

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Eksistensi Proyek

I.1.1. Sejarah Ditemukannya Kendaraan Bermotor

Perkembangan teknologi berdampak sangat besar terhadap kehidupan manusia dan perilakunya. Dalam perkembangan teknologi transportasi dengan ditemukannya mobil oleh Karl Benz (1885) dan Gottlitch Daimler dari Jerman (1887), sepeda motor oleh Edwar Butler dari Inggris (1885), dan mesin diesel oleh Rudolf Diesel (1897), maka perilaku manusia pun juga berubah. Sebelum ditemukan kendaraan mobil dan motor, manusia berjalan kaki, ataupun mengendarai hewan (kuda, sapi, dll). Pada tahun 1885, mobil yang dibuat oleh Benz yang dibantu Bertha istrinya, akhirnya tercipta didunia dan setahun kemudian terciptalah mobil Daimler yang dibuat dengan bantuan Maybach asistennya. Sekalipun Benz dan Daimler sebelumnya tidak pernah bertemu, namun perusahaan mereka berdua akhirnya menjadi satu, dan terus menyumbangkan jasa dalam perkembangan mobil di dunia. Setelah itu perjuangan mereka masih dilanjutkan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya orang yang bergulat dalam perkembangan mobil. Akhirnya mobil menjadi kendaraan yang praktis dan nyaman dengan kehidupan sehari-hari (*Seiichi Konishi dan Kenji Takata, Seri Penemuan, 2001*). Seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi, sekarang kendaraan mobil dan motor telah digunakan sebagai alat transportasi utama.

Pada masa sekarang ini, mobil mempunyai peran yang besar, layaknya sebuah pendamping hidup banyak orang. Salah satu hasil ilmu pengetahuan yang sangat mempengaruhi dan banyak memberikan keuntungan dalam kehidupan manusia adalah perkembangan ilmu dan teknologi dalam bidang otomotif. Dalam perkembangan selama bertahun-tahun dunia otomotif sangat berperan penting dalam sejarah kehidupan manusia. Dengan munculnya bidang otomotif dan seiring dengan perkembangannya, manusia dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain, dari satu daerah ke daerah lain dengan mudah dalam waktu yang relatif singkat, jarak yang dahulu harus ditempuh dalam waktu berbulan-bulan, sekarang dapat ditempuh dalam hitungan hari bahkan jam.

I.1.2. Sejarah Perkembangan Mobil di Indonesia

Sejarah perkembangan mobil di Indonesia berjalan cukup panjang. Pada tahun 1905 negeri Belanda hanya memiliki puluhan mobil, sementara itu di pulau Jawa yang menjadi wilayah jajahan Belanda sudah terdapat sekitar seratus mobil. Sunan Solo dan Sultan Bone termasuk orang-orang pertama yang mempunyai mobil pada tahun itu, di tahun-tahun berikutnya muncul mobil dengan berbagai merk dan penyempurnaan seperti King Way, Orient Bankboard, Peugeot, Benz, Austin, British Daimler, Cadillac, Opel, Volvo dan Ford. Presiden Pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno adalah seorang penggemar otomotif, sehingga tak mengherankan jika beberapa kolega dan petinggi dunia pernah menghadiahkan beberapa unit mobil dengan berbagai

keistimewaan yang berbeda dan spesifik yang jarang beredar di pasar. Petinggi dunia seperti Presiden Amerika Serikat John. F. Kennedy, misalnya yang memberikan kado sebuah mobil dengan merk King Way (*Pikiran Rakyat Cyber Media*, 2003).

Hingga saat ini telah banyak bermunculan merk-merk mobil baru yang masuk ke Indonesia, termasuk juga merk-merk lama yang mengalami pembaharuan. Kebanyakan merk-merk baru tersebut adalah keluaran dari Jepang dan Korea Selatan sedangkan pada jaman dulu merk-merk yang mendominasi didatangkan dari Eropa dan Amerika. Mobil jaman sekarang sudah mengalami banyak perubahan yang sangat mencolok, terutama pada bagian mesin dan bentuk. Model mobil kuno sudah ditinggalkan dan sudah mengarah bentuk-bentuk yang sudah dimodifikasi. Baik dari segi warna, besar kecilnya mobil, velg, suspensi, interior dan sebagainya.

Umumnya mobil dibagi dalam berbagai kategori seperti misalnya *Sport Utility Vehicle* (SUV) mobil yang dapat dilalui segala medan dan *Multi Purpose Vehicle* (MPV) atau biasa disebut mobil niaga, mobil dengan kapasitas minimal 5 (lima) penumpang. Mobil mini MPV, sedan dan city car adalah mobil dengan kapasitas masing-masing maksimal 5 (lima) dan maksimal 2 (dua) penumpang. Semua merk mobil dari Jepang, Korea Selatan, Eropa, maupun Amerika berlomba-lomba untuk mengisi pasar otomotif di Indonesia. Mereka bersaing dengan apa yang sedang menjadi tren dari segi bentuk dan kategori hingga saat ini. Dari tahun 1998 hingga saat ini konsumen Indonesia lebih didominasi mobil kategori SUV dan MPV.

Bahkan Indonesia sudah memiliki agen tunggal pemegang merek diseluruh dunia dan sudah banyak mobil-mobil dari luar negeri yang mulai dirakit sendiri dan dikenal dengan istilah *Completely Knock Down* (CKD). Indonesia sudah mampu merakitnya dan juga memodifikasinya. Perusahaan/pemasok mobil yang biasa disebut dengan *Agen Tunggal Pemegang Merk* (ATPM) dimulai sejak tahun 1950 yang pertama adalah PT. Daimler Chrysler yang memperkenalkan merk Mercedes-Benz. Tahun 1952 PT. BMW Indonesia sebagai salah satu pemasok sedan mewah merk BMW. PT Caer & Cars Indonesia pada awalnya memegang VW (Volkswagen) tahun 1961 kemudian di tahun 1982 memegang merk Chevrolet. PT Astra dimulai dari memegang merk Peugeot pada tahun 1967 dan akhirnya terbagi menjadi beberapa Perusahaan Astra, yaitu PT.Astra France Motor yang dikhususkan memegang merk Prancis, PT. Nissan Diesel Indonesia, PT. Toyota Astra Motor, dan PT. Astra Daihatsu Motor. Sejak tahun 1992 PT. Garuda Mataram Motor yang pertama memperkenalkan jenis mobil dari berbagai merk yang tidak dipasarkan di Indonesia *Completely Built Up* (CBU) yaitu merk yang tidak masuk Indonesia, yang dikarenakan kapasitas dan fasilitas mobil yang tidak cocok standar Indonesia, misalkan bila dilihat dari mesin dengan “cc” yang tinggi (*Gaikindo Auto Expo, 2005*).

Dari data merk mobil yang sudah resmi masuk ke Indonesia melalui perusahaan dan sudah dipasarkan ke masyarakat, ada 23 perusahaan. Berikut data-data yang diperoleh dari tahun masuk ke Indonesia :

Tabel 1.1 Perusahaan Merk Mobil yang Masuk di Indonesia

No.	Merk Mobil	Tahun Masuk
1.	Mercedes Benz	1950
2.	BMW	1952
3.	VW	1961
4.	Fiat	1963
5.	Opel	1965
6.	Peugeot	1967
7.	Toyota	1970
8.	Honda	1976
9.	Suzuki	1978
10.	Mazda	1980
11.	Daihatsu	1980
12.	Mitsubishi	1982
13.	Chevrolet	1982
14.	Volvo	1983
15.	Nissan	1985
16.	Renault	1988
17.	Ford	1988
18.	Isuzu	1988
19.	Timor	1995
20.	Kia	1996
21.	Hyundai	1996
22.	Subaru	1998
23.	Audi	2000

(Sumber : Majalah AutoBild Indonesia, 2004)

Tabel 1.2 Perusahaan Merk Mobil yang masuk di kota Yogyakarta

No.	Perusahaan Mobil	Tahun Masuk
1.	Mercedes Benz	1960
2.	BMW	1965
3.	Honda	1980
4.	Toyota	1980
5.	Suzuki	1982
6.	Mazda	1983
7.	Daihatsu	1986
8.	Mitsubishi	1987
9.	Isuzu	1990
10.	Timor	1994
11.	Kia	1997
12.	Hyundai	1997
13.	Opel	1998
14.	Nissan	1999
15.	Chevrolet	1999
16.	Peugeot	2001
17.	Subaru	2002

(Sumber : Survei dan Analisis Penulis, 2009)

I.1.3. Latar Belakang Munculnya Komunitas Mobil di Indonesia

Seiring dengan berjalannya waktu dunia otomotif yang sekarang berkembang, mobil tidak lagi menjadi alat pemenuhan kebutuhan transportasi tetapi sudah menjadi hobi di kalangan penggemarnya, terlihat seperti kolektor kendaraan-kendaraan antik, penggemar mobil CBU, penghobi mobil-mobil modifikasi, hingga munculnya perkumpulan-perkumpulan penggemar

otomotif di Indonesia, antara lain : *Ikatan Mobil/ Motor Indonesia* (IMI) merupakan organisasi nasional yang pusatnya di Jakarta, *Venture Sport Club* (VSC) yang menangani berbagai kegiatan otomotif, *Ikatan Citroen Indonesia* (ICI), *Kerabat Fiat Semarang* (KFS), Mercedes-Benz Club Indonesia, dan lain-lain. Para kolektor dan perkumpulan-perkumpulan otomotif tersebut tidak terbatas pada mobil-mobil antik saja tetapi juga pada mobil-mobil keluaran baru (biasanya digolongkan pada jenis kendaraan atau merk tertentu). Dan sekarang ini, di Yogyakarta sudah banyak bermunculan klub-klub yang bisa menampung para penghobi mobil dari mulai sejenis merk, sejenis type, modifikasi, dan sebagai komunitas penukar pengalaman.

Tabel 1.3. Klub-klub Mobil di Yogyakarta

No.	Nama Club	Thn Berdiri	Jenis Kendaraan	Tempat Berkumpul	Anggota
1	Street Legal	2001	Umum	UGM	Umum
2	Kobal	2005	Umum	Kedai Kopi Gejayan	Umum
3	Great Corolla	2000	Corolla	UGM	Umum
4	Jogja Jazz Club	2005	Jazz	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
5	Experience	2005	Umum	UGM	Umum
6	Holden Club	1998	Holden	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
7	Mitsubishi Lancer	2003	Lancer	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
8	Hurricane	2001	Umum	Kedai Kopi Gejayan	Umum
9	Corokakuz	1998	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
10	Freedom	2003	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
11	Limited	2003	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
12	Option	1998	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
13	Simple Technology	2005	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum

No.	Nama Club	Thn Berdiri	Jenis Kendaraan	Tempat Berkumpul	Anggota
14	Jogja Feroza Club	2001	Feroza	Snap Café Gejayan	Umum
15	BJG Indonesia	2001	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum

(Sumber : Pengamatan Penulis, 2009)

Latar belakang dari berdirinya komunitas mobil tersebut dikarenakan kesamaan pada jenis maupun merk kendaraan yang mereka pakai, karakter dari anggota yang rata-rata adalah sederajat, dan juga hobi pada dunia otomotif (mobil), serta adanya kemudahan dalam bertukar informasi akan kendaraan yang mereka pergunakan, misalnya suku cadang, bengkel yang dianggap bagus.

Dilihat dari perkembangan event-event mobil yang sudah diadakan di berbagai kota yang sudah sejak tahun 1998, Indonesia tidak kalah dengan negara-negara luar produksi mobil dunia. Bahkan Indonesia sudah mampu mengirim berbagai modifikasi mobil untuk mengikuti event-event dunia. Salah satu kelompok minat yang sedang cukup digemari oleh anak-anak muda saat ini yaitu minat modifikasi automotif, sebagai salah satu buktinya yaitu acara Accelera Auto Contest yang dilaksanakan di SSCC Supermall Surabaya pada 28-20 Maret 2008 telah berhasil memberikan penghargaan bagi Cody Enterprises sebagai penyelenggara kontes modifikasi dengan jumlah peserta terbanyak. Total terdapat 170 mobil yang merupakan rekor jumlah mobil modifikasi terbanyak dalam suatu kontes yang diadakan di Indonesia.

“Jumlah yang menggembirakan di Surabaya tersebut membuktikan bahwa perkembangan minat modifikasi di Indonesia semakin meningkat”, ujar Denny Irawan selaku Project Manager Accelera Auto Contest 2008.(Sumber: www.accelera-contest.com)

Komunitas mobil di Yogyakarta sudah tergolong banyak, tetapi mereka masih terkesan individual, melakukan aktivitasnya dengan interaksi antar klub yang masih kurang. Mereka hanya berinteraksi dalam waktu tertentu saja misalnya pada event-event mobil di Yogyakarta yang terkadang hanya dilakukan 2 (dua) kali dalam setahun. Kesempatan untuk saling bertukar informasi dan saling mengenal satu sama lain juga terbatas.

Keberadaan komunitas dari penggemar atau penghobi otomotif di Yogyakarta itu sendiri pada saat ini masih kurang untuk wadah terpadu yang dapat mengakomodasi seluruh kegiatan dari perkumpulan komunitas. Adapun kegiatan yang sering dilakukan oleh perkumpulan klub-klub mobil ini antara lain nongkrong di cafe sambil berinteraksi antar teman-teman sesama klub, konvoi, melakukan aktivitas rekreasi, memodifikasi mobil, mengikuti kontes, bahkan sampai dengan melakukan kegiatan yang bersifat negatif seperti balap liar di jalanan umum yang terkadang dilakukan hanya untuk gengsi sesaat tanpa memikirkan keselamatan diri sendiri maupun pengguna jalan umum, dan juga nongkrong di jalanan umum yang terkadang tanpa mereka sadari bahwa mereka telah mengganggu dan mengurangi kenyamanan dari para pengguna jalan yang lainnya. Hal ini sering terjadi karena masih melekatnya sifat individual dari klub-klub mobil. Persaingan tidak sehat menjadi akibat

dari kurangnya komunikasi antar klub mobil. Pengguna jalan umum secara tidak langsung terkena imbas dari aktivitas klub-klub mobil.

Jadi untuk mencegah terjadinya hal yang semakin memburuk perlu adanya pengadaan sarana untuk mewadahi kegiatan ini. Semakin kuat bahwa di Yogyakarta sangat diperlukan suatu tempat sebagai pusat yang mampu mewadahi kegiatan dari komunitas mobil sebagai salah satu penyaluran hobi dari banyaknya kaum generasi muda, sehingga dapat terjalin komunikasi yang harmonis antar komunitas mobil, dapat saling bertukar informasi dan saling mengenal satu dengan yang lainnya, dapat mengurangi masalah dan bahaya yang timbul akibat dari kegiatan yang bersifat negatif, bahkan sampai dengan merencanakan masa depan dari tiap komunitas mobil yang ada di Yogyakarta.

Bangunan yang direncanakan akan menjadi *Trendsetter* Baru Dunia Komunitas Mobil di Yogyakarta, serta menunjukkan bahwa Yogyakarta tidak kalah maju dengan kota-kota besar lainnya dalam dunia otomotif seperti Jakarta. *Jogja Car Community Center* diharapkan dapat menjadi wadah penyalur hobi dalam bidang otomotif khususnya mobil dari kaum generasi tua dan muda, yang dapat mengakomodasi seluruh kegiatan klub-klub mobil, dengan hall yang cukup luas, serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan komunitas mobil, sehingga mereka akan tetap dimanjakan dengan kegiatan yang biasa mereka lakukan. Seperti café yang biasa mereka jadikan sebagai tempat nongkrong, sarana rekreasi, bengkel tempat memodifikasi mobil, ruang *indoor* maupun *outdoor* bagi para klub mobil yang ingin memamerkan mobil andalan dari tiap-tiap klub, area kontes

bagi klub yang ingin memamerkan mahakarya mobilnya pada event-event tertentu, bahkan area untuk atraksi mengadu ketrampilan mengendara mobil bagi klub yang ingin bersaing antar klub yang dapat memacu adrenalin bagi sang pemilik maupun gengsi dari masing-masing komunitas mobil.

I.2. Latar Belakang Permasalahan

I.2.1. Secara Umum

Perkembangan dunia otomotif di Yogyakarta tergolong sangat cepat. Teknologi yang semakin maju sangat memungkinkan untuk mewujudkan sesuatu dengan mudah. Dalam konteks dunia otomotif, hal ini dapat dilihat dari begitu banyaknya variasi mobil mulai dari bentuk tampilan luar, dalam, bahkan sampai dengan mesin yang di *up-grade* menjadi lebih tangguh dari standarnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi, penggemar/ penghobi dunia otomotif pun juga tidak kalah berkembang, hal ini terbukti semakin banyaknya komunitas mobil di Yogyakarta. Mereka menampilkan gubahan/ memodifikasi bentuk mobilnya yang terkadang memaksa penglihatan seseorang untuk tidak sekedar melirik, tetapi untuk melihatnya secara detail. Konsep modifikasi yang sering dilakukan oleh para penghobi mobil cenderung lebih mengarah pada karakter elegan. Akan tetapi, terkadang karakter tersebut menjadi pudar karena beberapa aktivitas dari komunitas mobil. Tempat-tempat umum menjadi “korban” untuk dijadikan sebagai sarana aktivitas dari komunitas mobil. Berkurangnya kenyamanan pengguna

jalan umum tidak dapat dihindarkan ketika mereka melakukan aktivitas di luar kendali, seperti konvoi tanpa kawalan polisi, nongkrong di sepanjang jalan tanpa mempedulikan pengguna jalan umum, bahkan sampai dengan kebut-kebutan yang dapat mengakibatkan kecelakaan.

Hal-hal di atas tidak menandakan bahwa sebagai komunitas hanya perlu memperhatikan komunitasnya sendiri. Sebuah komunitas juga perlu menaruh simpati terhadap komunitas lain, orang-orang lain. *Black Motor Community* (BMC) sebagai salah satu komunitas dari Djarum Black mempraktekan itu. Pada waktu Sumatera Barat dilanda gempa, mereka mengadakan penggalangan dana untuk membantu korban-korban di Sumatera Barat. Bukan hanya BMC yang berada di sana, tapi BMC seluruh Indonesia. Komunitas memang dibuat untuk membuat anggota merasa aman dan nyaman. Komunitas memang dibangun dengan banyaknya persamaan yang terlihat di antara anggota. Namun, itu semua bukan menjadi alasan untuk tidak peduli terhadap orang lain. Komunitas dibuat agar hidup menjadi lebih seimbang.

Komunitas harusnya menjadi sebuah tempat bagi setiap anggota untuk merasa aman. Ini seharusnya menjadi tempat di mana setiap martabat individu dikuatkan oleh respek dan kasih sayang dari anggota lainnya. Ini seharusnya menjadi tempat di mana setiap orang mendapat kepuasan dan kehangatan dengan menjadi anggota komunitas. Itu adalah sesuatu yang sebenarnya dicari seseorang dalam hidup ini. Lalu seseorang tersebut sadar bahwa setiap orang sebenarnya hidup dalam komunitas Bumi. Sebuah komunitas yang sangat

besar. Terdiri dari macam-macam materi yang berbeda-beda dengan nama yang sama, materi.

Pada saat seseorang itu sadar bahwa setiap orang hidup dalam sebuah komunitas yang besar, akhirnya dimengerti mengapa perlu membantu orang lain, walaupun bukan bagian dari komunitas. Akhirnya tersadar, bahwa setiap orang hidup dalam komunitas yang sangat besar.

Satu lidi sangat mudah untuk dipatahkan, tapi apabila lidi-lidi itu digabungkan menjadi sebuah sapu lidi, maka ia menjadi susah untuk dipatahkan. Begitu juga dengan manusia, satu manusia sangat mudah untuk dihancurkan oleh alam atau pun binatang. Akan tetapi, jika manusia-manusia itu bersatu, maka mereka akan membuat suatu perkumpulan yang mempunyai kekuatan. Perkumpulan itu diberi nama, KOMUNITAS. Komunitas adalah kekuatan.

I.2.2. Secara Arsitektural

Perancangan *Jogja Car Community Center* membutuhkan hall sebagai pusat penyatu berkumpulnya komunitas klub-klub mobil. Sebagai pendukungnya juga menuntut adanya *showroom* untuk tiap klub mobil. Disamping itu, juga membutuhkan fasilitas-fasilitas umum sebagai penunjang yang biasa dijadikan sebagai aktivitas para komunitas klub-klub mobil seperti bengkel untuk perawatan dan modifikasi mobil, pencucian mobil, *meeting room*, ruang kontes *indoor* dan *outdoor*, dan *open space* bagi para klub mobil

yang ingin unjuk ketangkasan dalam mengendarai mobilnya, café untuk tempat nongkrong dan ruang untuk aktivitas rekreasi.

Menyediakan fasilitas untuk mewadahi aktivitas dari pelaku komunitas mobil dan pengunjung menjadi prioritas, yang dapat diwujudkan melalui pengolahan *tata ruang dalam*, *sirkulasi*, dan *pengolahan fasad* yang baik. Penekanan lebih ditekankan pada hall sebagai *center point* penyatu dari komunitas klub-klub mobil, yang diolah dengan orientasi arah yang jelas dan komunikatif dengan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya, sehingga tingkat kebosanan akan aktivitas dapat diminimalkan.

Desain hall dari bangunan *Jogja Car Community Center* harus menunjukkan karakter elegan yang merupakan salah satu karakter pada mobil yang simple tetapi berkesan mewah. Maka dalam konteks arsitektural, elegan berarti merencanakan dan merancang suatu bangunan yang simple tetapi berkesan kokoh, megah, dan berteknologi yang dapat diterapkan pada saat sekarang dan untuk kedepan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa Yogyakarta juga mampu bersaing dalam dunia otomotif.

I.3. Rumusan Permasalahan

Bagaimana wujud bangunan *Jogja Car Community Center* yang dapat mewadahi aktivitas komunitas mobil di Yogyakarta, dengan merefleksikan salah satu karakter komunitas mobil yaitu elegan pada hall sebagai pusat (*center point*) penyatu kebersamaan komunitas ?

I.4. Tujuan dan Sasaran

I.4.1. Tujuan

Mewujudkan bangunan *Jogja Car Community Center* yang dapat menjadi *Trendsetter* Baru Dunia Komunitas Mobil di Yogyakarta dan bisa mewadahi seluruh aktivitas dari komunitas klub-klub mobil yang ada di Yogyakarta, serta menunjukkan bahwa Yogyakarta tidak kalah maju dengan kota-kota besar lainnya dalam dunia otomotif.

I.4.2. Sasaran

Mewujudkan bangunan *Jogja Car Community Center* yang dapat mewadahi aktivitas para komunitas klub-klub mobil yang ada di Yogyakarta, dengan hall sebagai *center point* penyatu kebersamaan komunitas yang merefleksikan karakter komunitas mobil yang elegan. Sebagai *center point* maka teknologi juga turut diaplikasikan, sehingga menarik bagi para komunitas mobil untuk berkumpul.

I.5. Lingkup Pembahasan

Pembahasan yang digunakan dalam pemecahan masalah pada bangunan *Jogja Car Community Center* menggunakan disiplin ilmu arsitektur dengan menampilkan arsitektur pada citra bangunan dan penataan ruang dalam. Bangunan yang direncanakan adalah multi massa yang meliputi bangunan utama berupa hall sebagai *center point* dengan karakter elegan

sebagai refleksi salah satu karakter komunitas mobil, serta bangunan pendukungnya sebagai wadah aktivitas komunitas mobil.

I.6. Metode Pembahasan

Pengumpulan data :

- Wawancara
 - beberapa pihak pengurus komunitas mobil di Yogyakarta.
 - beberapa pelaku yang telah tergabung dalam komunitas mobil di Yogyakarta maupun kota-kota lainnya berhubungan dengan komunitas mobil.
- Studi literatur yang berkaitan dengan komunitas mobil.
- Pengamatan secara langsung di lapangan.
- Preseden dari bangunan-bangunan yang berhubungan dengan dunia otomotif.

Analisis data :

- Analisis data yang telah diperoleh untuk menjawab permasalahan.
- Analisis aktivitas dan karakter pelaku dari komunitas mobil.
- Analisis fungsi bangunan yang berkaitan dengan komunitas mobil.
- Analisis karakter elegan.

I.7. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang eksistensi proyek, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Umum Komunitas Mobil.

Berisi penjelasan tentang Komunitas Mobil pada umumnya.

BAB III *Jogja Car Community Center* di Yogyakarta.

Berisi tentang penjelasan secara khusus dan spesifik tentang Proyek *Jogja Car Community Center*.

BAB IV Analisis Permasalahan

Berisi tentang konsep, teori-teori dan preseden yang digunakan sebagai landasan serta analisis dalam pemecahan masalah perencanaan dan perancangan *Jogja Car Community Center*.

BAB V Konsep Perencanaan dan Perancangan *Jogja Car Community Center* yang di peroleh dari analisis.

I.8. Pola Pikir Perencanaan

