



BAB II

DASAR KARAKTER VOLKSWAGEN (VW) *BEETLE*

II.1 Volkswagen (VW) *Beetle* di Dunia

Volkswagen dalam bahasa Jerman mempunyai arti "mobil rakyat". Volkswagen (VW) merupakan perusahaan mobil yang bemarkas di Wolfsburg, Jerman. Perusahaan ini berdiri tahun 1930 oleh asosiasi otomotif Jerman. Perusahaan ini adalah bagian utama dari Grup Volkswagen, salah satu dari empat produsen mobil terbesar di dunia. Slogan perusahaan ini dalam bahasa Jerman adalah *Aus Liebe Zum Automobil*, yang berarti "Untuk kecintaan kepada mobil"¹⁴ Memasuki tahun 2008, Volkswagen (VW) mengumumkan *tagline* atau slogan baru yaitu *Das Auto*. Slogan ini mempunyai arti yaitu "Pencipta Mobil untuk Masyarakat Umum".¹⁵

Grup Volkswagen adalah produsen mobil dari Jerman, yang merupakan salah satu produsen mobil terbesar di dunia. Pasar utama perusahaan ini adalah Eropa, dan anak perusahaan Grup Volkswagen adalah merek-merek terkenal, seperti Audi, Bentley, Skoda, Lamborghini, SEAT dan yang pasti, Volkswagen (VW). Pasar kedua terbesar Volkswagen adalah Republik Rakyat Cina di mana anak perusahaannya, Grup Volkswagen Tiongkok adalah pembuat mobil asing terbesar. Perusahaan ini berawal dari perusahaan Jerman yang didirikan pada 1937 yang pada saat itu Jerman dikuasai oleh NAZI dibawah pemerintahan Adolf Hitler. Pada saat itu, Adolf Hitler menginginkan sebuah kendaraan pribadi yang tersedia bagi masyarakat umum. Ia menugaskan seorang insinyur yang bernama Ferdinand Porsche untuk merancang kendaraan tersebut. Hitler mensyaratkan bahwa kendaraan tersebut harus mampu mengangkut dua orang dewasa dan tiga anak kecil, pada kecepatan 100 km/jam, dan harganya tidak melebihi harga sepeda motor ditambah harga boncengan samping sepeda motor pada waktu itu. Hal ini

¹⁴ Volkswagen, <http://id.wikipedia.org/wiki/Volkswagen>

¹⁵ Masuki Tahun Baru 2008, Volkswagen Rilis Slogan Baru, <http://www.rmexpose.com/detail.php?id=4868&judul=Masuki%20Tahun%20Baru%202008%20Volkswagen%20Rilis%20Slogan%20Baru>



mendapatkan perhatian publik karena pemerintahan NAZI mencoba menjual mobil yang sekarang melegenda yaitu VW *Beetle* atau VW kumbang. Di Indonesia, VW jenis ini sering disebut sebagai VW Kodok.¹⁶ Setelah perang dunia II di 1945, tentara Britania mengambil alih pabrik yang terkena bom dan memulai produksi Beetle lagi selama masa pasca-perang yang sulit, yang harus dihadapi Jerman. Pada 1948, Pemerintah Britania menyerahkan perusahaan ini kembali ke Jerman, di mana perusahaan ini diatur oleh bekas kepala Opel, Heinrich Nordhoff.¹⁷

Volkswagen dapat dikatakan sebagai mobil legendaris dan tersebar ke segala penjuru dunia. Produksi awalnya adalah tipe *Beetle* dan *Bus* yang keduanya dikenal di Indonesia sebagai VW kodok dan VW kombi. VW *Beetle* memiliki daftar kualifikasi yang cukup panjang. Produksinya termasuk yang terlama diantara mobil manapun dan total jumlah produksi dunia melebihi model manapun sehingga membuat VW Kodok sebagai mobil terpopuler yang pernah dilihat dunia. Model T-Ford dilampaui rekornya oleh VW Kodok yang memecah rekor jumlah penjualan 16,536,075 unit pada tahun 1973, dengan total jumlah penjualan melebihi 20 juta unit.¹⁸ VW *Beetle* yang mulai diproduksi tahun 1930 sampai dengan 1996 juga diklaim sebagai mobil universal yang tersebar diseluruh penjuru dunia. *Guinness of The Records* mencatat VW *Beetle* merupakan mobil terlaris di dunia.¹⁹ Popularitas dari VW *Beetle* pun merambah ke dunia perfilman. Pada tahun 1968, *Walt Disney Productions* merilis sebuah film berjudul *The Love Bug* yang dibintangi oleh sebuah mobil VW *Beetle* berwarna putih yang memiliki kepribadian yang dikenal dengan Herbie 53. Film ini meraih kesuksesan besar dan meraih pendapatan kotor terbesar pada tahun 1969. Sebelum film diproduksi, *Walt Disney Productions* sebenarnya tidak bermaksud untuk membuat film mengenai VW *Beetle*. Mereka mengadakan audisi terhadap beberapa jenis merk mobil diantaranya Toyota, Volvo, dan Volkswagen yang diwakili oleh VW *Beetle*. Para kru mencoba satu per satu mobil untuk menemukan karakter yang cocok dengan

¹⁶ VW Kodok, http://id.wikipedia.org/wiki/VW_Kodok

¹⁷ Grup Volkswagen, http://id.wikipedia.org/wiki/Grup_Volkswagen

¹⁸ *Beetle*, <http://www.kodoq.com>

¹⁹ [VW Info] Berakhirnya 70 Tahun Perjalanan VW Beetle (diambil dari Kompas 18 Juli 2003), <http://adit1303.multiply.com/journal/item/217>



film yang akan diproduksi. Ketika mereka mencoba VW *Beetle*, mereka menemukan sebuah karakter yang tidak bersalah, tenang, lembut dan ramah dan akhirnya menjatuhkan pilihan kepada VW *Beetle* putih itu yang kemudian dinamakan Herbie.²⁰

Popularitas VW *Beetle* di dunia memunculkan sebuah julukan yang sangat terkenal di kalangan pemilik VW yaitu “*It’s not a car, it’s Volkswagen*” atau di dalam bahasa Indonesia adalah “Ini bukan mobil, ini Volkswagen”.²¹ Ini merupakan bentuk kecintaan mereka terhadap mobil mereka. Menurut mereka yang menjadikan VW *Beetle* menjadi terkenal diantaranya karena mobil ini memiliki bentuk yang sangat unik yaitu bentuknya atau badan mobil yang gendut atau cembung sehingga tidak memiliki konfigurasi segi empat atau sudut, lampu yang berbentuk lingkaran, model 2 pintu, suara mesin yang khas, dan mesin yang tangguh atau tahan banting.²² Hal ini menunjukkan, VW *Beetle* memiliki nilai historis yang selalu melekat padanya dan menjadikannya sebagai pilihan mobil di dunia.

Untuk model terbaru VW yang pada saat ini disediakan oleh pihak importir adalah *New Beetle*, *Caravelle*, *Passat*, *Polo*, *Golf* dan *Touareq*. Dalam hal desain, dapat dikatakan bahwa VW *Beetle* tidak lekang oleh waktu. Hal tersebut terbukti dengan produksinya yang sangat panjang dan varian terbaru yang diproduksi tidak lepas dari model yang terdahulu. Selain itu, masih banyak peminat mobil VW dan bermunculannya klub-klub pecinta mobil VW yang berlomba-lomba untuk memodifikasi kendaraan mereka.

II. 2 Karakter Volkswagen (VW) *Beetle*

Volkswagen (VW) *Beetle* menjadi salah satu legenda mobil di dunia. Hal ini tidak lepas dari karakteristik dari mobil VW yang diproduksi oleh perusahaan Volkswagen di Jerman. Karakteristik inilah yang menjadi keunggulan atau kekuatan dari setiap mobil yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut sehingga

²⁰ The Love Bug, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Love_Bug

²¹ Ini Bukan Mobil, Ini Volkswagen, <http://cetak.kompas.com/read/xml/2009/03/14/10562224/ini.bukan.mobil.ini.volkswagen>

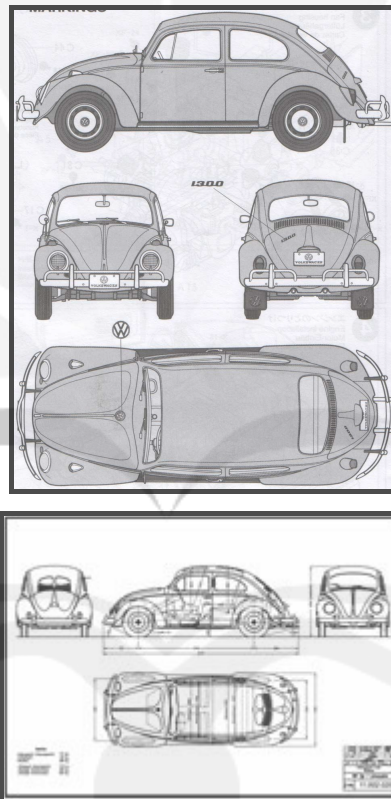
²² [VW Info] Berakhirnya 70 Tahun Perjalanan VW *Beetle*. Loc.Cit.



menjadi salah satu produsen mobil terbesar di dunia. Walaupun jenis-jenis mobil yang diproduksi setelah VW *Beetle* tidak melegenda seperti pendahulu-pendahulunya, tapi Volkswagen tetap menggunakan pendekatan karakteristik yang sama untuk memproduksi mobil VW.

II.2.1 Karakter Fisik

Karakter fisik adalah karakter yang dapat dilihat atau terbaca dari Volkswagen (VW) *Beetle*. Karakter ini berasal dari setiap sudut mobil VW *Beetle*, baik dari segi interior maupun eksterior mobil.



Gambar 2.1 Blue Print VW Beetle
(Sumber: [http:// www.3dbug.com](http://www.3dbug.com))

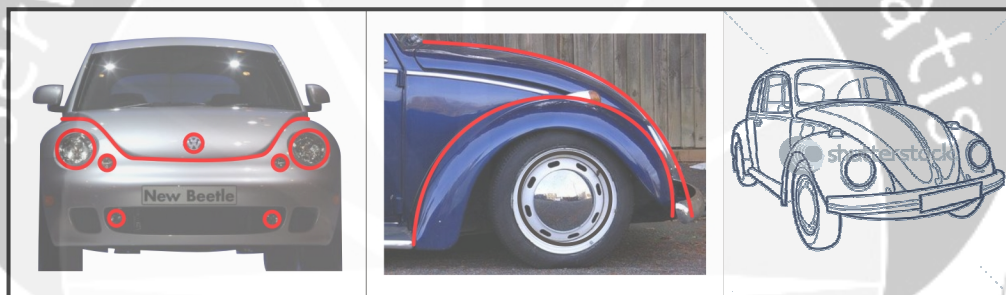
II.2.1.1 Sederhana

Secara harafiah, sederhana berarti: “sedang dalam arti pertengahan, tidak tinggi dan tidak rendah, bersahaja, tidak berlebih-lebihan”²³. Bentuk dari mobil-

²³ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta, Pustaka Amani, hal. 394



mobil VW merupakan mobil dengan bentuk-bentuk yang sederhana. Salah satu keunggulan dari mobil VW adalah kesederhaannya tersebut. Bentuk yang paling menonjol dari mobil-mobil VW adalah lingkaran atau bulatan. Bagi beberapa orang lingkaran atau bulatan adalah bentuk yang kompleks. Namun, sebenarnya bentuk bulat adalah bentuk yang solid dan mengesankan akan keutuhan sebuah bidang. Lingkaran adalah serentetan titik-titik yang disusun dengan jarak yang sama dan seimbang terhadap sebuah titik. Bentuk lingkaran mempunyai poros dan pada umumnya stabil terhadap lingkungannya.²⁴ Walaupun dalam keadaan sebenarnya bentukan dari mobil VW ini tidak bulat secara langsung, tapi menurut salah satu pengguna mobil ini adalah bentuk yang paling langsung dari mobil VW adalah sebuah bentukan lingkaran yang sederhana.²⁵



Gambar 2.2 Bentuk-bentuk lingkaran yang sederhana

(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com> dan pengamatan penulis)

Bentuk mobil yang *gendut* atau sering disebut cembung oleh para penggemarnya dan banyak unsur lingkarannya menjadikan mobil ini mudah untuk diidentifikasi oleh masyarakat yang mungkin masih awam dengan mobil VW. Salah satu yang paling menonjol dari eksterior mobil VW adalah pada bagian lampu depan yang berbentuk lingkaran.²⁶ Hal ini juga menjadi salah satu ciri khas dari mobil VW. Namun untuk tipe mobil VW yang baru seperti Tiguan dan Passat tidak menggunakan lampu berbentuk lingkaran lagi tapi berbentuk lengkung. Walaupun bentuknya tidak persis sama, tetapi reka bentuk barunya tetap

²⁴ Francis D.K. Ching, 1985, *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Jakarta, Erlangga, hal. 54

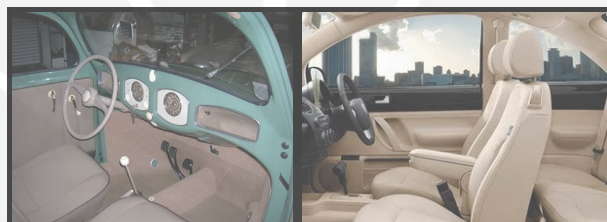
²⁵ Wawancara dengan R.M. Mahendriya Purandara tanggal 12 November 2008, pukul 15.30 di Ruang Baca, Kampus II, UAJY

²⁶ Wawancara dengan R.M. Mahendriya Purandara, Loc.Cit.

mengingatkan kita kepada bentuk asalnya.²⁷ Untuk bagian interiornya sendiri, bentuk cembung pada bagian atas mobil memberikan kelegaan pada pengemudi dan penumpang yang berbadan tinggi sehingga dapat memberikan kelegaan ketika berada didalamnya. Selain itu, bentuk lengkung dalam interior mobil juga memberikan kesan yang menyenangkan sehingga orang dapat betah berada didalamnya.



Gambar 2.3 VW Tiguan dan Passat
(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com>)



Gambar 2.4 Interior VW Beetle dan VW New Beetle
(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com>)

II.2.1.2 Aerodinamis



Gambar 2.5 Bentuk Aerodinamis

(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com> dan pengamatan penulis)

Salah satu ciri khas dari mobil VW adalah bentuknya yang melekok-lekok. Bagi penggemar VW sering menyebut dengan *gendut*. Bentuknya yang *gendut* ini menjadi salah satu keunggulan jenis mobil ini dengan mobil yang lain. Walaupun

²⁷ Karakter Tersendiri Volkswagen,
http://www.mobilmotor.co.id/news_detail.asp?id=1398&cid=7



banyak juga jenis mobil yang mencoba untuk meniru bentuk-bentuk meleuknya ini, tetapi VW tetap memiliki sebuah ciri khas yang tidak bisa diperbandingkan dengan jenis mobil lain.

Mesin belakang merupakan salah satu pendekatan dalam rancang bangun mobil VW, dimana mesin diletakkan dibagian belakang kendaraan sehingga ruangan kendaraan dapat ditata dengan lebih mudah dan lebih aerodinamis. Kendaraan dengan mesin belakang pada awalnya dikembangkan oleh Hitler untuk menciptakan mobil rakyat yang diberi nama Volkswagen. Dengan menempatkan mesin dibelakang maka mobil dapat didesain dengan koefisien geseknya yang rendah. Biasanya hal ini digunakan pada mobil sport mewah seperti Ferrari, Porsche dan lain-lain. Disamping itu untuk mobil bus juga sekarang banyak menggunakan mesin belakang. Dengan mesin yang berada dibelakang maka bagian depan mobil dapat diolah dengan lebih baik dan berat mobil cenderung akan berada di belakang sehingga sapuan angin ketika mobil dalam keadaan berjalan akan lebih stabil. Bentuk-bentuk aerodinamis didapatkan dari bentuk-bentuk lengkung yang halus sehingga tidak secara frontal menghadap angin dan dapat mengalirkan angin dengan lancar.

II.2.2 Karakter Filosofi

Karakter filosofi adalah karakter yang berasal dari falsafah perusahaan Volkswagen sejak berdirinya perusahaan tersebut sampai dengan Volkswagen pada zaman sekarang.



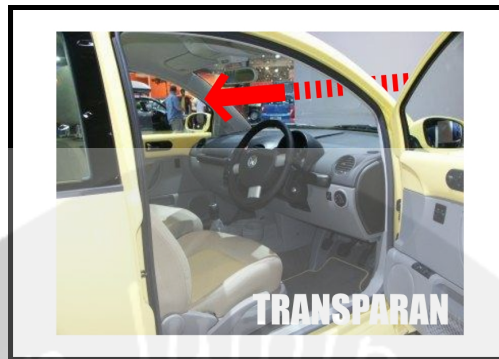
*Gambar 2.6 Logo Volkswagen (VW)
(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com>)*

II.2.2.1 Terbuka

Konsep awal pembuatan mobil VW adalah sebagai mobil yang diperuntukkan bagi masyarakat umum Jerman. Pada saat itu, ketika pemerintahan Nazi dibawah Adolf Hitler, kehidupan rakyat Jerman berada dalam tekanan yang berat dan salah satunya adalah kehidupan ekonominya. Adolf Hitler menginginkan sebuah kendaraan yang murah dalam proses produksinya. Beliau menginginkan sebuah kendaraan roda empat yang seharga dengan sebuah sepeda motor dengan boncengan yang pada saat itu banyak digunakan. Mobil yang murah dan dapat menampung lebih banyak orang menjadi tujuan dari Hitler untuk rakyatnya. Seiring berjalannya waktu mobil VW tidak hanya digunakan oleh rakyat Jerman saja, tetapi keseluruh dunia. Mobil VW menjadi mobil idaman bagi setiap orang pada saat itu sehingga menjadi legenda mobil hingga sekarang. Keterbukaan perusahaan Volkswagen untuk membuka cabang di negara-negara lain menjadikan Volkswagen sebagai salah satu produsen mobil terbesar didunia. Tidak hanya itu, keterbukaan Volkswagen juga menjadi salah satu faktor yang membuat *VW Beetle* berjaya didunia otomotif dunia. Hubungan dengan konsumen yang selalu melayani dengan terbuka menjadi salah satu keunggulan Volkswagen dimata konsumennya.²⁸

Transparan dapat berarti menembus secara visual. Transparan menjadi salah satu falsafah perusahaan Volkswagen dalam melayani kebutuhan konsumennya. Ketika konsumennya menginginkan sebuah mobil maka VW siap memberikan kemudahan kepada para konsumennya dari jenis mobil, tipe, warna bahkan sampai seluk beluk mengenai mobil VW yang terkecil. Transparan juga dapat kita temui dibagian mobil VW yang menggunakan kaca sebagai media penutup sehingga orang dapat melihat interior dari mobil tersebut.

²⁸ Autostadt, Kota Mobil Buatan VW,
<http://www2.kompas.com/kompascetak/0212/17/ekonomi/zfot13.htm>



Gambar 2.7 Kesan transparan

(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com> dan pengamatan penulis)

II.2.2.2 Tahan Lama



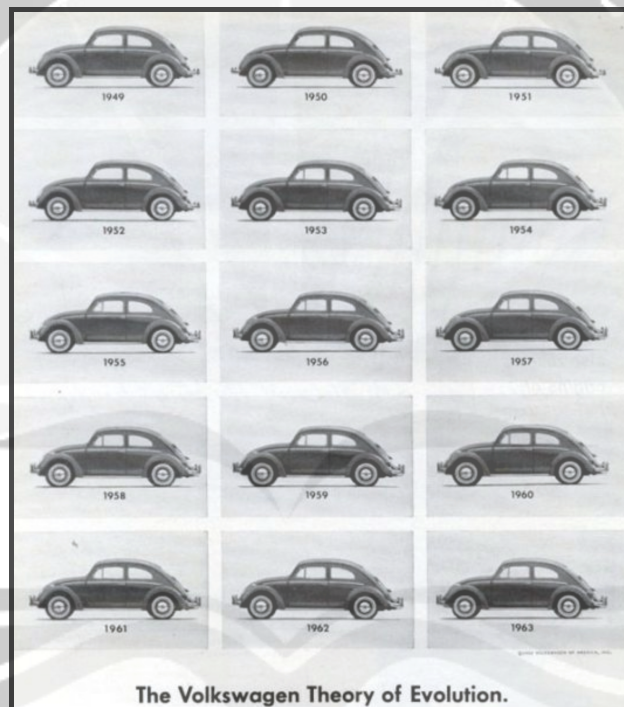
Gambar 2.8 VW Beetle, ide bentuk yang sama walaupun berbeda zaman pembuatan

(Sumber: <http://www.vw-indonesia.com>)

Perusahaan Volkswagen (VW) adalah salah satu produsen mobil yang sudah lama eksis di bidang otomotif. Produksi mobilnya merupakan mobil-mobil yang mendunia. Contohnya saja adalah VW Beetle yang berjaya sejak tahun 1930 sampai dengan tahun 1996 yang dimana produksinya dihentikan. Namun saat produksinya pun dihentikan, permintaan konsumen terus mengalir ke pihak Volkswagen untuk memproduksi lagi. Hal ini menandakan bahwa model dari mobil VW merupakan model yang tahan lama sampai dengan sekarang. Para penggemar VW yang berkumpul dalam satu komunitas malah lebih menyukai mobil-mobil tipe lama seperti VW Beetle atau VW Kodok dan VW Kombi. Walaupun mobil lama tetapi memiliki kesan tersendiri di hati para pencintanya. Menurut penggemar VW, mobil VW merupakan mobil yang tidak pernah lekang



oleh waktu baik model yang lama atau pun yang baru.²⁹ Selain itu, VW *Beetle* dikenal sebagai mobil dengan mesin yang tangguh di segala medan. Ketangguhan mesin ini dikarenakan pada masa awal pembuatannya mobil ini juga dipergunakan oleh pihak militer sehingga dapat dipergunakan di segala medan. Menurut para penggemar VW *Beetle*, mereka masih dapat menemukan VW *Beetle* yang berasal dari Era 60an dan bahkan jika beruntung dapat menemukan yang lebih lama dari era tersebut. Ketahanan atau *realible* mesin ini diakui oleh para penggemar VW telah menjadi salah satu daya tarik yang menjadikan mereka untuk memiliki mobil ini.



Gambar 2.9 Teori Perubahan Volkswagen, menunjukkan tipe VW *Beetle* pada tahun 1949-1963 dengan tanpa banyak perubahan

(Sumber: http://www.cartype.com/pages/790/volkswagen_beetle__2003)

II.3 Contoh Showroom VW di Dunia

II.3.1 Kashyap Vehicle Works, India

Kashyap Vehicle Works adalah bagian dari *Kashyap Group* yaitu sekelompok perusahaan pribadi yang bergerak dalam bidang otomotif khususnya

²⁹ Wawancara dengan R.M. Mahendriya Purandara, Loc.Cit.

mobil. Perusahaan ini merupakan *dealer* resmi Volkswagen di India sejak tahun 1996. Perusahaan ini terletak di 2 lokasi di India yaitu di New Delhi dan Noida. Di New Delhi, *dealer* VW yang ada disana memiliki fasilitas kantor, *showroom* atau ruang pameran, dan *workshop* seluas 600 m². Sedangkan di lokasi ke 2 yaitu di kota Noida memiliki area yang lebih luas lagi yaitu 4000m². Ditempat ini tersedia fasilitas 30 area pengerjaan atau *stall*, fasilitas pengecatan, peralatan diagnostik yang terbaru dan peralatan-peralatan yang telah khusus untuk memperbaiki dan merawat kendaraan VW lama maupun yang baru.³⁰



Gambar 2.10 Kashyap Vehicle Works, Showroom

(Sumber: <http://www.kashyap-vw.com/aboutus.htm>)

Pada area *showroom*, dominasi fasad depan menggunakan kaca agar masyarakat dapat melihat kedalam bangunan langsung sehingga menjadi tertarik untuk mengunjungi *showroom*. Pada fasad depan bangunan terdapat sebuah *signage* berupa logo VW yang mengisyaratkan *showroom* tersebut menyajikan mobil VW didalamnya. Pintu masuk pada bangunan diolah dengan material dan warna yang berbeda dari keseluruhan bangunan yaitu berwarna kuning agar dapat teridentifikasi dengan baik oleh pengunjung dengan bangunan yang didominasi warna putih. Namun secara keseluruhan bangunan ini belum mencerminkan karakter VW. Dapat dilihat dari bentuk bangunan yang menyerupai perkantoran dengan bentuk kotak dan pola yang teratur pada jendela seakan-akan bangunan ini merupakan sebuah perkantoran yang tidak memiliki fungsi *showroom*.

³⁰ Kashyap Vehicle Works, <http://www.kashyap-vw.com/aboutus.htm>



Gambar 2.11 Kasyap Vehicle Works, Interior Showroom

(Sumber: <http://www.kasyap-vw.com/aboutus.htm>)

Penataan mobil pada area *showroom* diletakkan secara berjejer menghadap jendela kaca dengan maksud agar bagian depan mobil langsung berhadapan dengan ruang luar. Namun, penataannya kurang menarik karena penataan yang tertib atau teratur sehingga suasana terkesan kaku. Warna dominan putih pada interior menjadikan ruang yang sangat formal. Walaupun pada beberapa bagian terdapat warna kuning yang dipadukan dengan sebuah gambar tapi belum dapat menarik perhatian masyarakat.



Gambar 2.12 Kasyap Vehicle Works, Servis Departement

(Sumber: <http://www.kasyap-vw.com/aboutus.htm>)

Area bengkel perbaikan pada *showroom* ini sudah cukup baik. Skala ruang yang besar menjadikan aktivitas servis menjadi nyaman. Pola teratur dengan *stall* yang saling berhadapan dibatasi oleh jalur sirkulasi yang lebar dapat memudahkan mobil untuk parkir dan bermanuver di tempat itu dengan nyaman. Tempat pengerjaan atau *stall* mobil yang luas dapat memberikan keleluasaan para montir untuk melakukan pekerjaannya. Penghawaan dan penerangan alami sudah



sangat baik mengingat aktivitas yang terjadi di dalam bengkel yang memiliki kebutuhan khusus sehingga montir dapat dengan nyaman melakukan aktivitasnya ketika beraktivitas. Selain itu juga dapat mengurangi beban kerja pada *dealer*.

II.3.2 Official Volkswagen Dealer "Atlant-M Dnipro", Ukraina



Gambar 2.13 Official Volkswagen Dealer "Atlant-M Dnipro", Ukraina

(Sumber: http://atlant-m.ua/eng/atlantm_dnepr.php)

"Atlant-M Dnipro" adalah sebuah pusat konseptual Volkswagen yang baru di Dnipropetrovs'k. *Dealer* ini merupakan perwakilan *dealer* Volkswagen resmi ketiga di Ukraina yang memiliki persyaratan yang tinggi dalam melayani kebutuhan konsumen dan menyediakan keseluruhan dalam pembelian mobil dan jasa pemeliharaan atau bengkel.

Pusat *showroom* yang baru ini berada diatas 2 hektar lahan dengan jumlah keseluruhan bangunan dan bidang tanah mencapai 4433 m². *Showroom* atau ruang pamer pada *dealer* ini dapat menampung 10 mobil dan menyediakan area khusus untuk mencoba mobil tersebut (*test drive*). Area bengkel perbaikan dapat melayani sebanyak 12 mobil pada waktu yang sama dengan berbagai macam pekerjaan. Perencanaan kedepan, *dealer* ini masih akan menambah sebanyak 7 *stall* yang melayani bidang pengecatan, pelurusan bodi dan lain-lain. Gudang *spare part* seluas 500m² yang menampung sebanyak 7,000 *spare parts*.³¹

Bangunan ini mempunyai skala yang tinggi dan didominasi oleh material kaca pada fasad bangunannya. Penggunaan material logam dengan mengekspos secara utuh rangka pembentuk bangunan menjadikan sebuah bingkai penegasan

³¹ Atlant-M Dnipro (VW), http://atlant-m.ua/eng/atlantm_dnepr.php



VOLKSWAGEN CENTER DI YOGYAKARTA

bentuk dari *dealer*. Pengolahan material yang berbeda dan logo VW mengisyaratkan pintu masuk *showroom*. Bentuk yang hampir sama dari *Kashyap Vehicle Works* di India tetapi pada *dealer* lebih mengutamakan pengolahan *showroom* sebagai fasilitas utama dari sebuah *dealer* sehingga pengolahannya menjadi lebih terasa dibandingkan area lainnya. Walaupun sebenarnya, karakter VW belum terlihat langsung pada fasad depan bangunan, tetapi bangunan ini sudah memperlihatkan karakter sebuah *showroom* dengan cukup baik.



serviens in lumine veritatis



VOLKSWAGEN CENTER DI YOGYAKARTA
VOLKSWAGEN CENTER DI YOGYAKARTA