pengertian showroom, ciri-ciri showroom, standar showroom, jenis showroom, dll
2. Tinjauan tentang Showrom Honda Jemursari meliputi sejarah, tempat bersejarah, visi misi, struktur organisasi dan eksisting Showrom Honda Jemursari
3. Tinjauan tentang karakteristik desain futuristic dan green yang dapat diaplikasikan pada interior Showrom Honda Jemursari.
4. Standart ergonomi sebuah kantor dan furniturnya.

3.3 Tahap Analisa Data

Data yang diperoleh melalui studi wawancara, studi literatur dan observasi akan dikumpulkan dan diolah dengan mengumpulkan data–data yang diperlukan kemudian dianalisis untuk dicari suatu kesimpulan akhir atas pemecahan masalah



yang ada dan sebagai acuan untuk proses perancangan. Analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut :

A. Analisa Warna

Menganalisa warna–warna yang sesuai dengan karakteristik warna futuristic dengan aksentuasi warna-warna image Honda yang akan diaplikan pada sebagian kecil elemen interiornya.

B. Analisa Pengguna

Analisa pengguna Showrom Honda Jemursari adalah analisa hasil wawancara untuk mengetahui harapan yang diinginkan pengunjung terhadap objek desain interior.

C. Analisa Pencahayaan

Analisa pencahayaan yang sesuai dengan fungsinya dalam ruang, sebagian besar menggunakan cahaya buatan seperti downlight kecuali dibagian display area yang 90% dindingnya menggunakan kaca bening sehingga memudahkan cahaya matahari masuk.

D. Analisa Penghawaan

Analisa penghawaan yang sesuai dengan kebutuhan ruang dan aktifitas yang dilakukan di dalam showroom. Hampir seluruh ruangan menggunakan ac sebagai penghawaan buatan.

E. Analisa Material

Analisa tentang material yang sesuai dengan ruang yang ada di Showrom Honda Jemursari dengan mengacu pada konsep Green Futuristik

F. Analisa Furnitur

Analisa tentang bentukan, warna dan material furnitur yang akan digunakan dalam interior Showrom Honda Jemursari.

G. Analisa Kebutuhan Ruang

Analisa tentang kebutuhan ruang Showrom Honda Jemursari ini disesuaikan dengan aktivitas yang ada dan aktivitas pada beberapa fasilitas pendukung di showroom ini.

H. Analisa Sirkulasi

Analisa sirkulasi disesuaikan dan ditentukan oleh berbagai kebutuhan ruang dan aktifitas di showroom.



BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Pengguna

Analisa pengguna yang dimaksud yaitu analisa suasana, fasilitas, dan pengunjung showroom serta staff karyawan Honda untuk mengetahui tujuan dan harapan mereka tentang desain interior showroom Honda Jemursari kedepannya .

4.1.1 Hasil Observasi

Berdasarkan pengamatan langsung dilapangan diperoleh hasil sebagai berikut:

- Masih minimnya fasilitas hiburan showroom sehingga pelayanan kepada konsumen menjadi kurang maksimal, sehingga dibutuhkan fasilitas penunjang seperti TV, area bar, area multimedia, wifi, dan majalah atau Koran, sehingga pengunjung yang menunggu lama kendaraan diservis tidak bosan dan betah berlama-lama didalamnya.
- Kurang lebarnya area display sehingga mobil yang dipajang untuk pemasaran hanya muat 2, oleh karena itu akan didesain agar ruang display diperlebar hingga dapat menampung setidaknya 4 mobil dalam area display.
- Desain belum mencerminkan “green dealer” yang merupakan misi perusahaan ini sehingga butuh desain yang dapat mencerminkan konsep green dealer.

4.1.2 Hasil Wawancara

Berdasarkan informasi dari narasumber diperoleh hasil sebagai berikut:

- Menurut sebagian besar pengunjung, fasilitas disini dirasa masih standart dan kurangnya fasilitas penunjang seperti wifi,colokan yang sedikit, dan kurang eksklusifnya ruang tunggu.
- Menurut sebagian besar pengunjung, desain interior dalam showroom ini dirasa masih standart sehingga butuh konsep desain baru yang sesuai dengan misi perusahaan ,yaitu “green dealer” untuk memberi nuansa baru dan menjadi pembeda dengan showroom lainnya tanpa menghilangkan karakteristik Honda itu sendiri.

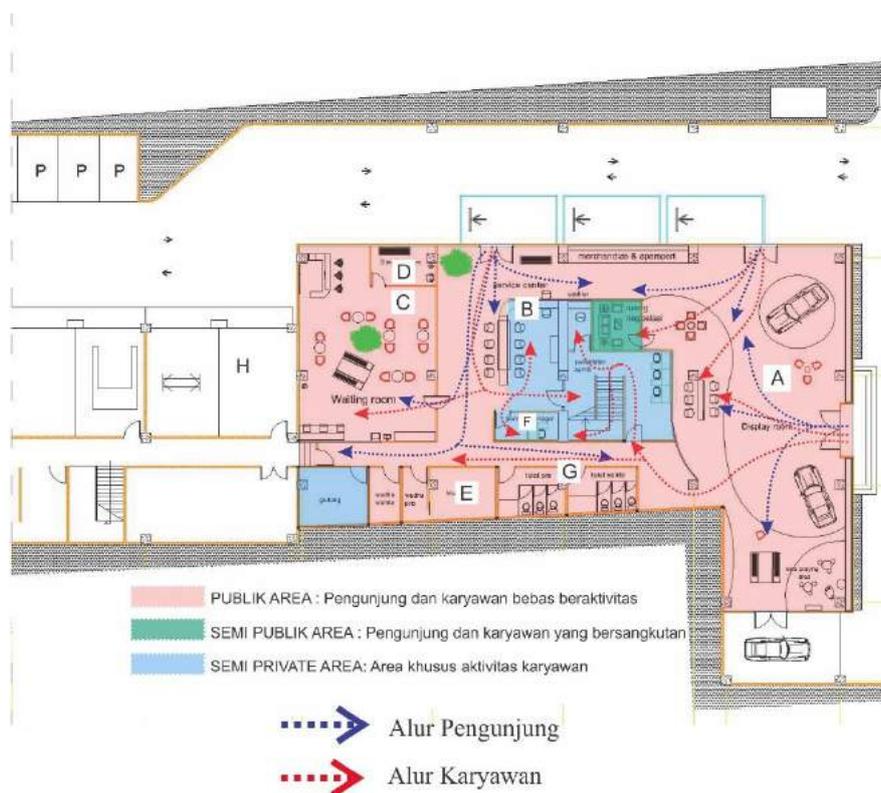


4.1.3 Hasil Kesimpulan Analisa Data Kusioner

Dari survey yang dilakukan terhadap pengunjung dealer Honda Jemursari Surabaya, data menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung yang didominasi kelompok usia 25-40 tahun menunjukkan bahwa fasilitas penunjang pada showroom ini masih kurang, responden berharap adanya fasilitas tambahan yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung terutama saat menunggu servis kendaraan, salah satunya penambahan area bar pada ruang tunggu dan responden juga berharap adanya wifi dan ketersediaan colokan yang cukup banyak.

Data hasil survey menunjukkan bahwa konsumen Honda yang sebagian besar pebisnis muda cenderung menyukai gaya desain modern, futuristik, dengan dekorasi tanaman hijau didalamnya disbanding gaya desain lainnya seperti urban.

4.2 Analisis Ruang



Gambar 4.1 Denah alternatif 1



4.3 Program Kebutuhan Ruang

Berikut adalah program ruang yang dibutuhkan berdasarkan hasil studi aktivitas pada eksisting.

no	Nama Area	aktivitas		Furniture	Jumlah	Dimensi (cm)	Luas (m)	rasio		Luas ruang
		Karyawan	pengunjung					Furniture	sirkulasi	
1	Area display	-Berdiri -Promosi unit	-Melihat-lihat mobil	Papan informasi unit mobil	3 3	60x40 485x185	27.63	1	3	82.89
2	Area negosiasi	-Duduk -Membuka brosur -Melayani pelanggan	-Duduk -Bertanya masalah mobil	Meja kursi	4 16	100x100 50x50	8	1	3	24
3	Area tunggu showroom		-Main hp -Nonton tv -Baca majalah -Membaca koran	Sofa doble Sofa single	2 1	120x60 70x70	1.93	1	3	5.79
4	Area bermain anak		-Bermain					1	3	-
5	Layanan pelanggan	-Duduk -Mencatat keinginan pelanggan -Telepon	-Duduk -menulis	meja office kursi office lemari file	3 2 1	120x80 180x60 50x60	6.06	1	3	18.18
6	Konter penjualan	-Memberikan informasi produk penjualan -Transaksi penjualan	-Mencari informasi mengenai produk -Transaksi penjualan	meja resepsionis kursi office cabinet	1 7 1	400x80 50x50 240x60	6.35	1	3	19.05
7	Kasir	-Memasukan data -Menerima uang	-Membayar kewajiban	Meja lemari	1 2	60x150 50x200	2.9	1	3	8.7
8	Layan service	-Mencatat keluhan pelanggan -Memasukan data ke komputer -Mengangkat telepon	-Duduk -Bertanya keinginan pengunjung	Meja office kursi office cabinet	8 14 3	120x80 50x50 90x60	12.8	1	3	38.4
9	Kepala bengkel	-Mengangkat telepon -Menandatangani surat pengesahan		Meja office Cabinet Kursi office Lemari file	1 4 3 1	150x80 100x60 50x50 60x60	4.71	1	3	14.13
10	Area tunggu bengkel		-Main hp -Membaca majalah -Membaca koran -Nonton tv -Minum -Duduk santai -merokok	Meja Kursi Lemari pantry Lemari charge hp	6 12 1 1	80x80 50x60 400x60 100x40	10.04	1	3	30.12
11	administrasi	mengetik Memasukan data	-	Meja Kursi kabinet	6	485x185	44.86 53.83	1	3	134.58 161.50
12	Ruang rapat	rapat	-	Meja kursi	1 11	400x120 50x50	4.8 2.75	1	3	17.15
Luas ruang yang dibutuhkan										424.81
Sirkulasi 40%										169.92
Total luas ruang yang dibutuhkan										594.73

Gambar 4.3 Tabel Kebutuhan Ruang Lantai 1

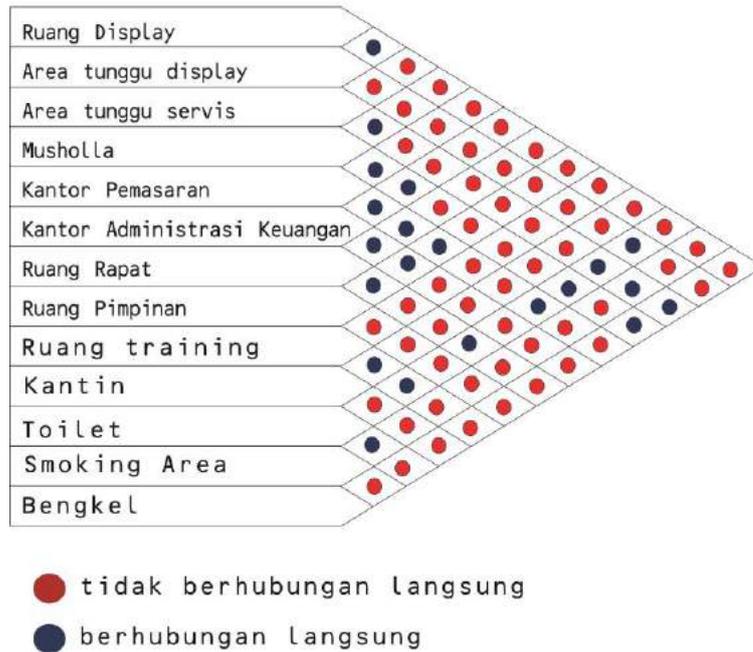
4.4 Analisis Sirkulasi

Sirkulasi yang baik memperhatikan jangkauan ruangan sesuai dengan alur aktifitas atau kegiatan yang terjadi dengan tidak mengganggu aktivitas lain. Hal tersebut dapat mempengaruhi optimalnya penggunaan ruang pada sebuah bangunan.

Berdasar aktifitas yang ada didapatkan analisa hubungan ruang seperti berikut :



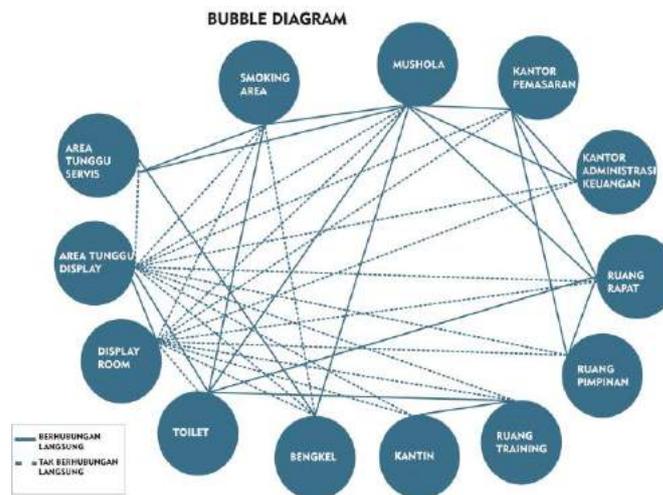
MATRIKS HUBUNGAN RUANG



Gambar 4.4 Matriks Hubungan Ruang

Berdasarkan hasil matriks hubungan ruang didapatkan hubungan sirkulasi yang digambarkan pada *bubble* diagram berikut

DIAGRAM HUBUNGAN RUANG



Gambar 4.5 Bubble Diagram



4.5 Analisis Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan pada Showroom Honda ini lebih banyak menggunakan pencahayaan buatan dikarenakan sebagian besar ruangan tidak terkena paparan sinar matahari secara langsung sehingga jika tidak menggunakan lampu ruang akan gelap oleh karena itu digunakan pencahayaan buatan seperti downlight yang tersebar diberbagai sudut ruang. Selain itu ada juga penggunaan spotlight untuk menyinari vertical garden agar dapat tumbuh dengan baik. Selain spotlight, di ruang tunggu menggunakan lampu neon untuk memberi kesan futuristik dalam ruang.

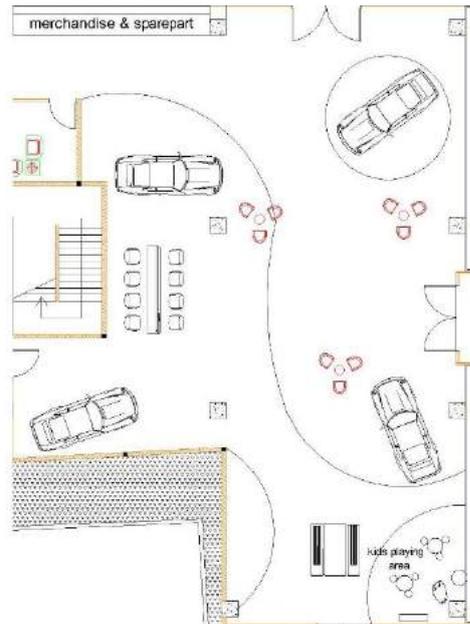
4.6 Analisis Penghawaan

Penghawaan pada showroom ini menggunakan penghawaan buatan seperti AC dikarenakan aliran udara belum merata keseluruh ruangan. Penggunaan AC diperlukan agar ruangan tidak pengap ketika banyak orang lalu lalang ketika jam kerja, sehingga baik karyawan maupun pengujung dapat merasakan kenyamanan didalamnya. Selain menggunakan AC, ada ruangan yang menggunakan exhauster yaitu smoking lounge agar ruangan tidak penuh asap.

4.7 Analisa Kebutuhan, dan Layout Furnitur

1) Area Display

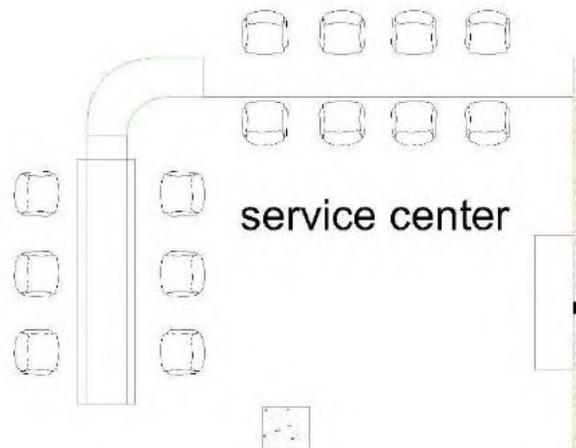
Pada area display terdapat aktivitas pengunjung yang ingin mencari informasi tentang kendaraan yang diinginkan, melihat-lihat kendaraan yang diinginkan, dan duduk-duduk sambil berbincang di meja customer service. Permasalahan yang ada pada area display ini adalah kurang lebarnya area display sehingga hanya muat untuk 2 mobil saja mobil yang didisplay. Oleh karena itu di desain layout yang baru area display diperluas hingga muat 4 mobil yang dapat didisplay.



Gambar 4.6 Layout Area Display

2) Area Service Center

Pada area Service Center sudah cukup baik layoutnya, dapat dilihat dari jumlah kursi yang cukup banyak sehingga kapasitas dalam melayani pengunjung cukup besar, sehingga mengurangi waktu antrean. Hanya saja layout masih standar sehingga didesain agar layout meja customer service tidak monoton namun tetap memiliki kapasitas pelayanan yang besar.

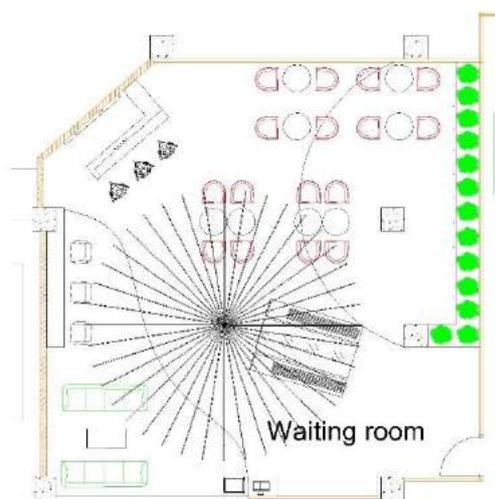


Gambar 4.7 Layout Service Center



3) Area Waiting Room

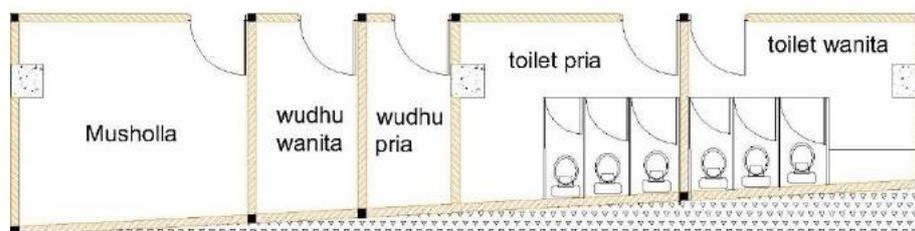
Pada area waiting room susunan layout kursi masih standart sehingga butuh perubahan layout furniture agar pengunjung tidak mudah bosan dengan suasana ruang, selain itu juga ada permainan pola lantai agar tidak monoton dan ditambah elemen estetis berupa tanaman hijau dan pohon buatan.



Gambar 4.8 Layout Waiting Room

4) Area Ibadah

Area ibadah ini diletakkan berdekatan antara toilet,tempat wudhu, dan musholla. Hal ini dilakukan untuk mempermudah akses pengunjung dalam melakukan ibadah.



Gambar 4.9 Layout Area Ibadah



BAB V

KONSEP DESAIN

5.1 Objek Desain

PT. CITRA CAKRA PERSADA Merupakan salah satu perusahaan ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) Honda yang berlokasi di Jl. Raya Jemursari No. 213 Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini telah mengalami perubahan nama perusahaan yang sebelumnya merupakan PT. MANDALA MANDIRI MOTOR yang diresmikan oleh Mr. Kenji Otaka pada tanggal 3 Juni 2005 dengan Direktur Perusahaan yang dipimpin oleh Bapak Poernomo Anggara.

Bengkel Honda Jemursari dalam pelayanannya melayani 3S , yaitu Sales, Sparepart, Service dan Body Paint dengan karyawan yang berjumlah lebih dari 100 orang karyawan. Untuk bagian service kendaraan, bengkel Honda Jemursari juga menyediakan service car , yang berguna untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam layanan service pelanggan ketika kendaraannya terjadi masalah ketika perjalanan. Honda Jemursari juga melayani penjualan Mobil Honda diantaranya, Honda Mobilio , BRV , Jazz , Brio , CRV , HRV, Accord , Civic , Freed , Stream , dan Odysee .

Perusahaan ini mempunyai visi menjadi perusahaan yang besar dan terpendang serta diperhitungkan keberadaannya di Indonesia dalam lini penjualan atau maupun layanan purna jual. Sedangkan untuk misi perusahaan menciptakan dan membangun sumber daya manusia yang berkualitas di bidangnya masing – masing untuk menjawab kebutuhan dan kepuasan para pelanggan, sehingga mampu memberikan benefit dan kontribusi yang baik bagi para pelanggan dan bagi perusahaan . Selain itu juga selalu mengikuti perkembangan jaman dalam aplikasi bidang teknologi, serta evaluasi berkelanjutan terhadap prosedur kerja sehingga produktivitas dan efisiensi kerja menjadi lebih baik. Perusahaan ini juga mempunyai misi mewujudkan konsep “ Green Dealer “ sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sekitar , sehingga keberadaan Citra Cakra Menjadi satu hal yang diharapkan keberadaannya untuk selalu eksis .



5.1.1 Tema

Tema yang diambil dalam perancangan ini yaitu mewujudkan konsep green dealer yang merupakan misi dari perusahaan ditambah dengan penerapan gaya futuristik pada setiap perancangan elemen interiornya. Dengan adanya penerapan ini diharapkan dapat membentuk suasana baru dan sebagai sarana untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat serta meningkatkan kinerja para pegawai. Untuk tampilan desain yang dirancang, mengambil bentuk furniture yang bergaya futuristic dikombinasikan dengan penerapan beberapa vertical garden sebagai konsep green pada elemen pembentuk ruangnya.

5.2 Konsep Desain

5.2.1 Konsep Makro

Konsep makro merupakan konsep secara keseluruhan yang terbentuk dari hubungan latar belakang rumusan masalah, dan tujuan desain dari Showroom Honda yang saling terkait satu sama lainnya, diantaranya :

- **Futuristic**: style desain yang mencerminkan symbol teknologi yang selalu berkembang ke masa depan. Desain ini memiliki karakteristik logam, dan kaca identik dengan warna putih, dan biasanya mengandung ide tentang sumber teknologi dan imajinasi.
- **Informatif** : fasilitas primer maupun sekunder sebisa mungkin dapat menyampaikan informasi, baik tentang produk, maupun informasi tentang objek, dan informasi ini dapat disajikan dengan berbagai media sesuai kebutuhan dan fungsinya.
- **Green** : konsep desain yang menekankan pada eco desain yang ramah lingkungan. Dapat berupa material yang ramah lingkungan, ataupun konsumsi sumber daya yang hemat dan efisien.

Secara keseluruhan konsep yang diterapkan pada desain interior Showroom Honda Jemursari ini penerapan suasana seperti di masa depan, dan penerapan green dealer pada desain interiornya. Dengan maksud menciptakan suasana baru dan penambahan fasilitas penunjang baik bagi karyawan maupun



pengunjung dengan harapan karyawan menjadi nyaman berkeja didalamnya sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan, selain itu juga dapat menjadi kelebihan tersendiri dimata konsumen.

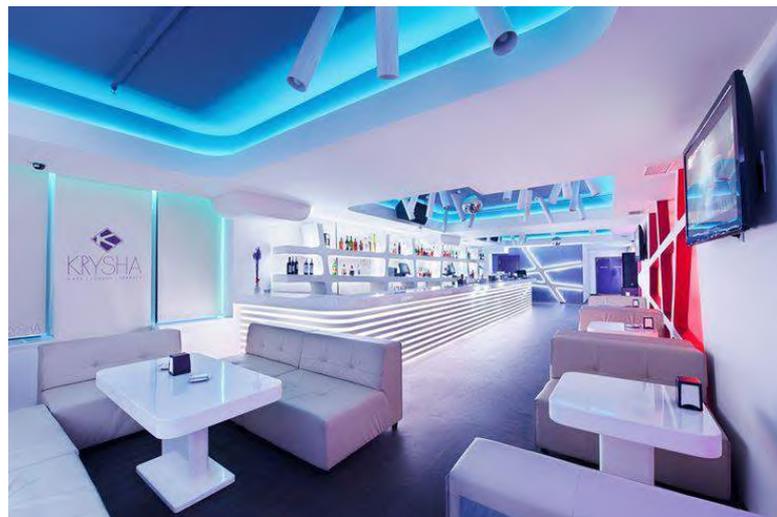
5.2.2 Konsep Mikro

Konsep mikro merupakan konsep desain yang akan diterapkan pada interior. Konsep ini didasarkan pada hasil pemikiran dan pengamatan pada objek desain dan permasalahan yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya. Pada bab ini selanjutnya akan dijelaskan tentang pokok-pokok bahasan yang nantinya akan menjadi acuan dalam merumuskan kriteria-kriteria objek desain pada interior showroom Honda Green Futursitic Dealer.

5.2.2.1 Konsep Ruang

Interior pada dealer ini menurut fungsinya terbagi menjadi tiga, yaitu showroom, kantor, dan bengkel. Di lantai 1 diperuntukkan untuk area display sekaligus pusat pelayanan konsumen, bengkel juga terletak di lantai 1. Sedangkan lantai 2 dipergunakan sebagai kantor yang mengatur segala permasalahan internal showroom ini.

Citra ruang yang ingin dicapai pada desain interior showroom Honda ini adalah membuat suasana ruang seperti dimasa depan, yaitu dengan permainan warna putih dan lampu neon khas gaya futuristic ditambah dengan elemen estetis tanaman hijau sebagai penerapan konsep green dealer.



Gambar 5.1 Suasana Ruang Berkonsep Futuristik

(sumber: pinterest)

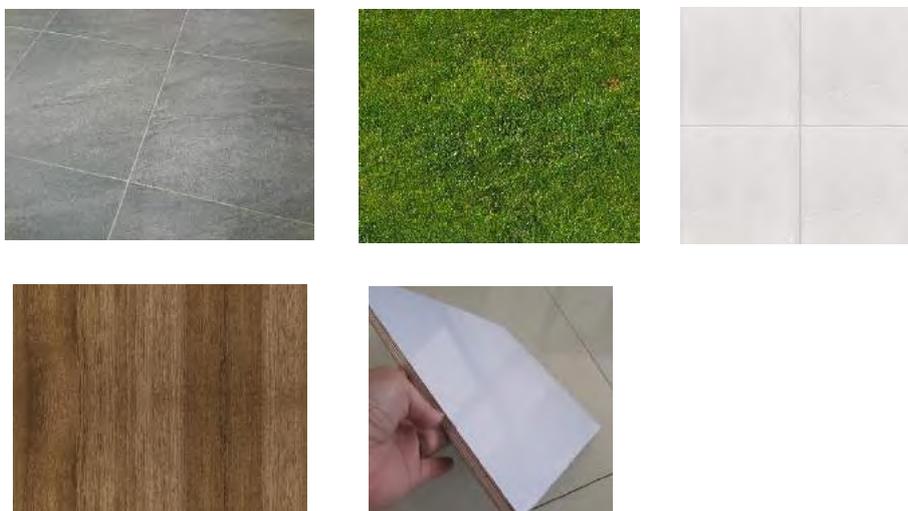


Desain yang diterapkan untuk mencapai citra ruang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan warna dominasi putih dan material kaca digabung dengan warna hijau untuk memperkuat konsep futuristik.
2. Penggunaan lampu neon sebagai ciri khas gaya futuristic berupa garis-garis lurus dan tegas.
3. Penggunaan tanaman hijau sebagai elemen estetis untuk memberi konsep green desain.

5.2.2.2 Konsep Material

Pemilihan material yang mencirikan masa depan (future) antara lain material – material yang dihasilkan melalui hasil proses industri seperti Penggunaan material stainless steel, clear glass, finishing kayu duco, finishing kayu laquer, acrylic, finishing HPL, dan stone granit. Memadukan material – material ini pada material dinding, ceiling, dan lantai. Selain itu juga menggunakan vertical garden sebagai perwujudan konsep green.



Gambar 5.2 Beberapa Material yang Digunakan pada Desain Shworoom Honda
(sumber: google)



5.2.2.3 Konsep Warna

Penggunaan warna putih sebagai warna dasar dari konsep warna bertujuan untuk membuat sebuah objek menjadi lebih cerah, lapang dan luas. warna putih merupakan warna netral yang cocok diaplikasikan dengan warna apapun. Pemilihan warna biru – ungu untuk menggenapi konsep skema warna ini. dengan skema warna ini memunculkan sifat warna yang selaras dan tidak membosankan, warna yang selaras adalah warna – warna yang seiringan dan pada lingkaran warna terletak berdekatan.

Selain menggunakan warna putih sebagai simbol masa depan, juga menggunakan warna corporate dari Honda itu sendiri yaitu abu-abu.



Gambar 5.3 Beberapa Warna Dasar yang Diterapkan

(sumber: google)

Sedangkan warna-warna yang digunakan agar sesuai dengan konsep desain yaitu green-futuristik adalah warna abu-abu, putih, sebagai warna dasar yang dapat mewakili konsep futuristic dikombinasikan dengan aksen hijau yang mewakili warna konsep green design.

5.2.2.4 Konsep Dinding

Dinding pada konsep ini menggunakan material dominan putih baik menggunakan HPL White Glossy maupun cat putih doff biasa. Kemudian dikombinasikan dengan Vertical Garden untuk membuat suasana asri nan hijau dalam ruang. Selain itu 80% menggunakan dinding kaca trasnparan untuk memaksimalkan pencahayaan alami sebesar-besarnya. Untuk ruang tunggu pada kolom diberi HPL dengan motif kayu pohon untuk memberi kesan hijau seolah-olah pengunjung seperti di taman.



Gambar 5.4 Penerapan Konsep Dinding pada Ruang Display
(sumber: google)

5.2.2.5 Konsep Lantai

Menggunakan kombinasi antara keramik dan rumput sintetis, agar ruang tidak monoton dan memberi kenyamanan pengunjung. Selain itu juga menggunakan pola lantai untuk membagi zona area tanpa sekat. Pada kids area menggunakan rumput sintetis dengan tujuan agar anak kecil yang bermain dapat lebih aman dan nyaman saat bermain disana. Untuk penggunaan keramik menggunakan beberapa jenis dan warna abu-abu dan putih menjadi keramik yang paling banyak digunakan pada showroom ini.

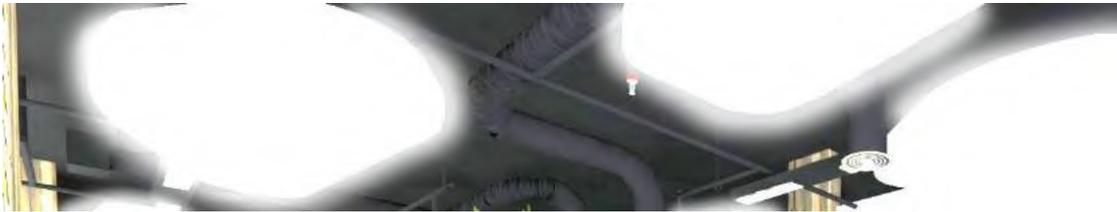


Gambar 5.5 Beberapa Jenis Material Lantai yang akan Digunakan
(sumber:google)



5.2.2.6 Konsep Plafon

Plafon merupakan elemen penutup bagian atas pada sebuah ruangan atau interior. Sebagian plafon pada showroom ini menggunakan material dak ekspos yang dipadukan dengan plafon gantung futuristik. Lalu sebagian ruangan menggunakan plafon datar gypsum board dengan sedikit perubahan ketinggian. Untuk plafon ekspose akan digunakan pada ruang tunggu, agar ruangan terlihat menarik dan tidak monoton sehingga diharapkan pengunjung tidak cepat bosan berlama-lama didalamnya.



Gambar 5.6 Penerapan Konsep Plafon Ekspose pada Ruang Tunggu
(sumber: pribadi)

5.2.2.7 Konsep Furnitur

Desain furniture akan menggunakan desain kustom dan fabrikasi. Furniture yang menggunakan desain fabrikasi adalah kursi kerja yang digunakan karyawan maupun petugas. Untuk pemilihan furniture menggunakan furniture bergaya futuristik, yang dapat dilihat dari bentukannya yang banyak lengkung, berbentuk asimetris, dan penggunaan material dominan putih. Beberapa furniture yang custom adalah bangku pada ruang tunggu, meja customer service, meja bar, kursi tunggu, dll.



Gambar 5.7 Jenis Furnitur Pabrikan Digunakan pada Ruang Tunggu
(sumber: pinterest.com)



Gambar 5.8 Furnitur Custom pada Ruang Tunggu
(sumber: pribadi)

5.2.2.8 Konsep Pencahayaan

Dalam teori interior, ada tiga tipe pencahayaan berdasarkan fungsinya yaitu *general lighting*, *task lighting* dan *accent lighting*. Untuk mendapatkan nuansa ruangan yang diinginkan, penggabungan ketiga jenis pencahayaan tersebut adalah salah satu cara yang dapat dilakukan. Karena pencahayaan dapat mempengaruhi *mood* dari pengunjung yang berada di dalam ruangan. Konsep pencahayaan pada Showroom Honda ini dengan 2 macam yaitu alami dan buatan.

a. Cahaya Alami

Cahaya alami didapatkan dari cahaya matahari yang masuk kedalam ruangan melalui bukaan jendela atau pintu yang bermaterialkan kaca. Tipe pencahayaan ini dapat difungsikan pada siang hari.



Gambar 5.9 Penggunaan Pencahayaan Alami
(sumber: google)



b. Cahaya Buatan

Cahaya buatan dalam hal ini downlight digunakan hampir seluruh ruangan, karena tidak semua ruangan mendapat sinar matahari yang cukup hanya bagian area display saja yang mendapat cukup pencahayaan alami sehingga tidak membutuhkan lampu downlight untuk meneranginya.

Pada bagian waiting room, menggunakan lampu neon untuk menerangi ruangan untuk memberi kesan futuristik pada ruang dimana salah satu ciri gaya futuristic adalah berupa garis-garis lurus yang tegas.



Gambar 5.10 Penggunaan Pencahayaan Buatan Neon
(sumber: pribadi)

5.2.2.9 Elemen Estetis

Elemen estetis pada ruangan display menggunakan vertical garden yang menjulang hingga plafond, dengan tujuan pengunjung akan merasakan suasana alam dalam ruang. Hal ini tentu akan menarik jika dipadukan dengan konsep futuristik dalam ruangan, sehingga pengunjung akan merasa suasana yang berbeda pada showroom umumnya dan pengunjung merasa seperti di masa depan. Ada juga elemen estetis yang menyerupai bentukan pohon dengan penambahan lampu disela-selanya membuat ruangan semakin memiliki nilai tambah di mata pengunjung.



Gambar 5.11 Elemen Estetis Menyerupai Pohon
(sumber: pribadi)



Gambar 5.12 Elemen Estetis Vertical Garden
(sumber: pinterest)



BAB VI DESAIN AKHIR

6.1 Desain Akhir

Desain akhir merupakan hasil akhir dari desain yang dirancang untuk objek desain showroom Honda jemursari.



Gambar 5.13 Tampak Depan Desain Showroom
(sumber: penulis)



Gambar 5.14 Tampak Depan Desain Showroom
(sumber: penulis)



Pada Gambar 5.13 dan 5.14 merupakan suasana yang ditampilkan pada ruang terpilih satu view satu yaitu area display. Pada ruang terpilih satu ini menggunakan warna dominasi putih karena ciri dari futuristik itu sendiri yaitu dominan warna netral seperti putih. Menampilkan penggunaan elemen estetis vertical garden dan penggunaan tanaman alami ada pinggiran showroom untuk membuat pengunjung merasakan suasana alam dalam ruang.



Gambar 5.15 Desain Suasana Area Display
(sumber: penulis)

Pada Gambar 5.15 merupakan suasana yang ditampilkan pada ruang terpilih satu view satu yaitu area display. Nampak vertical garden yang menjulang dan terdapat bangku yang didesain dengan bentuk futuristik didepaannya membuat pengunjung yang datang dapat bersantai dibangku sambil merasakan suasana alam hijau vertical garden tersebut. Tidak lupa dilengkapi area bermain anak yang didalamnya terdapat fasilitas bermain bagi anak sehingga pengunjung tidak usah merasa khawatir jika membawa putra-putri nya yang masih balita.



Gambar 5.16 Letak Official Merchandise dan SpareParts
(sumber: penulis)



Gambar 5.17 Suasana Area Display Tampak Luar
(sumber: penulis)

Tidak hanya itu, showroom ini juga dilengkapi official merchandis dan spareparts original yang terletak disamping dekat kaca area display ini. Sehingga pengunjung dapat membawa pulang produk orisinal Honda seperti baju, maupun spareparts original dari Honda.



Gambar 5.18 Suasana Waiting Room
(sumber: penulis)



Gambar 5.19 Area Minibar Waiting Room
(sumber: penulis)

Pada Gambar 5.18 dan 5.19 menampilkan tampilan waiting room yang didominasi warna putih. Konsep futuristic sangat terasa pada ruangan ini, karena permainan plafon ekspose, bentukan-bentukan furnitur khas futuristik, dan permainan lampu neon yang begitu mendominasi dalam ruangan. Selain itu yang khas adanya



elemen estetis pohon buatan yang dilengkapi lampu-lampu neon memperkuat konsep fuuristik dalam ruang.

Konsep Green itu sendiri adanya tanaman sebagai elemen estetis dibagian pinggir ruang sehingga pengunjung diharapkan tidak menjadi bosan karena harus menunggu lama kendaraan yang diservis atau sekedar duduk santai disini.



Gambar 5.20 Area Santai Kantor Lantai 2

(sumber: penulis)



Gambar 5.21 Area Kantin dan Santai Kantor Lantai 2

(sumber: penulis)

Area santai dan kantin seperti terlihat pada gambar 5.20 dan 5.21 yang terletak di lantai 2 ini berfungsi sebagai sarana refreshing sejenak bagi para pegawai kantor ditengah kesibukan kantor. Area ini terdapat kantin dan area santai yang didalamnya terdapat berbagai fasilitas yang dapat membuat pegawai santai sejenak, seperti tenis

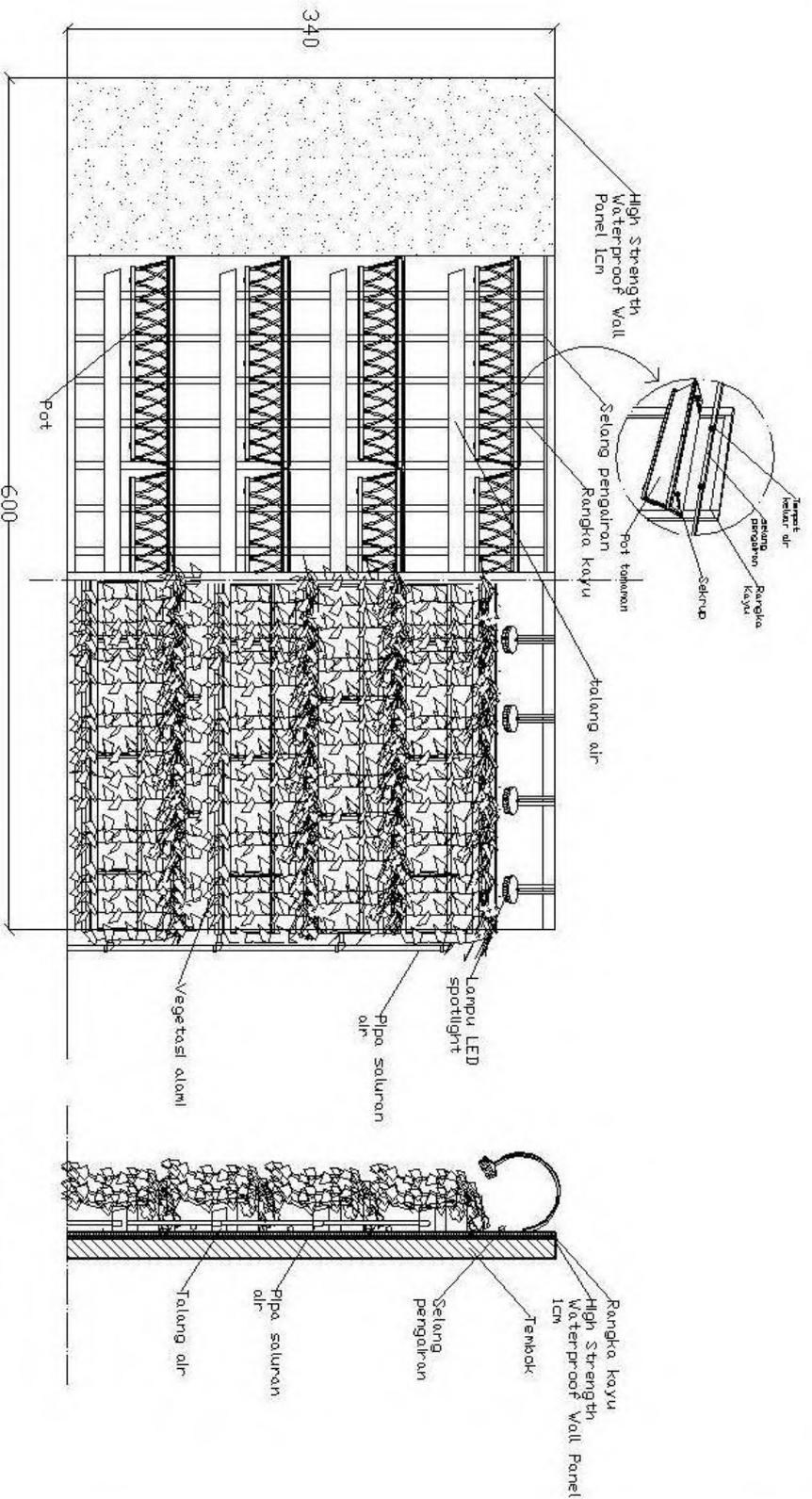


meja, dan berbagai sofa dan kursi pelepas penat. Diharapkan setelah makan siang pegawai juga dapat melepas penat sejenak di area ini, sehingga produktifitas kerja akan meningkat juga. Konsep yang digunakan pada area ini lebih ke futuristic terlihat dari penggunaan plafon ekpose dan konsep green dari penggunaan cahaya alami yang dimaksimalkan selain menggunakan artgrass pada dinding kantin.



Gambar 5.22 Area Kantin

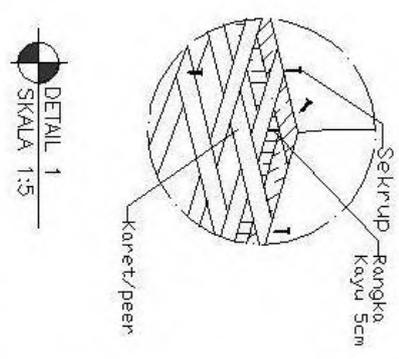
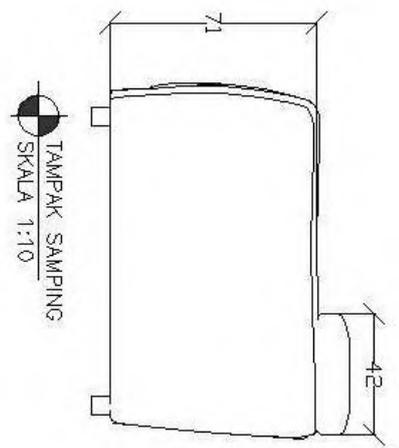
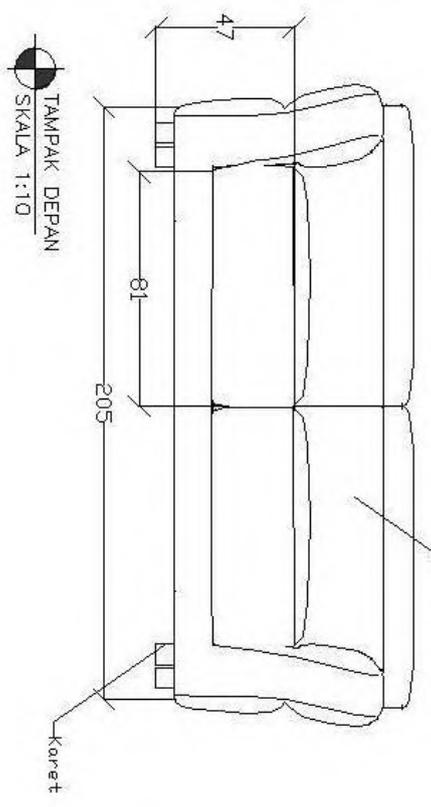
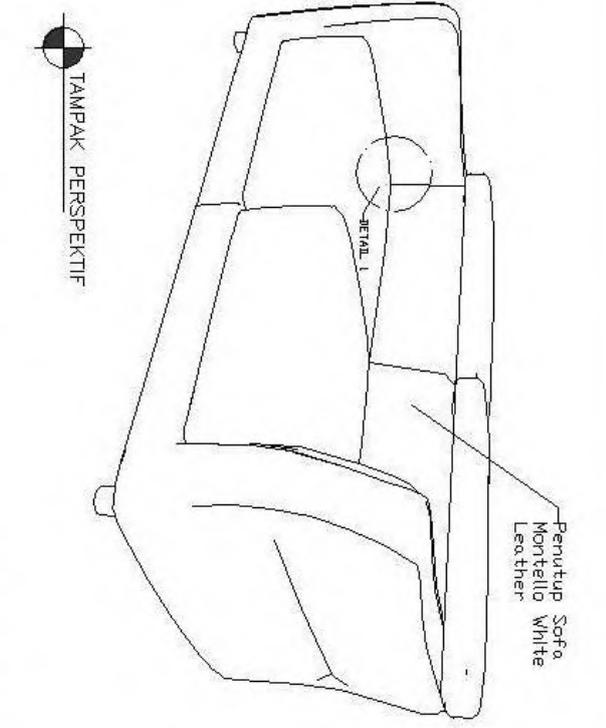
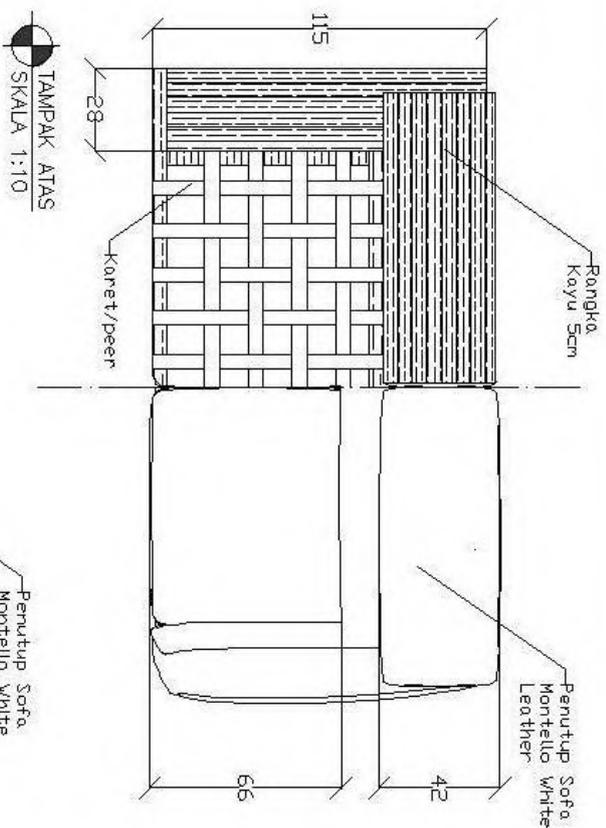
(sumber: penulis)



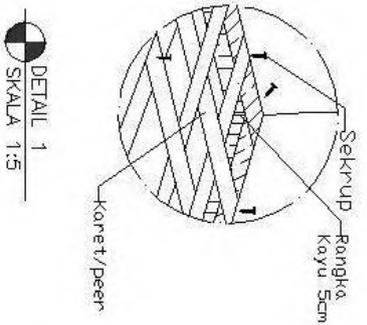
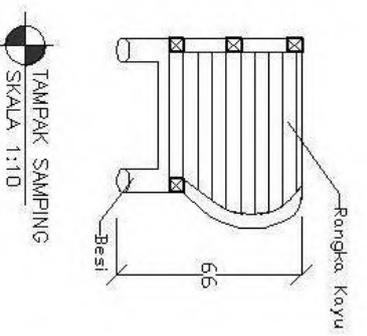
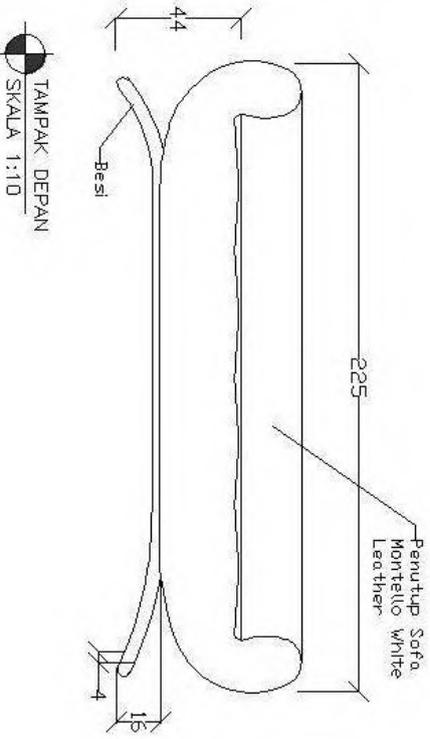
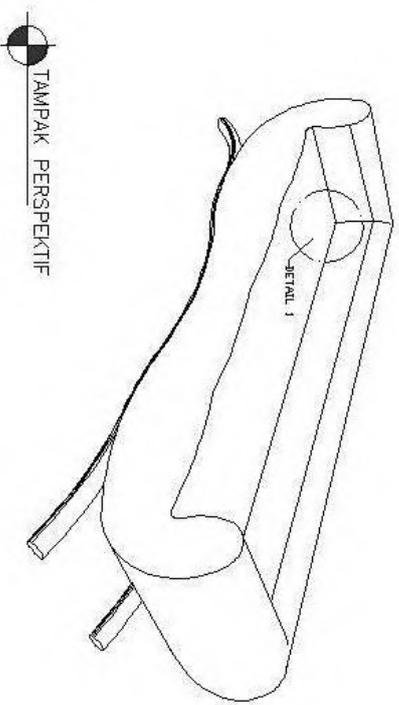
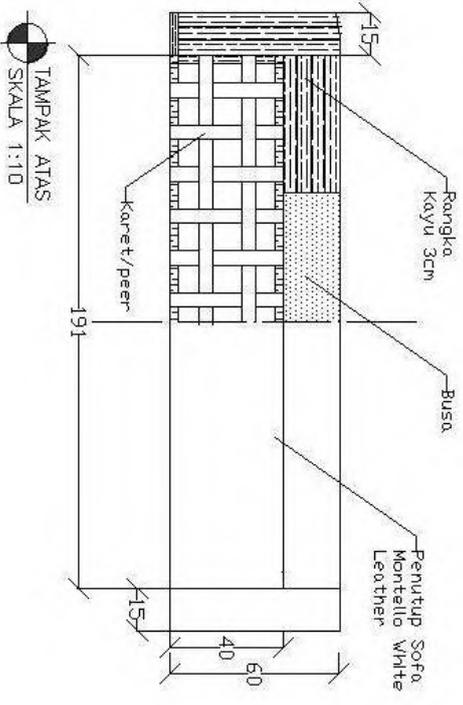
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:20

TAMPAK SAMPIING
SKALA 1:20

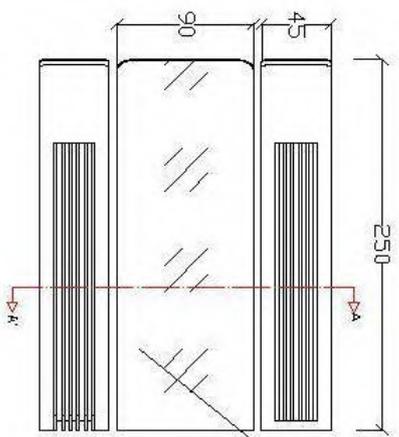
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	NAMA : ADEL YANA BRISANTIA NPM : 342601051	TGL : 14 APRIL 2019 SATUAN : CM SKALA : 1:1, 1:20	KONDISI	NILAI
	Dosen : AGUS VANDY A ST NANT			
	JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS			



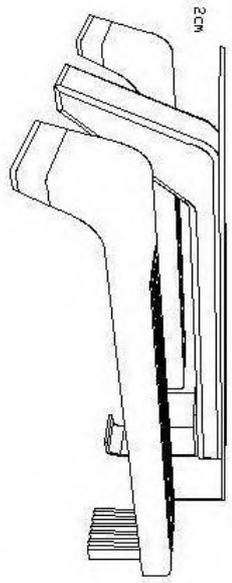
TUGAS AKHIR		NAMA : ARIYATI RAHMANA		TGL. : 14 MEI 2006		ASISTENSI		NILAI	
DESAIN INTERIOR		NPM : 24030101		SITUSAH : DM					
PERANCANGAN SHOWROOM		Dosen : ARIYATI RAHMANA		SKALA : 1 : 1, 50					
JURUSAN DESAIN INTERIOR		FACULTY OF ARCHITECTURE		UNIVERSITY OF PADJARAN					
FTSP		JUR. PERANCANGAN BANGUNAN TERBUKA 3		GIRIWAH					



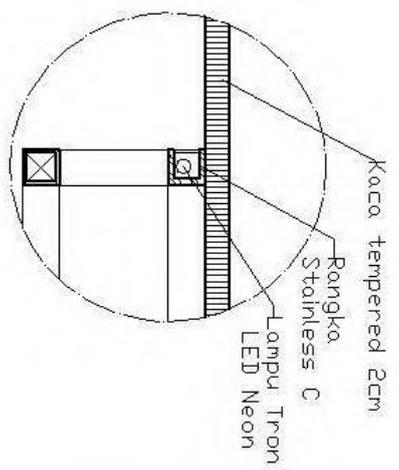
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM LUSGANI DESAIN INTERIOR ETS	NAMA : ABD. YAMA REBANTA NPM : 24120051 DOSEN : YAMA YANTO A ST MAT ETS	TEL. : 4 APRIL 2018 SALIMAH CH SKALA 1:1:10	ASISTENSI	MILIK
JUDUL GAMBAR DESIGN TRANSLUCER RUMAH TERBUKA 9 GURUP ITS				



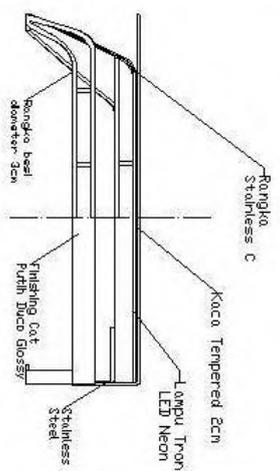
TAMPAK ATAS
SKALA 1:20



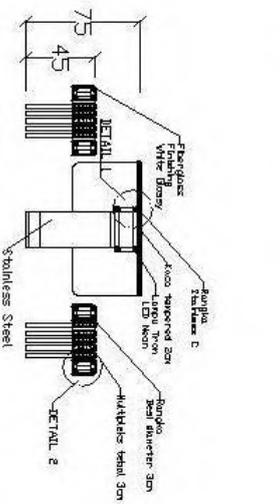
TAMPAK PERSPEKTIF



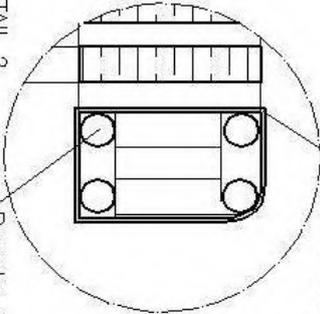
DETAIL 1
SKALA 1:5



TAMPAK DEPAN
SKALA 1:20

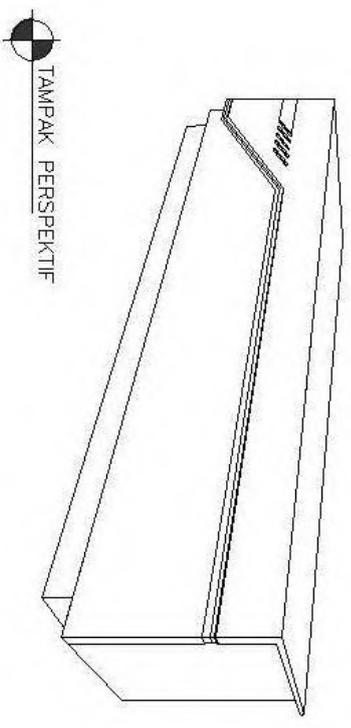
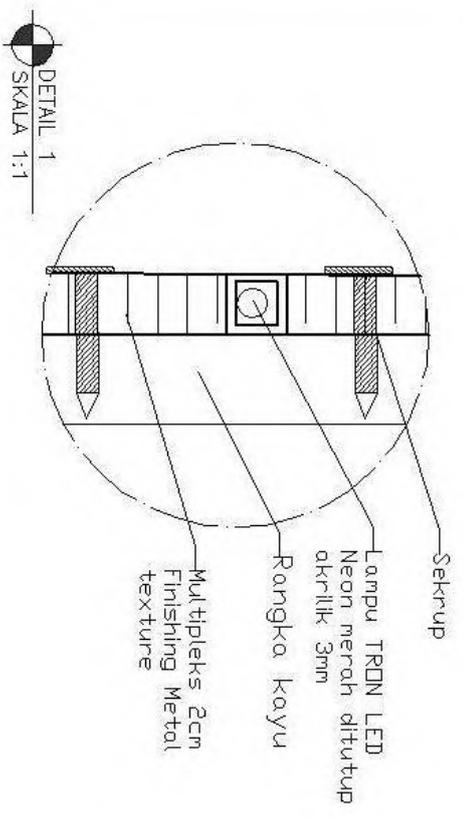
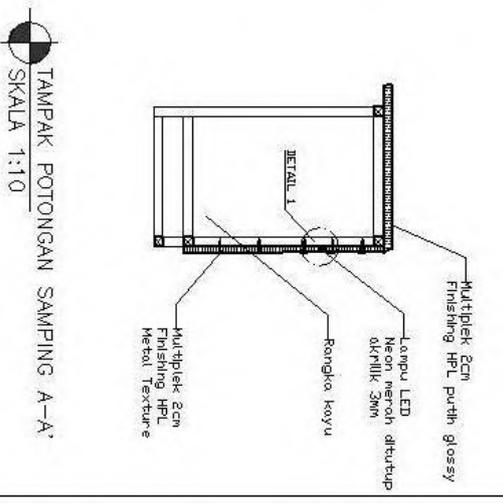
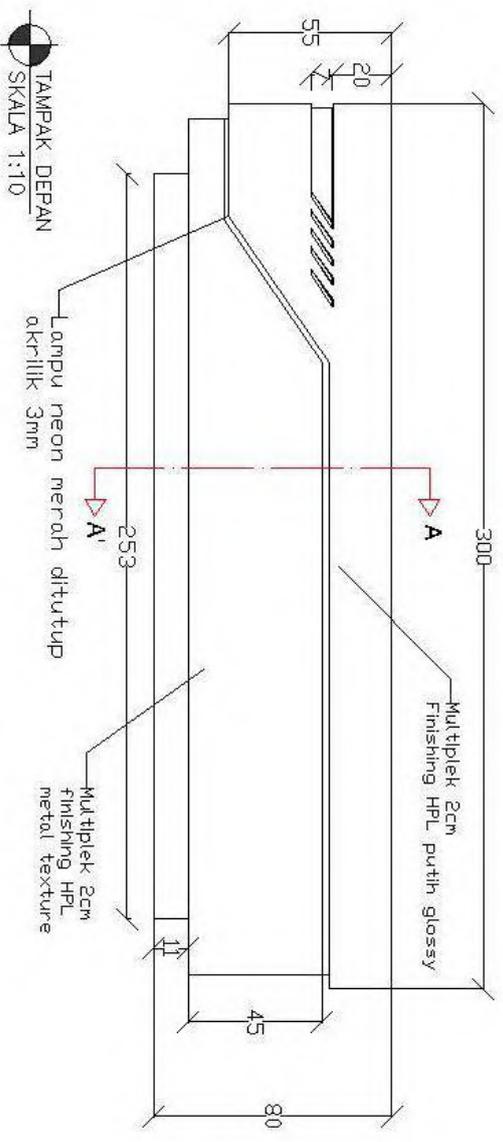


TAMPAK POTONGAN A-A'
SKALA 1:20

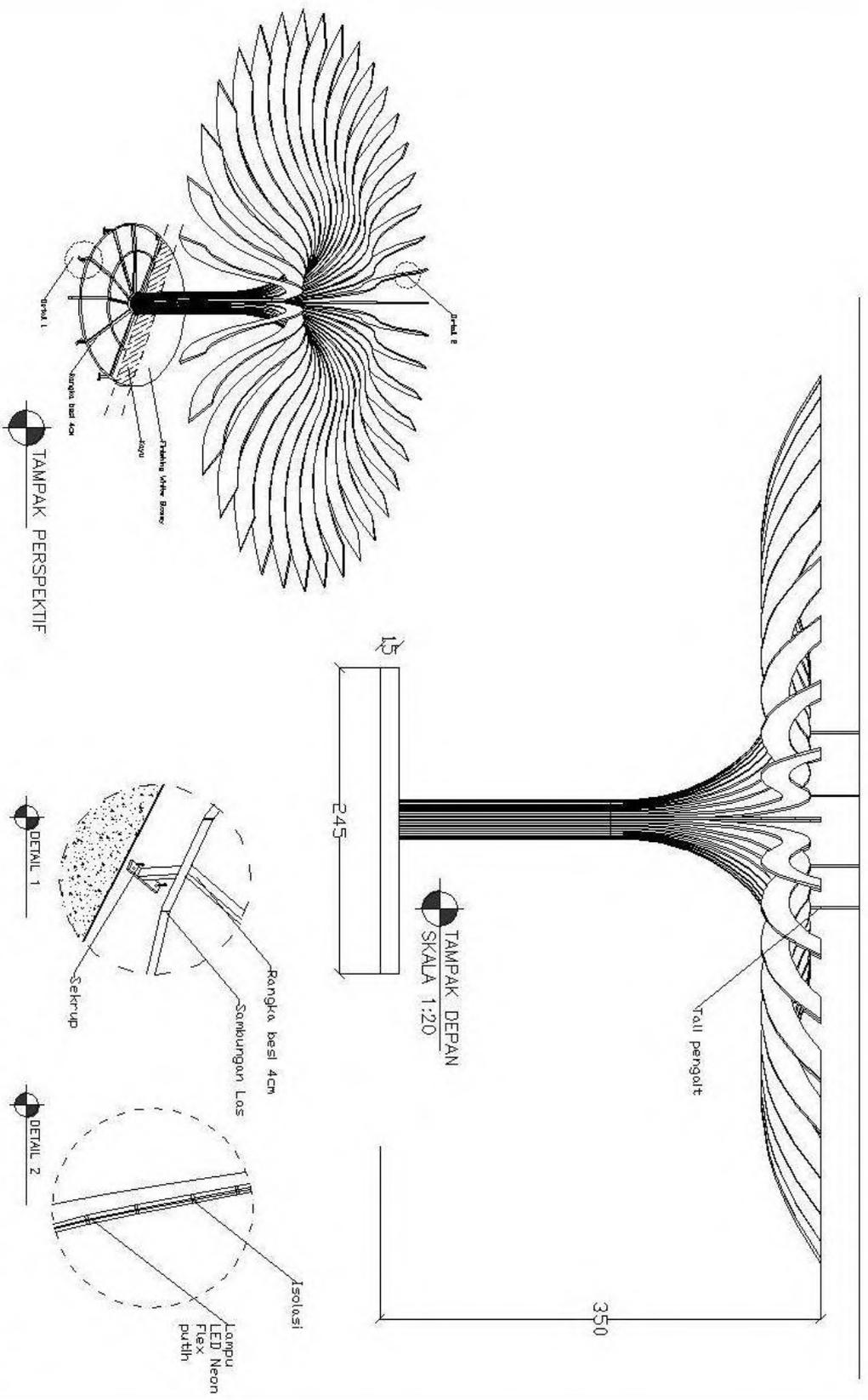


DETAIL 2
SKALA 1:5

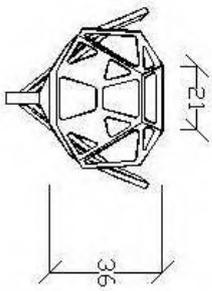
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR	NAMA : ADEL ANNA RESKANTA	TGL. : 4 APRIL 2018	NO/STUDI	NILAI
PERANCANGAN SHOWROOM	HRP : 346100181	SKRIPSI / OH		
JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	DISEN / AZKA VANDY A ST NMT	SKALA 1:1,1 BI		
	DEKOR / ANANDA			
	DETAIL FURNITUR RANGKAIAN MEJANY GAMBUNG			



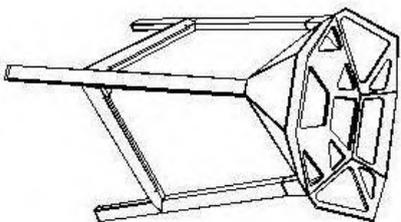
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM JURUSAN DESAIN INTERIOR ITS	NAMA : ADEL JANA RESHITA NPM : 34610181 DESIGN : ADA VERA A ST NMT	TEL : + 62 31 828 4400 SATUAN : CM SKALA : 1 : 1.10	NO. DAFTAR : 14 APRIL 2018 ASISTENSI	NILAI
--	--	---	---	-------



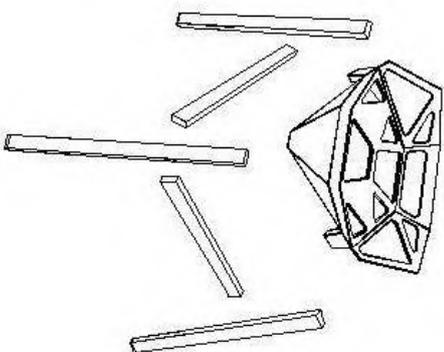
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	NAMA : ADEL ANNA ROSANTIA	TEL. : + 62 812 2012 832082	ASISTENSI	MULAI
	NIK : 31420081	SKRIPSI : CM		
	JUDUL : AKA VADY A ST NAF	SKALA : 1 : 1 : 10		
	JURUSAN : ARSITEKTUR RANG TUNGGU			



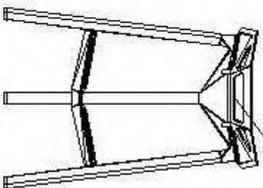
TAMPAK ATAS
SKALA 1:10



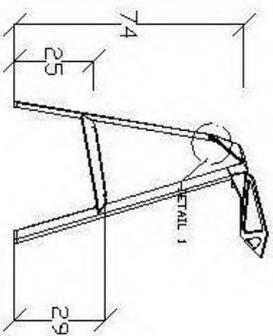
TAMPAK PERSPEKTIF



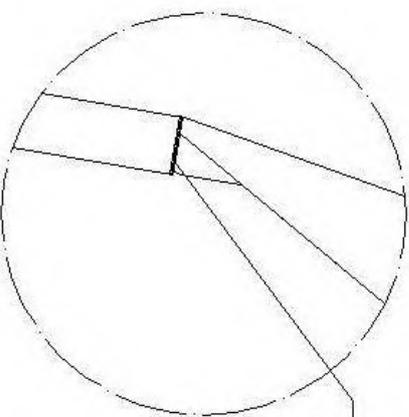
Besi Finishing
Black Glossy



TAMPAK DEPAN
SKALA 1:10

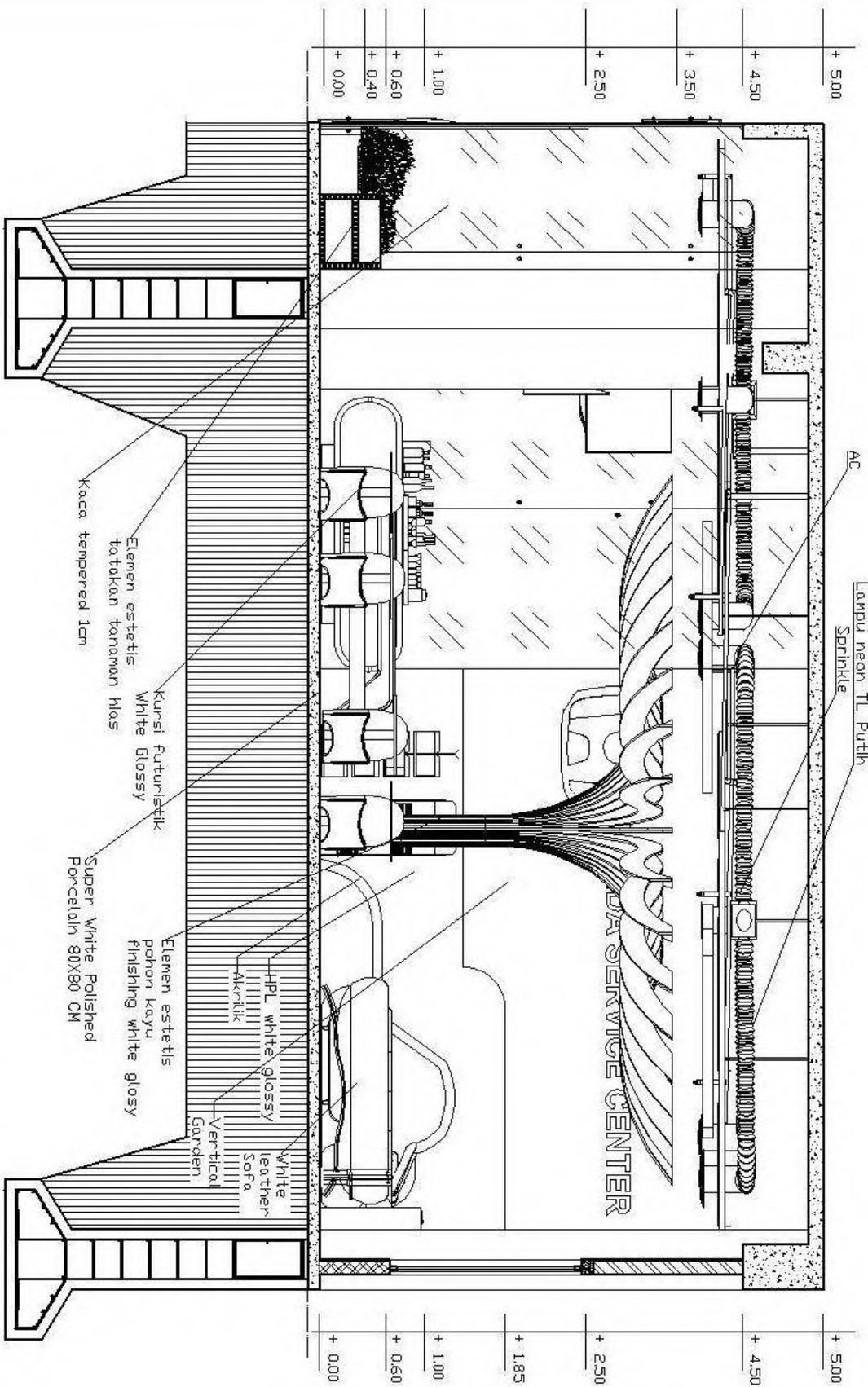


TAMPAK SAMPIING
SKALA 1:10

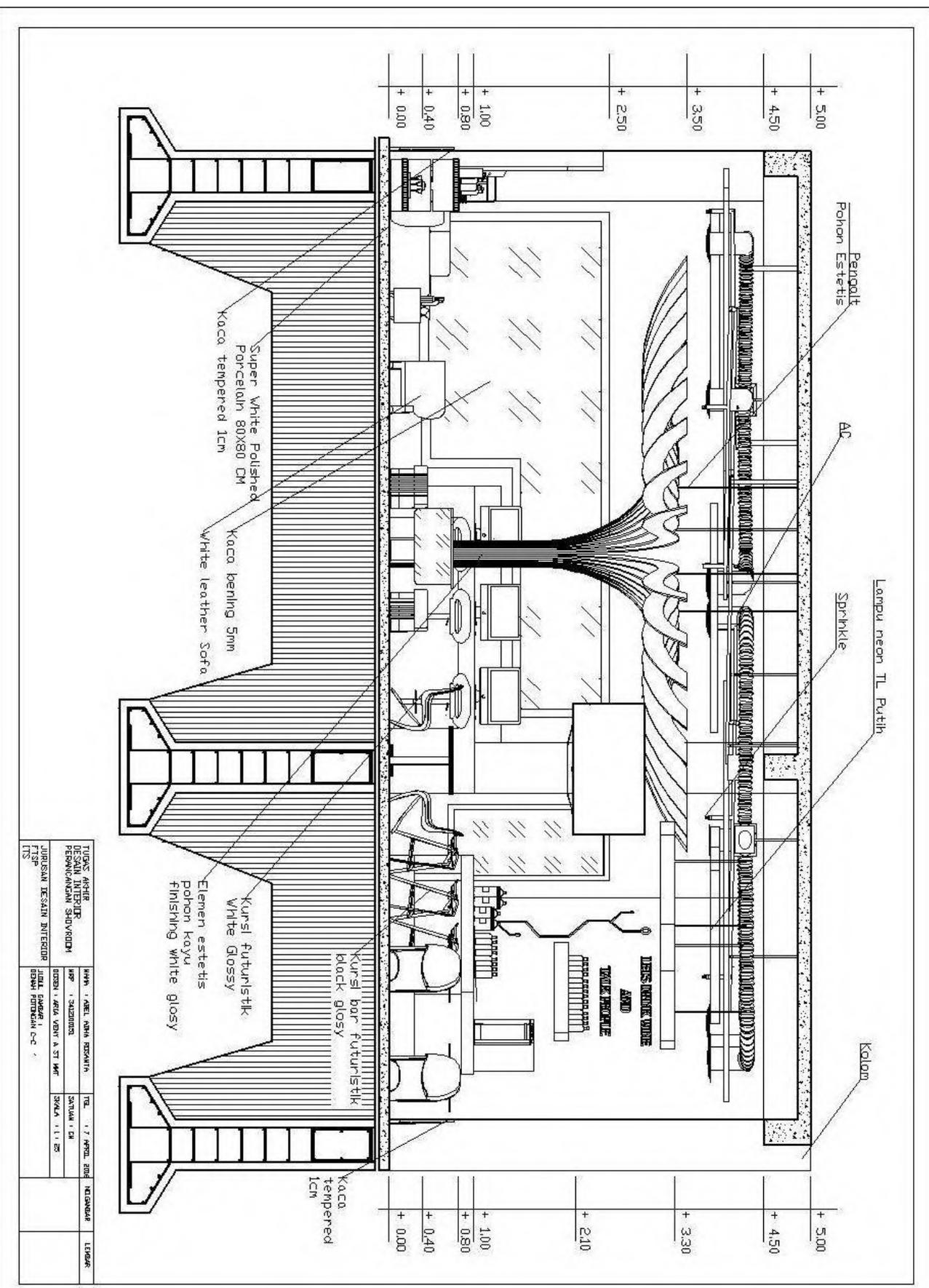


DETAIL 1
SKALA 1:1

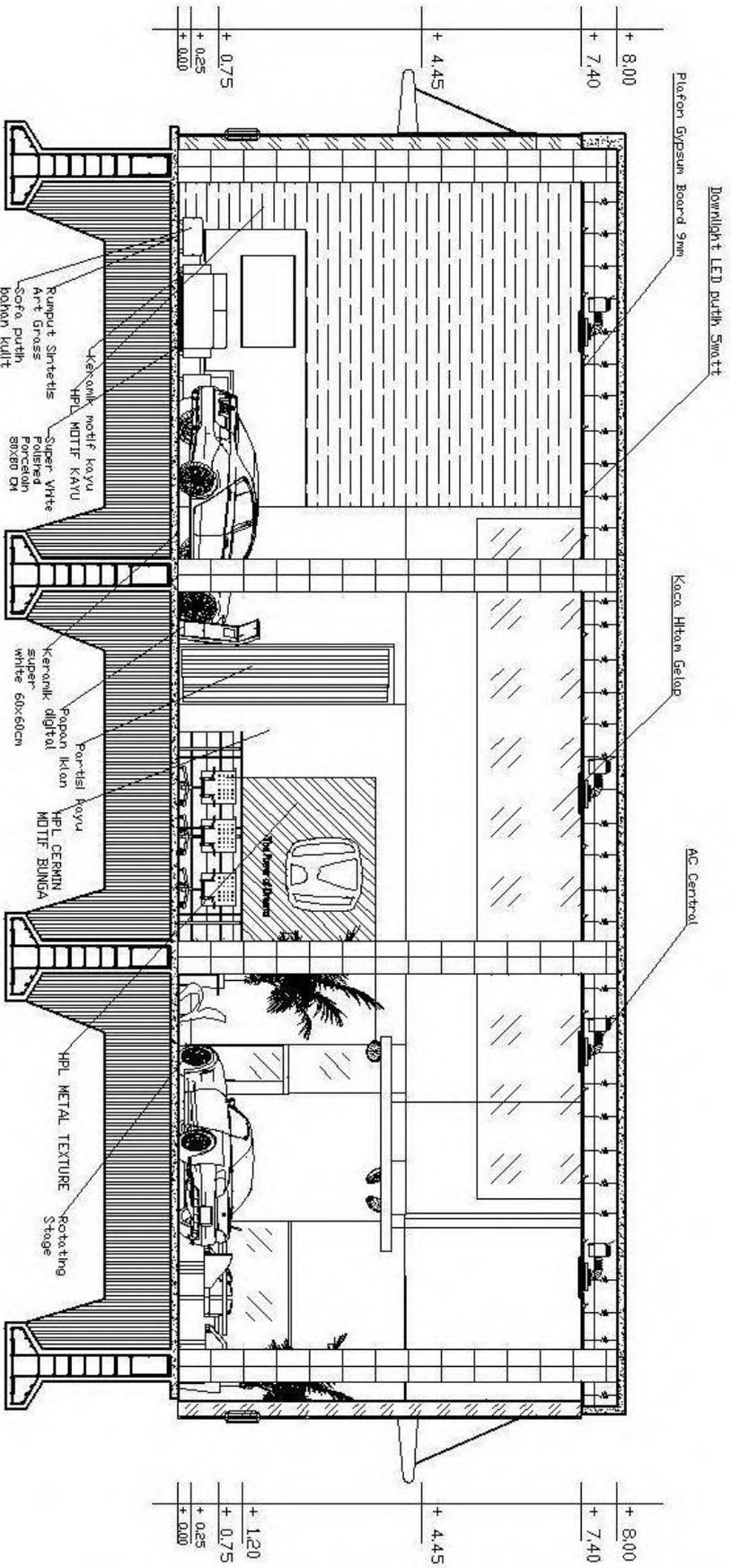
TUJUAN ASAS DESAIN INTERIOR		NAMA : ABEL ANA BERNITA		TGL. : 4 APRIL 2018		ASISTENSI		NILAI	
PERANCANGAN SHOWROOM		NPM : 341210151		SALINAN : CM					
JURUSAN DESAIN INTERIOR		Dosen : ADA VIKY & ST NMT		SKALA : 1:10					
ITS		JUDUL GAMBAR : DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH & RUMAH BANG							



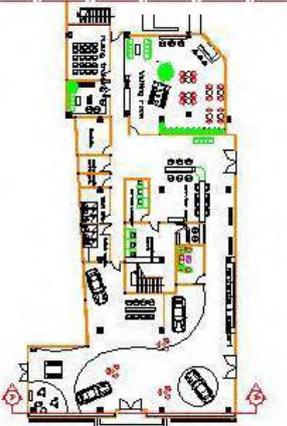
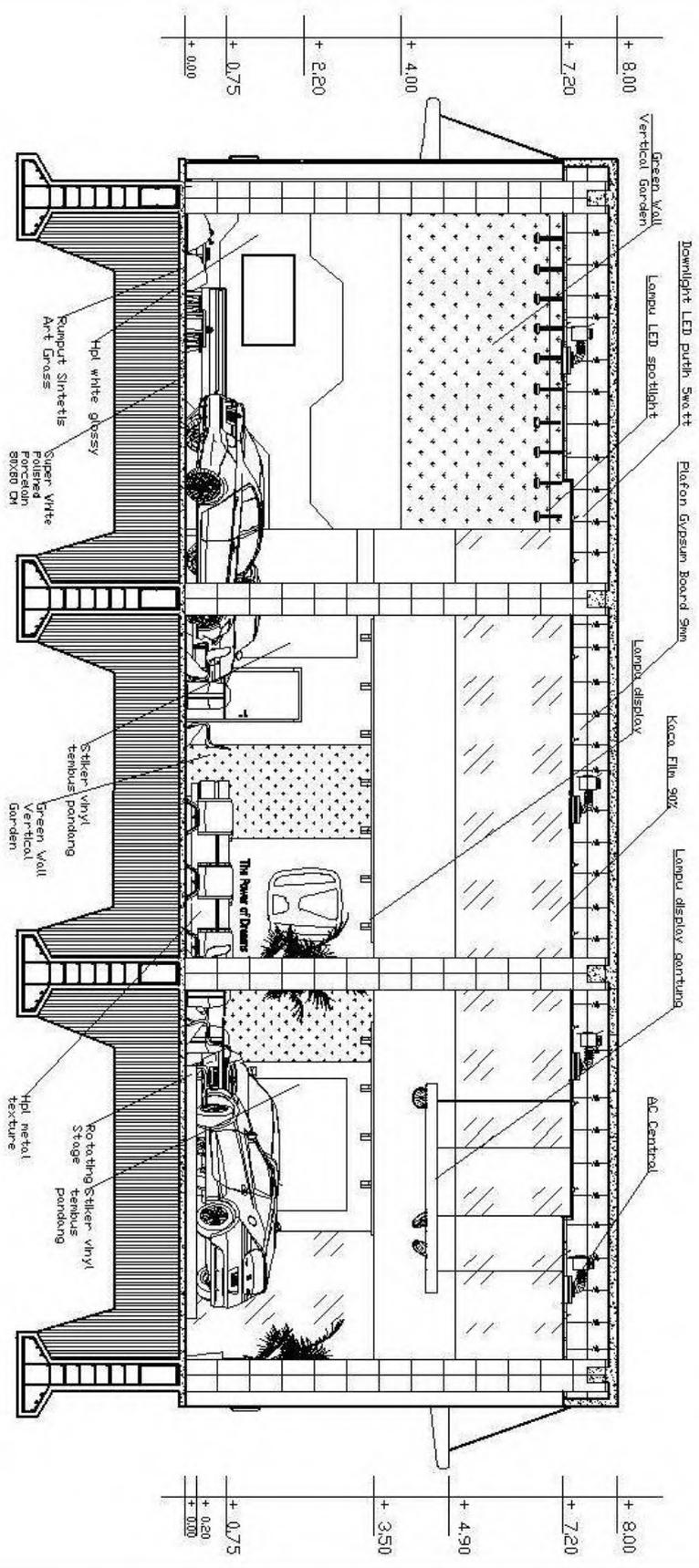
TUGAS MATEMATIKA	NAMA : RAHMAD, RAMA, RIZKIYANTI	TEL. : 0812 3456 7890	KELAS :
DESAIN INTERIOR	KEP. : SHELWIS	SATUAN : CM	LEBAR :
PERENCANAAN SPASIAL	DIREKSI : RINA, YANI & ST. MIA	SKALA : 1 : 1.25	
PROJEKSI	JUDUL GAMBAR :		
LEMBAR	DISUSUN OLEH :		



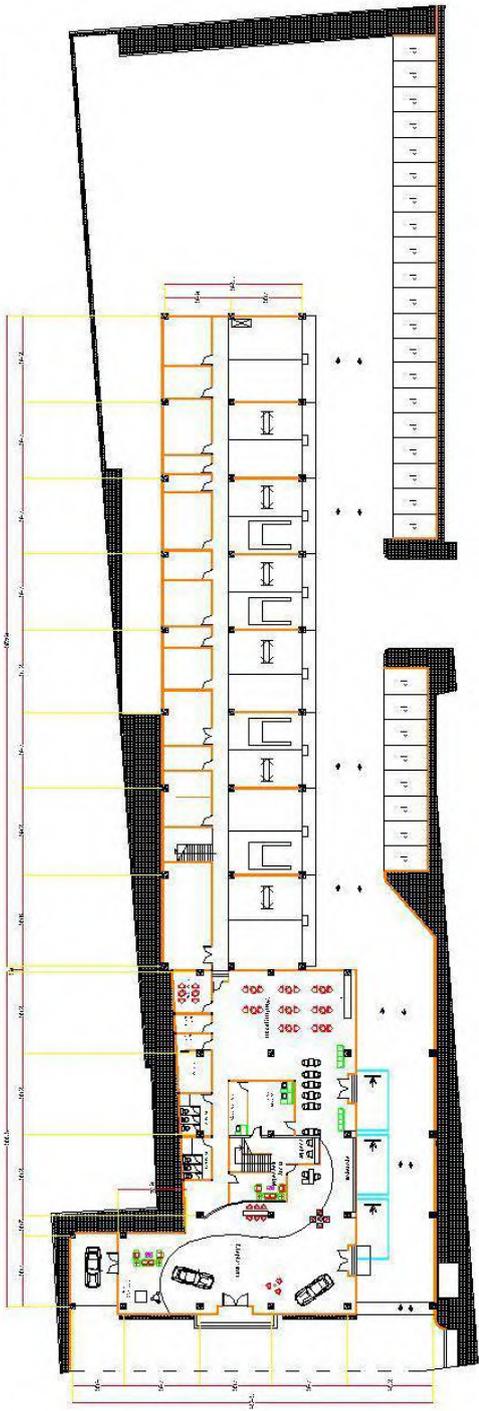
TUJUAN ASHIF DESAIN INTERIOR PERENCANAAN SHOUVAQDA		KELAS : ABEL NAMA DESAIN		TGL. : 17 APRIL 2016		REVISI	
JURUSAN DESAIN INTERIOR ITS		DOSEN : AGUS VENTRI A ST MMT		MATERI : 1.1.1.05			
JALAN PABARAI DESA PONDOKAN C-2		JALAN PABARAI DESA PONDOKAN C-2					



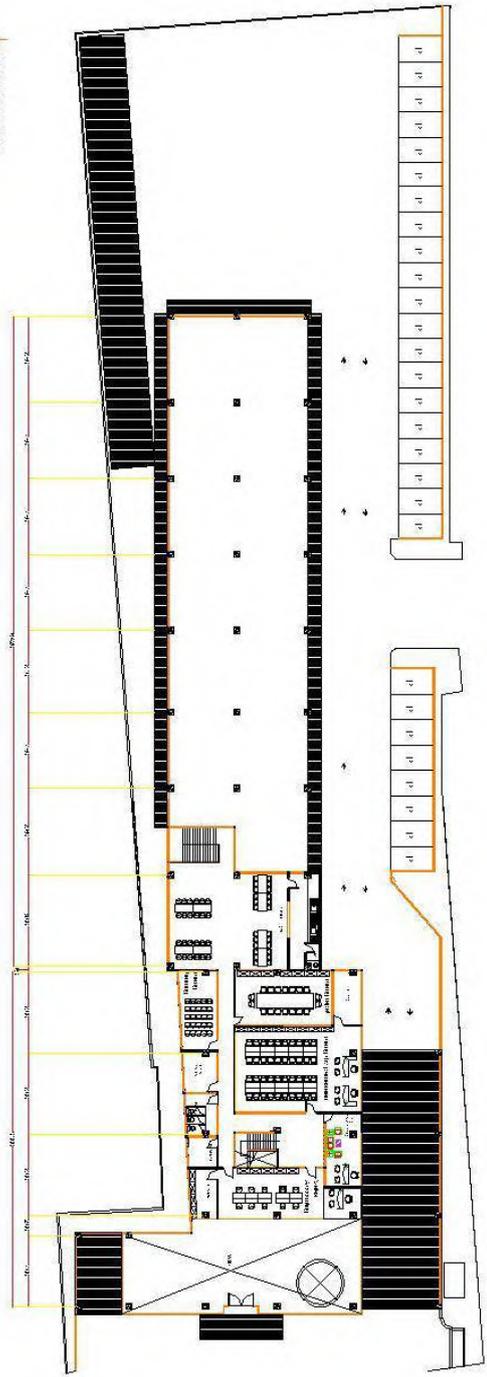
TIJUAN: ARSITEKUR DESAIN INTERIOR PERENCANAAN SUDUPRODA		NAMA: ABEL NARA RESKANTA NPM: 34301003		TGL: 17 APRIL 2024 NERANGKAP		LEMBAR	
JURUSAN DESAIN INTERIOR ITS		DOSEN: ARUN VERA A ST MAF JUDUL: GAMBAR 1 DESAIN FOTOGRAFI BERTITIK POKOK		SAKTIWA / 24		2024 / 1 / 1 / 20	



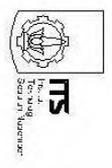
TUJUAN ANHER DESAIN INTERIOR PERMUCANAN SHOWROOM	SIWA I ANEL ANA RESAMTA	TEL. 07 APRIL 2016	KELASBAR
JURUSAN DESAIN INTERIOR ITS	HRP 1.2420001	SATUAN 1.01	LEBAR
	DOSEN : ARIY VENT A ST MHT	SIWA I 1.11.20	
	JUDUL : ANHER 1 DOOR PORTKAM 4-4		



DENAH LANTAI 1
SKALA 1:50



DENAH LANTAI 2



JURUSAN DESAIN INTERIOR
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA

DESAIN INTERIOR 5

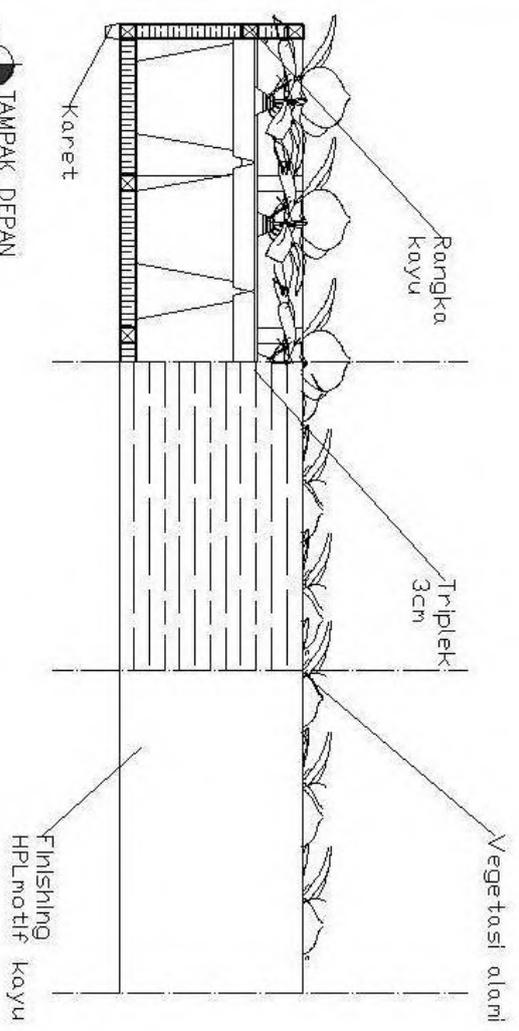
LOKASI PELAKSANAAN :
1. Gedung Neta
Lan K. & St. 105
Re-Desain Interior Showroom Honda

Andi Ayu Ramella
41110115

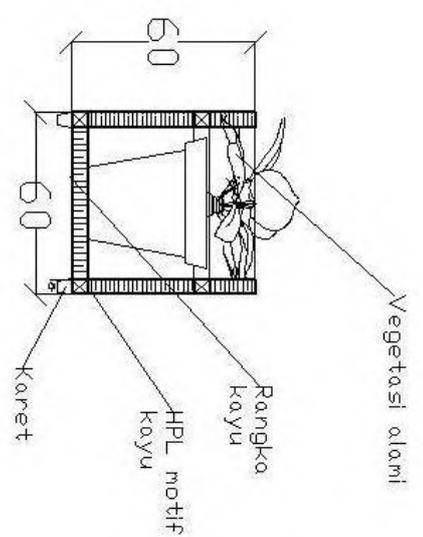
KETERANGAN :

JUDUL GAMBAR	
DENAH EKSTISTING LANTAI 1 DAN LANTAI 2	
SKALA	TANGGAL
1:50	10.03.2023
NO GAMBAR	LEMBAR
A. 02	02

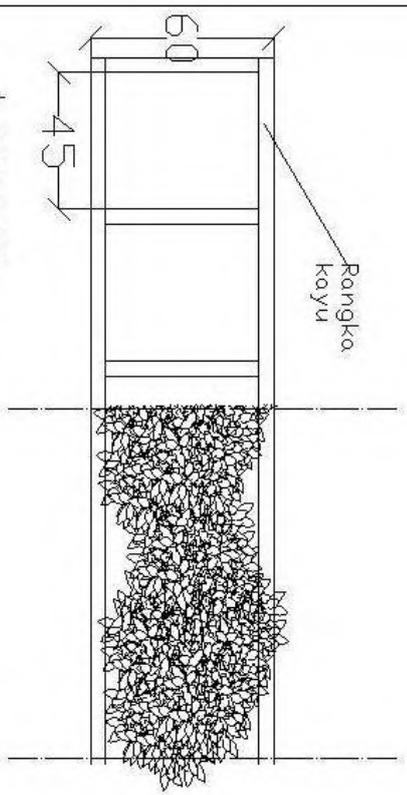
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:10



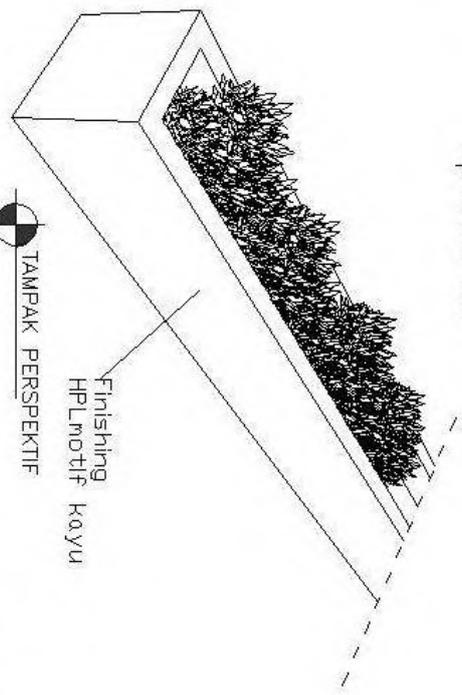
TAMPAK SAMPIING
SKALA 1:10



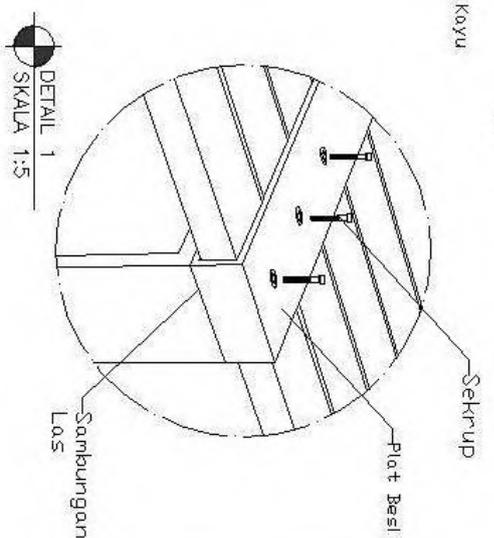
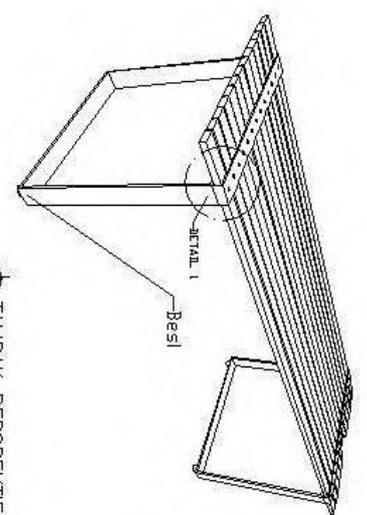
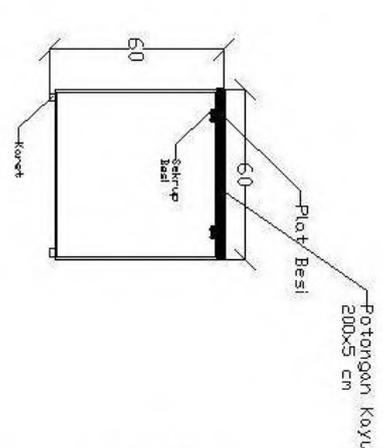
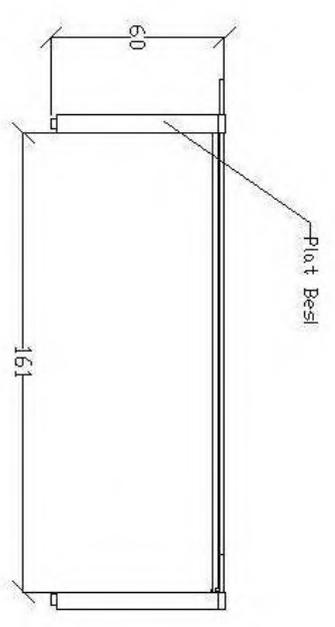
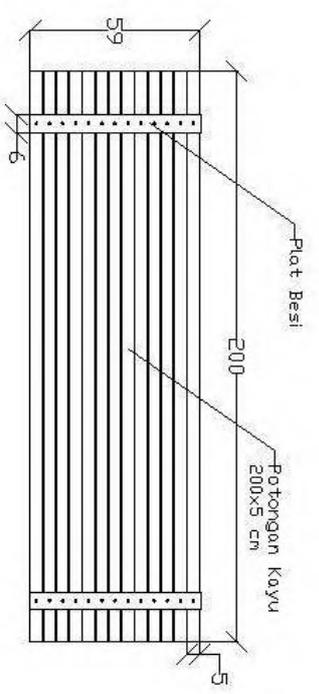
TAMPAK ATAS
SKALA 1:10



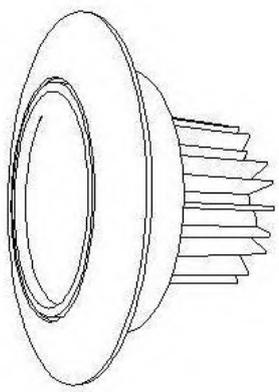
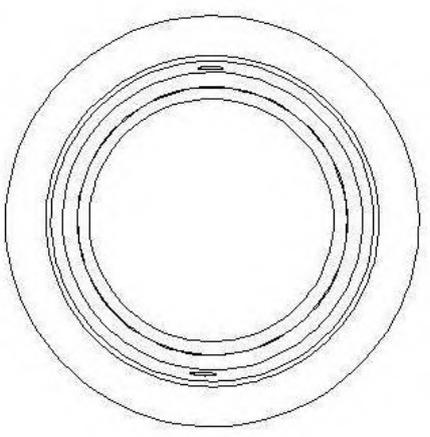
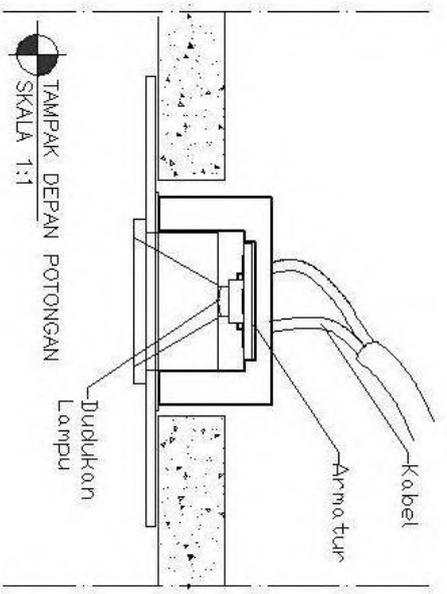
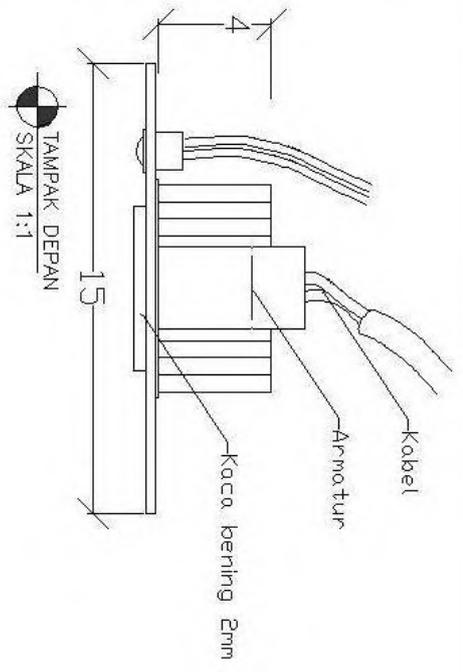
TAMPAK PERSPEKTIF



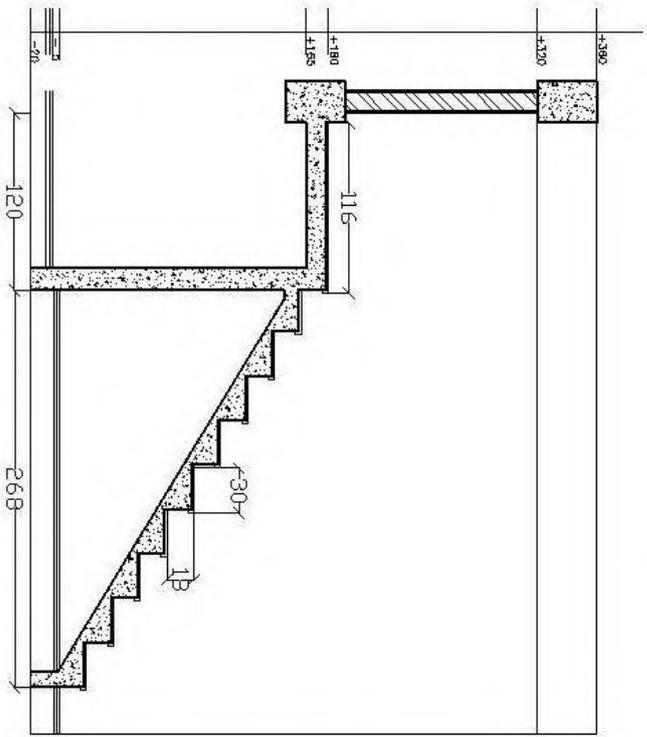
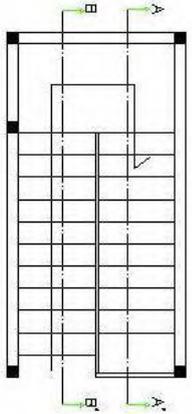
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR		NAMA : ADEL ANIM RUSANTYA		TGL. : 4 APRIL 2023		ASISTENSI		NILAI	
PERANCANGAN SHOWROOM		NPM : 542003031		SMT/TAHUN : 20					
JURUSAN DESAIN INTERIOR		DOSEN : ADEL VERRY A ST MARY		SKALA : 1:1:10					
FTSP		LEMB. SARANA							
LTS		KEMAH. SARANA RUMAH TINGGAL							



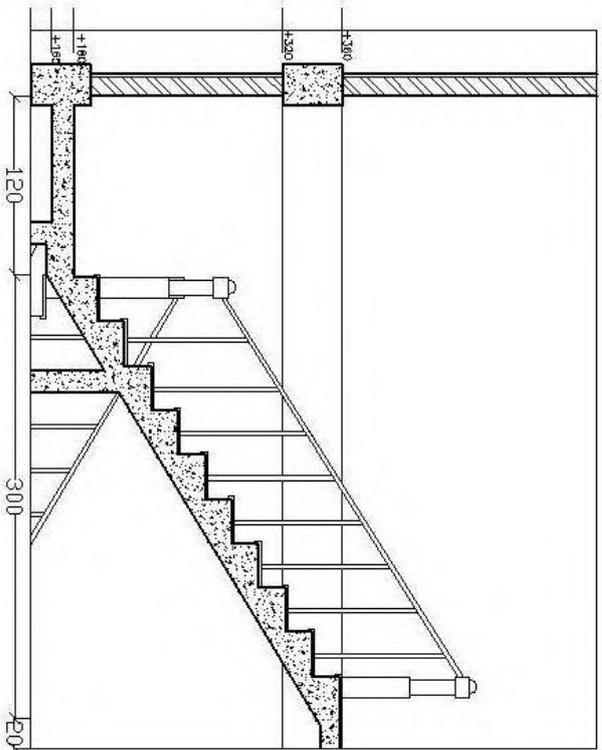
TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	NAMA : ABE. ANA RISANTYA	TAJ. 1 & NET BMS	KELOMPOK	NOUR
	NPM : 3203031	BAROM. CM		
	KESEN. MAN VENT A ST NMT	SKALA 1:1:10		
	JUDUL GAMBAR : DETAIL FURNITURE RUMAH TERBUKA 3 (OLEH ANAK)			



TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR	NAMA : ABEL ADAM MANSANTIA	TGL. : 4 APRIL 2020	ASISTENSI	Nilai
PERANCANGAN SHOWROOM	NPM : 51201003	SATUAN : EN		
JURUSAN DESAIN INTERIOR	DOSEN : AGUS VENTY A ST MARY	SKALA : 1:1:1		
FTSP	ALOK GABARR : RETHIL PAMU INOVASIHT			
LTS				

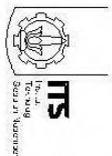
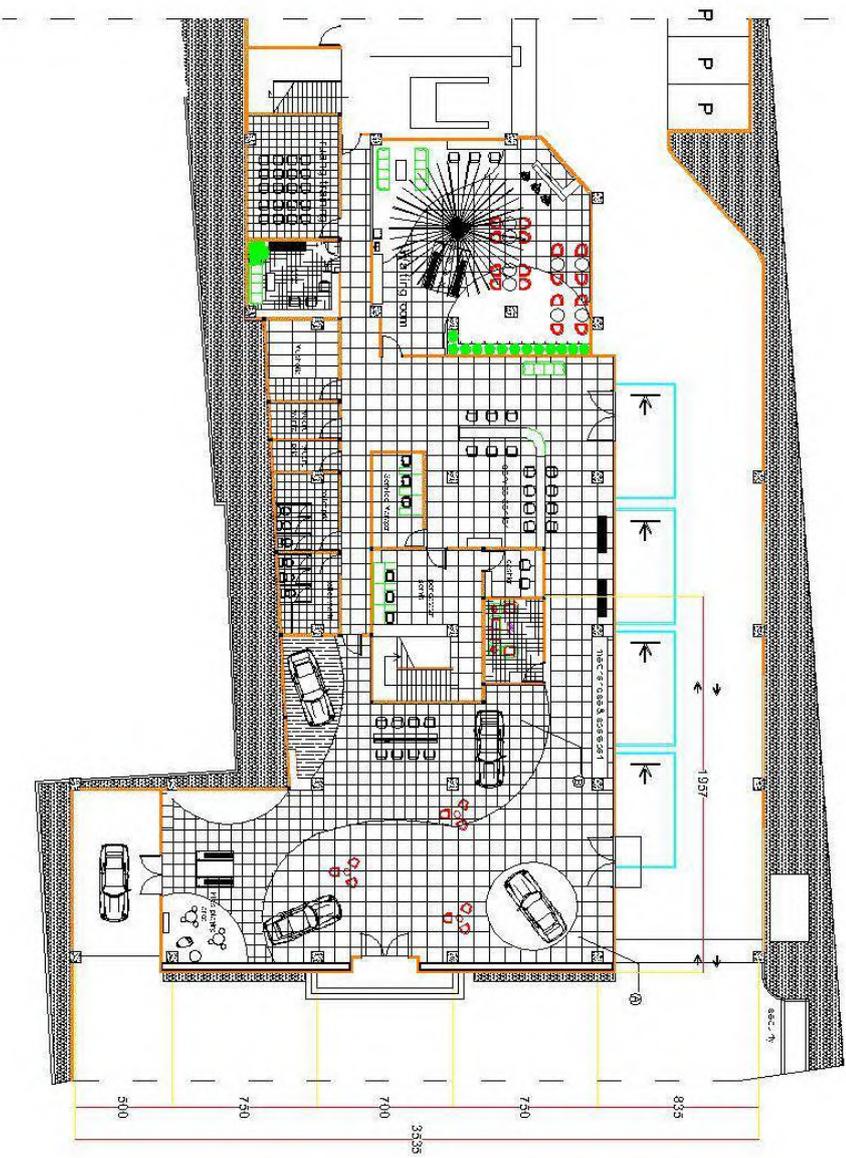


POTONGAN A-A' TANGGA DARI LANTAI 1 KE BORDES
NTS



POTONGAN B-B' TANGGA DARI BORDES KE LANTAI 2
NTS

TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHUVRROOM JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	NAMA : ABEL ANNA RISAKHTA NRP : 3042101015 DOSEN : ANNA VERA A ST NMT JUDUL GAMBAR : DETAL ARSITEKTUR (TANGGA)	TGL : 14 APRIL 2018 SANTUN : CM SKALA : 1 : 1	ASISTENSI	NILAI
---	--	---	-----------	-------



JURISAN DESAIN INTERIOR
 INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
 SURABAYA

TUGAS AKHIR

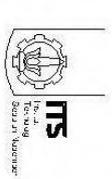
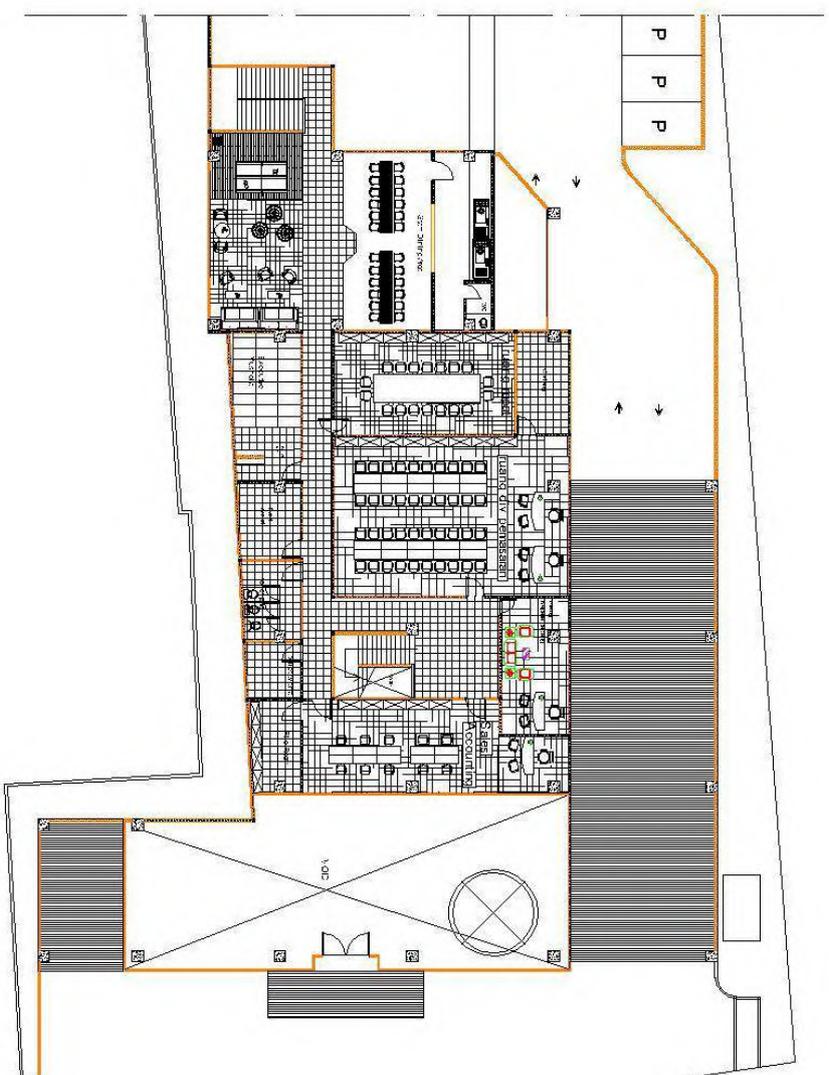
DOSEN PEMBIMBING :
 ANA, WDI' A ST. MM'
 LEA, K A ST. MM'

Re-Design Interior Showroom Honda

Abel Jahn Rosanto
 211210031

KETERANGAN :

JUDUL GAMBAR	
DENAH ALTERNATIF DAN LAYOUT FURNITUR 1 LANTAI 1	
SKALA	TANGGAL
1:150	25 FEBRUARI 2018
NO GAMBAR	LEMBAR



JURUSAN DESAIN INTERIOR
 INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
 SURABAYA

TUGAS AKHIR

DOSEN PEMBIMBING :
 ANA WIDYA S.T., AMT
 DAN K. A. ST., MS

Ru-Obaan Interior Showroom hood

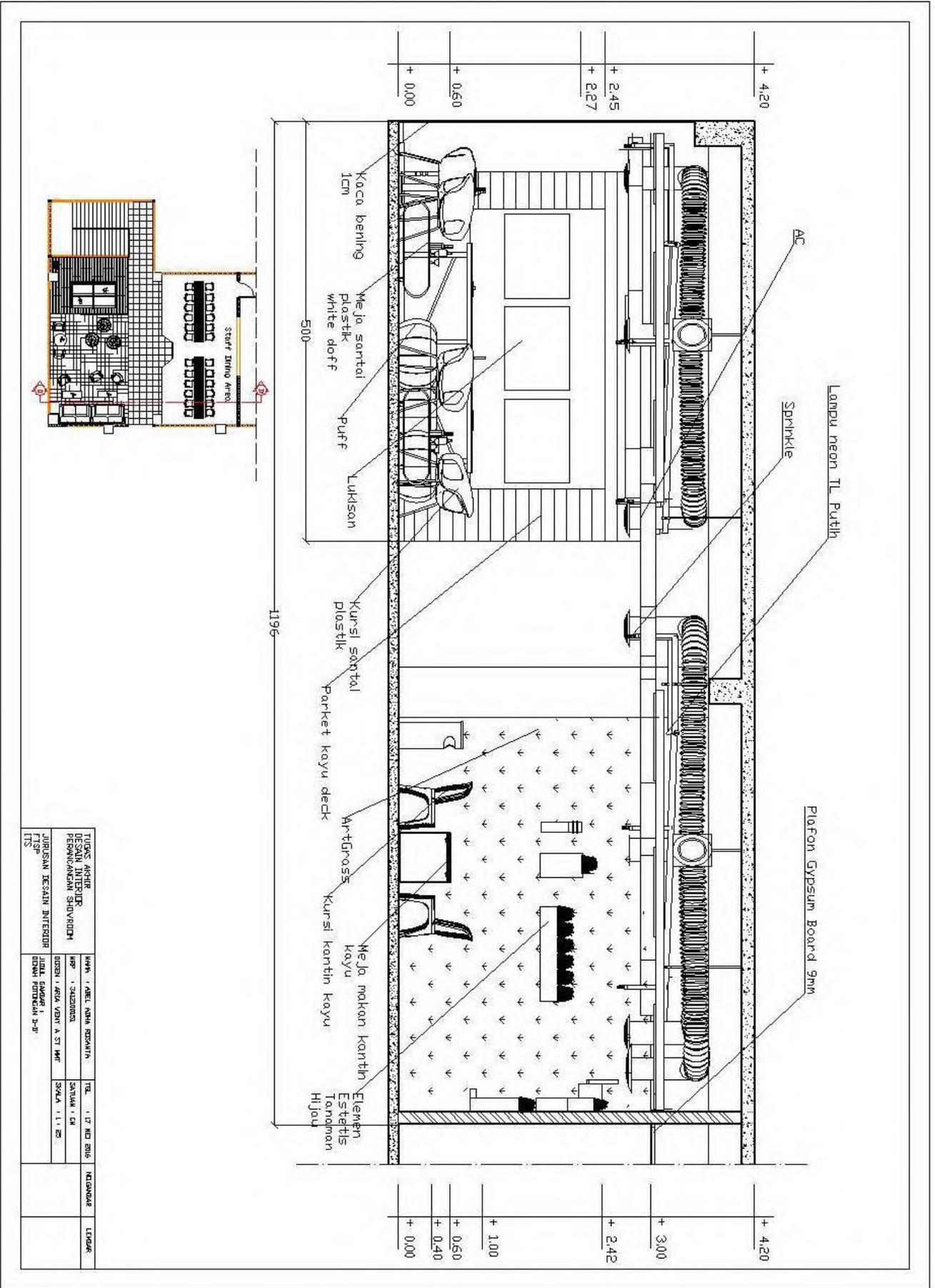
Desain oleh Reza
 412100151

KETERANGAN :

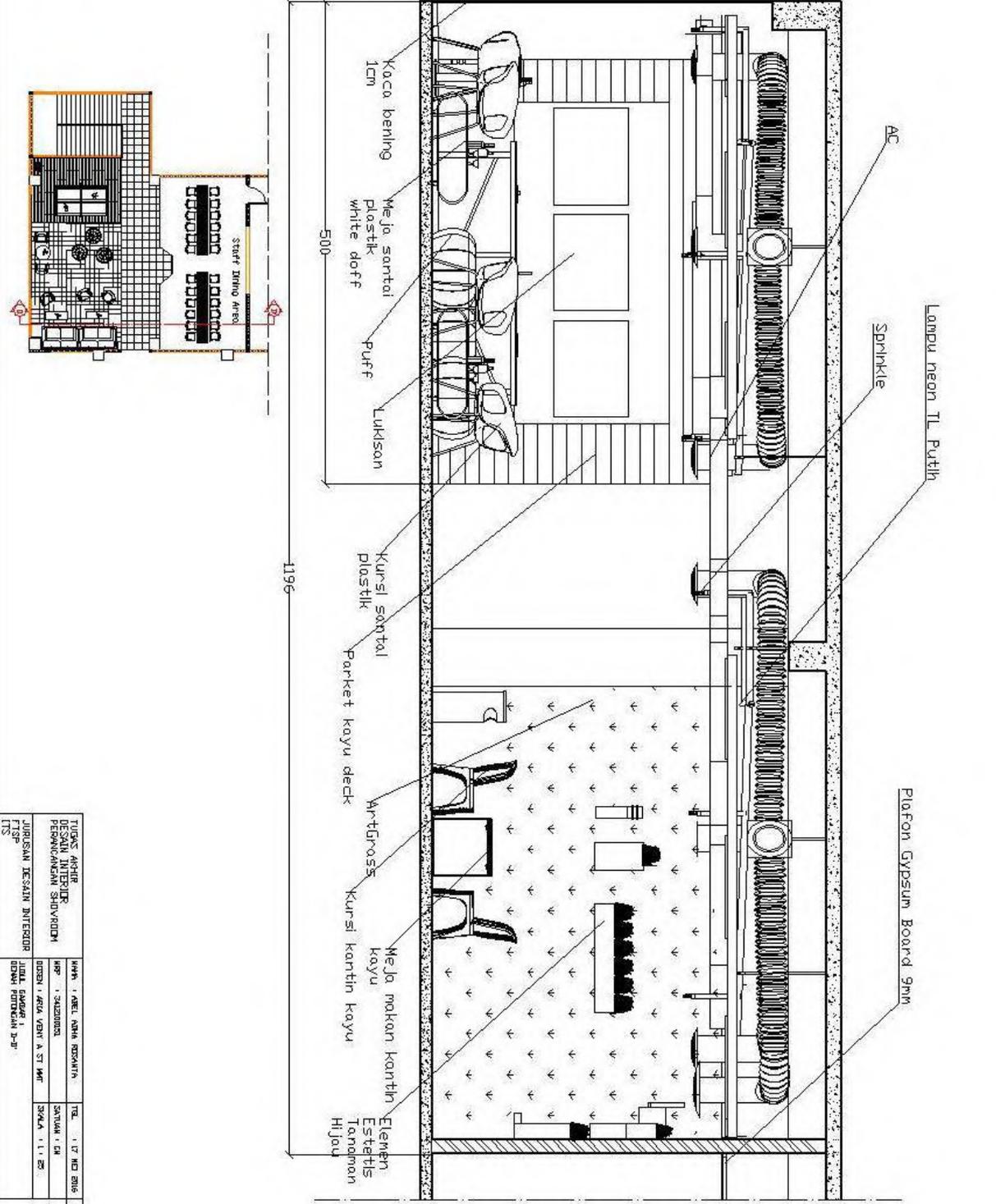
JUDUL GAMBAR

DENAH ALTERNATIF DAN
 LAYOUT FURNITUR 1
 LANTAI 2

SKALA	TANGGAL
1:150	25 FEBRUARI 2016
NO GAMBAR	LEMBAR

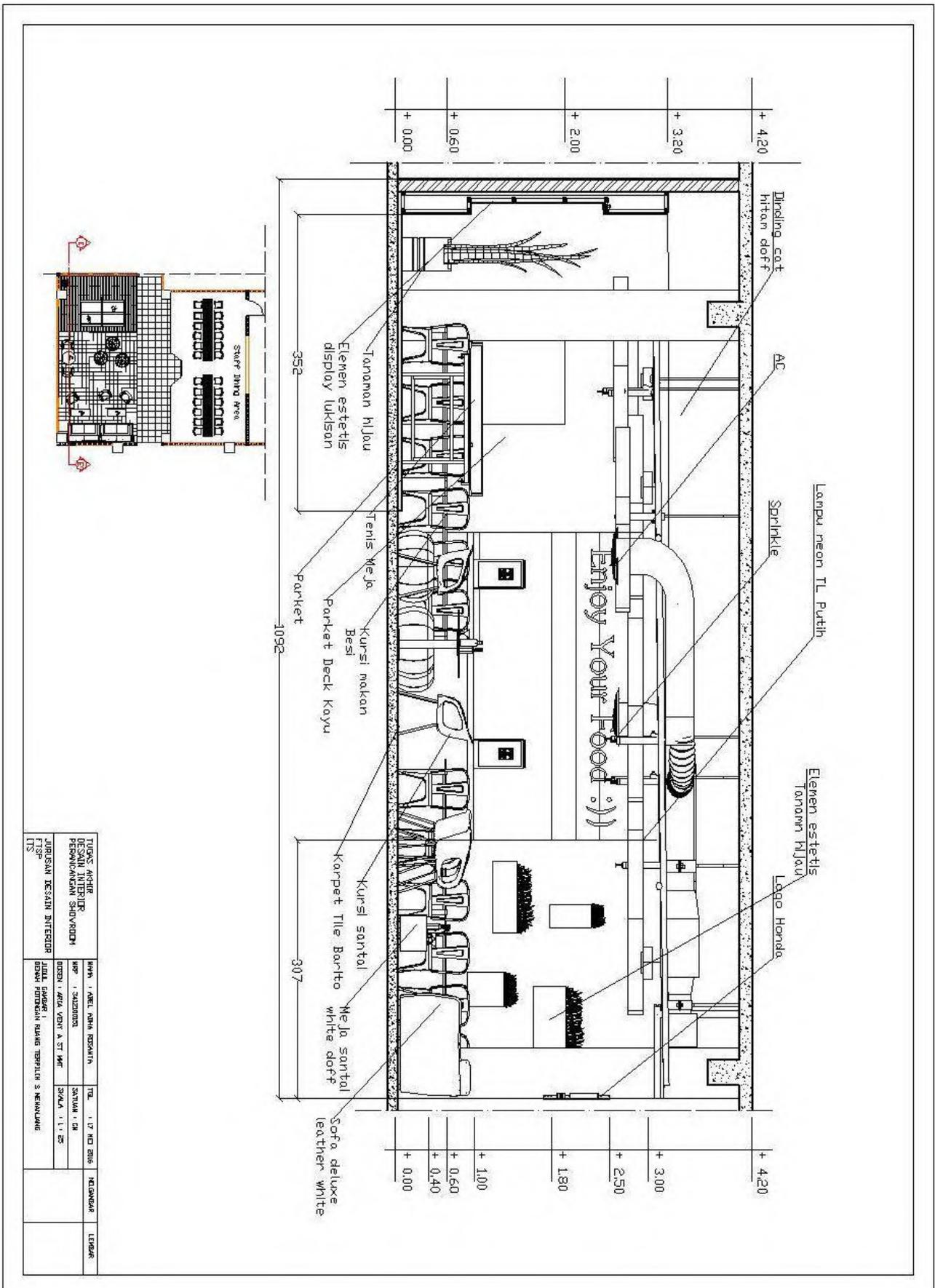


+ 4.20
+ 2.45
+ 2.27
+ 0.60
+ 0.00

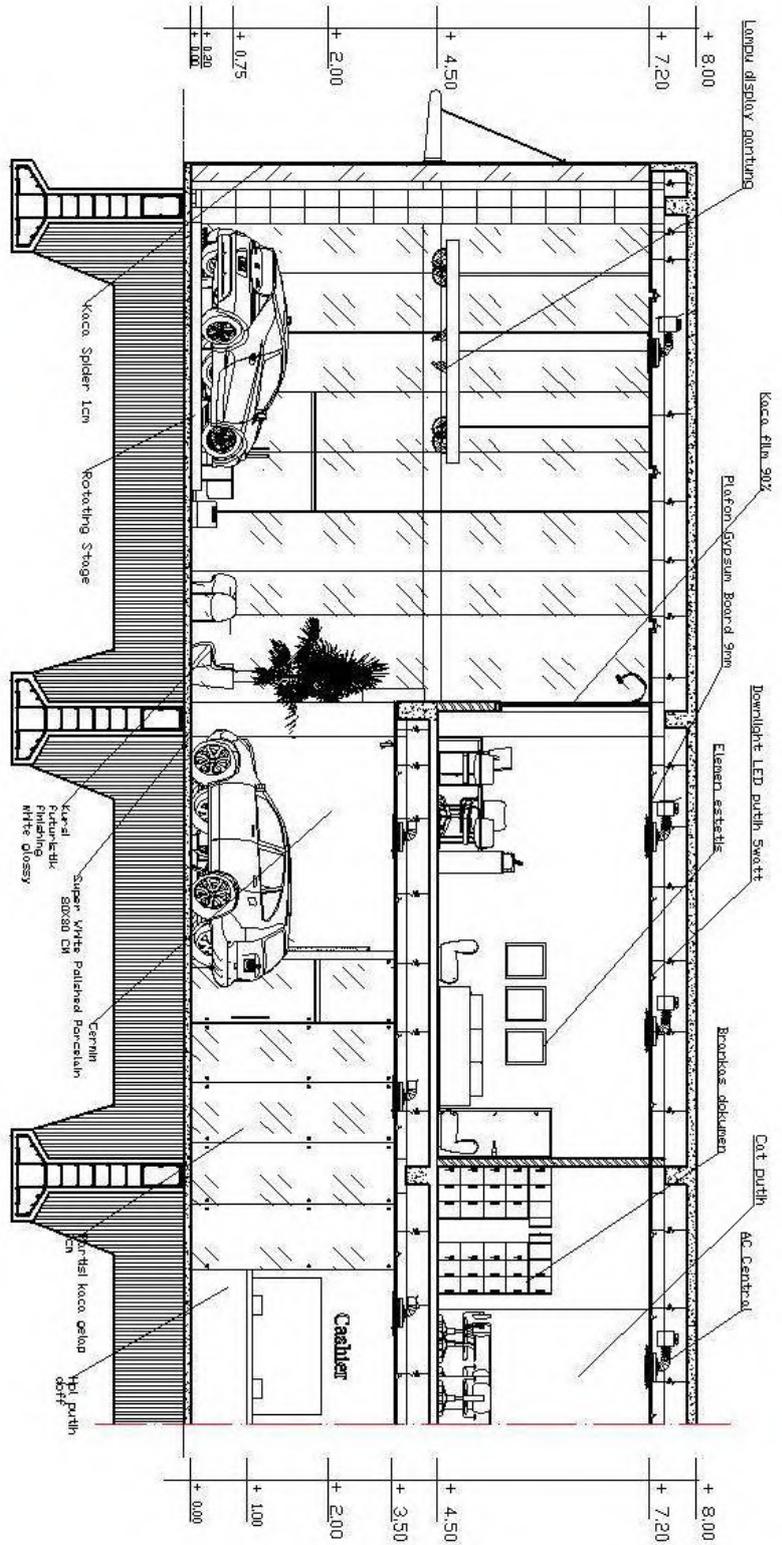


+ 4.20
+ 3.00
+ 2.42
+ 1.00
+ 0.60
+ 0.40
+ 0.00

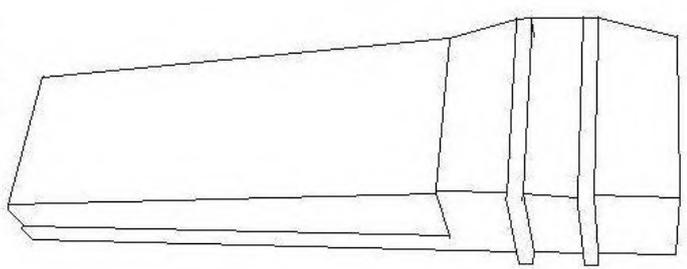
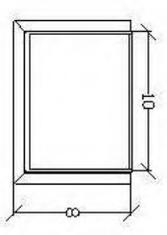
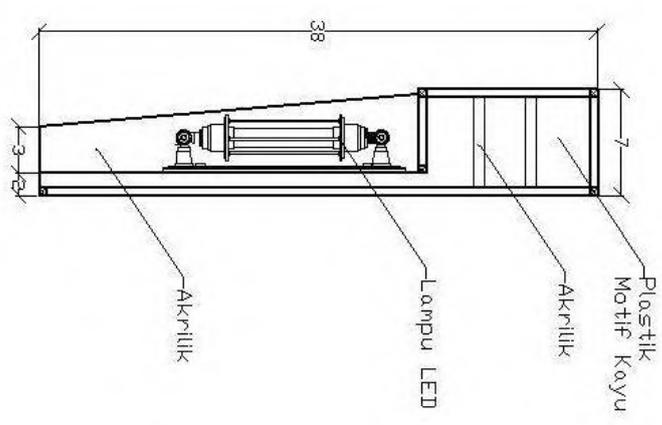
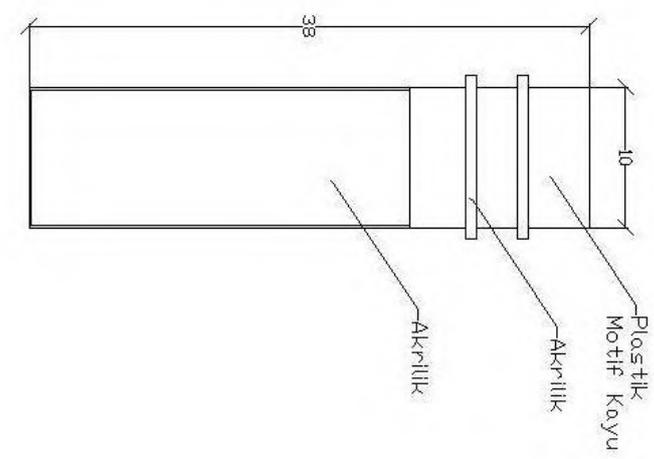
TUANG ARCHITECT DESAIN INTERIOR PERAWANGANNAN SHOWROOM	NAMA : ABEL ANNA BEANITA	TEL. : 07 462 8185	KELAMPAH	LENGKAR
JURUSAN DESAIN INTERIOR ITS	HRP : 13/02/2023	SATUAN : CM		
	DISEN : ADEL VENT A ST HMT	SKALA : 1 : 20		
	JUDUL GAMBAR : DESAIN RUMAHAN 2-37			



TUGAS AKHIR REKONSTRUKSI DAN RENOVASI RESTORAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN	HAJI ABEL DAN REKONSTRUKSI SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN	TEL : 07 462 2016	KELOMPOK
JURUSAN TEKNIK ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS SAMPUNG	IR. H. ABEL DAN REKONSTRUKSI SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN	SAKUNDA I I I 25	LEMBANG
FTSP	JALAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN SANGIAT KAWAN		



TUJUAN ARSITEK		DESAIN INTERIOR		PERENCANAAN SHOWROOM	
JURUSAN DESAIN INTERIOR		JUAL SWAR 11-20		DESAIN PERENCANAAN 2-20	
NAMA / ADEL NAMA REKAMATI		TEL. / 7 APRIL 2020		NOMOR /	
NIP. / 3420001		SALINAN / 04		LENGKAP	
URUSAN / ARA VERTI A ST INT		SWAN / 11-20			
LTS					



TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR PERANCANGAN SHOWROOM	NAMA : ADEL ANAM REHMANA	TGL. : 14 APRIL 2023	ASISTENSI	NO. UR
JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP ITS	NIK : 200300051 KORSEN : ADEL VENTI A ST MMT	SATUAN / DN SKALA 1:1:2		
	LAMPUNG BANGUN REKAM LAMPAU DINDING			



BAB VII PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Dalam Laporan Tugas Akhir Showroom Honda dengan konsep Futuristik Green Dealer maka diambil beberapa kesimpulan diantaranya :

- a. Sebuah showroom perlu memberikan fasilitas yang memadai sesuai yang diinginkan oleh pengunjung sesuai target pasarnya.
- b. Laporan Tugas Akhir Showroom Honda dengan konsep Futuristik Green Dealer ini adalah konsep baru dalam memberikan dekorasi yang kreatif, dan informatif kepada pengunjung.
- c. Hadirnya nuansa masa depan yang memberikan gambaran kepada pengunjung seperti apa desain bangunan di masa depan sehingga memberi pengetahuan baru dan menjadikan nilai plus pada Showroom Honda Jemursari ini.

7.2 Saran

Untuk pengembangan teori dan kajian mengenai desain interior showroom, maka diberikan saran sebagai berikut :

7.2.1 Saran Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai perguruan tinggi harus mempersiapkan fasilitas atau menunjang mahasiswa dalam melaksanakan tugas akhir ataupun tugas-tugas lainnya, agar mahasiswa dapat maksimal mengerjakan tugas-tugas yang dibutuhkan dan mempersiapkan mahasiswa yang potensial dan profesional.

7.2.2 Saran Bagi Showroom Honda Jemursari Surabaya

1. Untuk menambahkan fasilitas penunjang kebutuhan pengunjung yang menurut kuisisioner dirasa belum cukup memadai, seperti kursi pada ruang tunggu yang terlalu sedikit, desain yang tidak menarik, dan sebagainya.
2. Mahasiswa hendaknya dipermudah memperoleh data dengan imbalan hasil desain mahasiswa sepenuhnya diberikan kepada pihak showroom yang bersangkutan.



7.2.3 Saran Bagi Pembaca

1. Dalam mendesain kuisioner, wawancara dan survey lapangan sangat dibutuhkan untuk mengetahui kebutuhan dari pengguna objek desain dan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Dalam mendesain mahasiswa harus mampu menerima kritik dan saran yang diberikan. Hal ini akan membantu mahasiswa dalam memperbaiki diri dan memperbaiki desain sesuai dengan kebutuhannya.
3. Pembaca diharapkan mengambil banyak pengetahuan dan pengalaman mengenai desain interior untuk dapat menambah pengetahuan tentang mendesain yang baik dan benar.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DAFTAR PUSTAKA

- Arsigraf.2015."Langgam Arsitektur Modern Futuristik".<http://arsigraf.blogspot.co.id/2015/10/langgam-arsitektur-modern-futuristik.html>.
- Barus,Erbina.2013."Arti Warna dalam Psikologis".<https://erbinabaro.es.wordpress.com/2013/06/24/arti-warna-dalam-ilmu-psikologi-lalu-apa-warna-kepribadianmu/>.
- Hardi,2010."Green Arsitektur".<https://hardi91.wordpress.com/2010/04/08/172/>
- Ingridlim.2013.<http://ingridlim12.blogspot.co.id/2013/02/eco-green-green-design.html>
- Interiorudayana14.2015."Konsep Desain Interior Futuristik".<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-desain-interior-futuristik/>.
- Lukantara,Adeng.2012."Fire Protection System".<http://aloekmantara.blogspot.co.id/2012/09/fire-protection-system-sistem-fire-alarm.html>.
- Sebastian,Fabian..2009."Home Design Solution".<http://thebatabatastudiodesain.blogspot.co.id/2009/07/arsitektur-futuristik.html>.
- Umar,Ibnu.2013."Makalah Utilitas Sistem Keamanan Gedung".<http://ibnur95.blogspot.co.id/2015/03/makalah-utilitas-sistem-keamanan-gedung.html>.



BIODATA PENULIS



Penulis yang bernama lengkap Abel Adha Rosanta atau yang biasa dipanggil Abel dilahirkan di kota Surabaya pada tanggal 10 Mei 1995 dan merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis pernah menempuh jenjang pendidikan formal mulai TK swasta di Kota Probolinggo, SD hingga SMA swasta di Kota Probolinggo. Setelah lulus SMA pada tahun 2012, penulis ingin melanjutkan studi di jurusan Sipil atau Arsitektur, namun takdir berkata lain sehingga penulis berada di Jurusan Interior ITS dan mendapat NRP 3412100151 sehingga mau tak mau penulis harus belajar mencintai bidang tersebut. Penulis yang hobi bermain ini sering kali menghabiskan waktunya dengan bermain game dan bersosialisasi dengan sekitar. Selain itu penulis juga hobi mengoleksi miniatur toys dan mobil. Ketertarikan penulis pada otomotif mendorong penulis untuk mengangkat judul “Redesain Showroom Honda Jemursari Surabaya dengan Konsep Green-Futuristik”.