BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Semakin meluasnya daya jelajah manusia ke segala penjuru kawasan maka sangat memungkinkan terjadinya peningkatan jumlah permintaan kendaraan. Kemampuan ekonomi yang meningkat menyebabkan masing-masing individu menghendaki kemudahan dan kecepatan sebagai tuntutan atas daya jelajah yang meluas tersebut. Meningkatnya populasi penduduk yang masing-masing membutuhkan sarana angkut baik individu maupun umum berefek secara langsung terhadap peningkatan populasi kendaraan bermotor tiap waktu. Kemampuan ekonomi pula telah mengubah peran mobil dilihat dari segi kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer, nilai prestise dan kepuasan menjadi alasan seseorang membutuhkan mobil, perasaan untuk dikagumi serta pemenuhan hoby adalah alasannya

Perkembangan teknologi memberi dampak sangat besar terhadap kehidupan manusia dan perilakunya. Dalam perkembangan teknologi transportasi dengan ditemukannya mobil oleh Gottlitch Daimler dari Jerman (1887), sepeda motor oleh Edwar Butler dari Inggris (1885), dan mesin diesel oleh Rudolf Diesel (1897)[1] maka perilaku manusia pun berubah; dari berjalan kaki ataupun mengendarai hewan, menjadi sangat tergantung dengan kendaraan bermotor atau otomotif sebagai alat transportasi utama.

BMW merupakan salah satu perusahaan otomotif yang berasal dari kota Bayern Jerman. Jerman juga memproduksi Mercedes Benz, Audi, Volvo, dan lain-lain. Penggagas berdirinya BMW adalah **Karl Rapp** dan **Gustav Otto** pada 7 Maret 1916. Pada awalnya perusahaan ini dikenal dengan nama *Bayrischen Flugmotorenwerken* atau pabrik mesin pesawat Bayern yang

1 S Widiastuti & Sigit Daryanto, 1995, Penemuan dari masa ke masa

memproduksi mesin-mesin untuk pesawat terbang. Sekitar satu tahun kemudian *Bayrischen Flugmotorenwerken* berganti nama menjadi BMW ***(Bayerische Motoren Werke)*** atau dapat diartikan Pabrik Mesin Bayern. Produk terkenalnya pada saat itu adalah mesin pesawat BMW 132 A yang dipasang untuk pesawat jenis Junker Ju. Namun setelah perang dunia pertama (perjanjian Versailler), pembuatan pesawat terbang di Jerman dilarang. Sehingga perusahaan ini beralih memproduksi mesin dua silinder untuk sepeda motor *(The World of BMW ; Driving on the road to the future)*

BMW Group Germany yang berpusat di Muenchen, Jerman memberikan lisensi kepada PT. BMW Indonesia di Jakarta selaku ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk). Sampai saat ini PT. BMW Indonesia memiliki 27 dealer resmi yang tersebar di Indonesia.

Pengguna dan juga komunitas penggemar mobil BMW di Yogyakarta cukup banyak, baik dalam kategori klasik maupun yang menggemari mobil BMW keluaran terbaru. Selain itu, sering juga dijadikan sebagai koleksi oleh sebagian kalangan yang datang dari berbagai usia. Koleksi-koleksi tersebut berasal dari berbagai tipe dan tahun pembuatan, dan juga menyediakan berbagai gaya (style atau performance) yang berbeda sesuai dengan karakter dan selera penggunanya. Secara umum para pengguna berbaur tanpa membeda-bedakan tipe, tahun pembuatan, maupun harga dari mobil BMW tersebut dengan cara berkumpul disuatu tempat seperti bengkel, kafe-kafe, ditepi jalan dan lain-lain.

Pada dasarnya manusia membutuhkan perhatian dan penghargaan dari orang lain karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk aktualisasi diri. Jalan mencapai posisi ini ada bermacam-macam cara misalnya dengan berusaha menciptakan sesuatu yang berbeda. Segala sesuatu yang sifatnya standar menjadi kurang menarik sehingga sebagian orang mencoba mengubah dengan memodifikasinya sehingga menjadi berbeda dan menarik perhatian orang lain. Pada tahap ini manusia akan mendapatkan kepuasan dan bangga dengan dirinya.

Salah satu manifestasi dari aktualisasi diri adalah memodifikasi kendaraan pribadi, baik itu mobil maupun sepeda motor. Gaya modifikasi kendaraan terus berganti dari masa ke masa, bahkan antar daerah mempunyai gaya yang berbeda walaupun secara umum biasanya memiliki gaya yang sama karena semakin tidak terbatasnya sarana teknologi komunikasi antar daerah bahkan antar negara.

Perkembangan dunia modifikasi otomotif di Indonesia saat ini menunjukkan angka peningkatan yang besar, peningkatan yang terjadi tidak hanya dari segi kuantitas, tetapi juga dari segi kualitas modifikasi yang dilakukan para modifikator semakin meningkat.

Adanya sebuah pusat modifikasi otomotif BMW dalam lingkup kota yang bisa menampung segala hal yang berhubungan dengan pelayanan perawatan, perbaikan, dan modifikasi resmi otomotif BMW diharapkan mampu mendorong hasil pemasaran yang tinggi dan pelayanan yang tepat terhadap konsumen atau pelanggan terutama pada penjualan suku cadang, jasa perawatan dan perbaikan, serta modifikasi. Disamping itu pusat pelayanan untuk otomotif BMW juga didukung juga dengan fasilitas klub, yang berfungsi untuk mewadahi aktivitas para penggemar ataupun pengguna mobil BMW di Yogyakarta.

2. Latar Belakang Permasalahan

Menjadi sebuah kecenderungan saat ini bahwa kendaraan bermotor bukan lagi sekedar sebuah alat untuk menunjang kegiatan hidup tetapi juga telah menjadi bagian sebuah gaya hidup. Seiring berkembangnya era modern dan teknologi seperti saat ini; selain kata “*servis*”; sering juga terdengar kata ”*modifikasi*” kendaraan yang menjadi hobi dan kesenangan tersendiri. Sejak dahulu kendaraan tidak lebih sebagai alat transportasi untuk menunjang kegiatan keseharian, namun sekarang orang memodifikasi kendaraan untuk membeli kesenangan pribadi, belum tentu sebagai kebutuhan walaupun harus mengeluarkan banyak biaya. Semua dilakukan bukan disebabkan karena kebutuhan, melainkan lebih untuk meningkatkan gengsi pelakunya dalam komunitas masyarakat.

Dalam perkembangannya muncul beberapa macam aliran modifikasi kendaraan dan berkembang di Indonesia; misalnya *Body Kit* adalah modifikasi yang menonjolkan dari segi body kendaraan, *audio* yakni modifikasi yang mengutamakan kualitas suara, kemudian *Interior kendaraan* ataupun *Engine* kendaraan yang menonjolkan kekuatan mesin. Semuanya memiliki ciri khas masing – masing dan berkembang sangat baik di Indonesia.

Yogyakarta sebagai pusat kota pendidikan dan tujuan pariwisata dengan populasi penggemar kendaraan modifikasi yang sangat banyak belum memiliki tempat yang sanggup untuk melakukan modifikasi khususnya untuk otomotif BMW, dalam satu tempat secara terpadu, mulai dari audio, body kid, interior kendaraan, sampai servis dan modifikasi mesin. Beberapa bengkel modifikasi yang ada di Yogyakarta hanya sanggup menangani satu atau dua jenis servis dan modifikasi. Bengkel yang dapat melakukan modifikasi audio biasanya tidak sanggup menangani modifikasi mesin, body conversion, pengecatan dan sebagainya.

Cara servis dan modifikasi yang dilakukan perbagian di masing-masing bengkel menjadi tidak efisien, karena harus berpindah tempat setelah selesai mengerjakan satu bagian servis dan modifikasi. Selain itu tidak menutup kemungkinan pengerjaan selanjutnya merusak pengerjaan sebelumnya yang sudah jadi karena tidak adanya konsep yang utuh sehingga tidak memberikan hasil modifikasi yang memuaskan.

Tingkat populasi kendaraan BMW di Yogyakarta cukup tinggi, dengan berbagai macam variannya. Pengaruh dari tingginya populasi kendaraan BMW secara langsung adalah berdampak pada semakin berkembangnya komunitas pehobi, penggemar dan pecinta modifikasi BMW. Hal ini merupakan salah satu faktor dasar adanya fasilitas ini, sehingga Yogyakarta memiliki potensi yang bagus dengan didirikannya pusat modifikasi yang hanya dikhususkan untuk kendaraan BMW.

Berbagai kegiatan perkumpulan penggemar otomotif dan acara kontes modifikasi berskala nasional maupun internasional di Yogyakarta sering menggunakan mobil BMW sebagai media modifikasi, seperti *Audio Car*

Contest, *Djarum AutoBlack Through*, *Auto Modify*, *Otocustom*, dan lain-lain, yang diselenggarakan setiap 1 atau 2 tahun sekali mampu menjadi pendukung keberadaan pusat pelayanan servis dan modifikasi mobil BMW di Yogyakarta.

Pusat modifikasi otomotif BMW ini berperan sebagai wadah kegiatan perbaikan dan modifikasi yang penuh dengan unsur seni dan ide kreatif, sarana pengembangan dan riset modifikasi, pelayanan modifikasi, dan tempat uji coba produk modifikasi terbaru untuk mobil-mobil BMW. Pusat pelayanan ini diharapkan mampu melayani kegiatan perbaikan dan menampung aspirasi dan kemauan penggemar modifikasi otomotif.

Pusat modifikasi otomotif BMW ini secara arsitektural dan visual mampu mempresentasikan citra arsitekturnya sebagai sebuah fasilitas bangunan servis dan modifikasi kendaraan yang sesuai dengan *brand image* BMW dan mengusung konsep simbolik BMW serta menjadi "*one stop modification*" untuk otomotif BMW di Yogyakarta.

Pusat modifikasi otomotif BMW merupakan fasilitas kegiatan untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat yang ingin melakukan perawatan, perbaikan, dan memodifikasi otomotif BMW baik skala kecil maupun besar dalam satu lokasi yang nyaman dan terpadu sehingga lebih efisien dalam segala hal baik waktu maupun materi sehingga antusiasme masyarakat akan modifikasi kendaraan dan perkembangan dunia otomotif akan lebih meningkatkan dalam Pusat Modifikasi Otomotif BMW di Yogyakarta.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana wujud rancangan Pusat Modifikasi Otomotif BMW di Yogyakarta yang mewadahi aktivitas modifikasi secara terpadu dengan metode pendekatan simbolik BMW melalui pengolahan bentuk dan penataan ruang sebagai pendukung nilai komersial bangunan.

C. TUJUAN DAN SASARAN

1. Tujuan

Terwujudnya desain Pusat Modifikasi Otomotif BMW di Yogyakarta yang mewadahi aktivitas modifikasi secara terpadu dengan

metode pendekatan simbolik BMW melalui pengolahan bentuk dan penataan ruang sebagai pendukung nilai komersial bangunan

2. Sasaran
   a) Tampilan karakter bangunan dengan menata ruang pada masing-masing bangunan sesuai dengan fungsi dan aktivitasnya.
   b) Penataan bangunan secara keseluruhan sesuai dengan fungsi utamanya dengan mengungkapkan nilai komersial dalam konsep sebuah fasilitas bangunan modifikasi terpadu.
   c) Terciptanya penataan ruang dan massa bangunan yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna.

D. LINGKUP PENULISAN

1. Materi Studi

Perencanaan dan perancangan sebuah bangunan Pusat Modifikasi Otomotif BMW yang dapat menampilkan karakter bangunan komersial meliputi dua lingkup, yaitu lingkup lokasi dan lingkup substansi.

a. Lingkup lokasi akan mempelajari dan membahas mengenai area yang menjadi site terbangun dari Pusat Modifikasi Otomotif BMW, yaitu berada di wilayah Yogyakarta.
b. Lingkup substansi akan mempelajari dan membahas mengenai beberapa fasilitas modifikasi otomotif khususnya mobil yang ada di Indonesia maupun luar negeri yang dapat digunakan sebagai pembanding dalam perencanaan dan perancangan Pusat Modifikasi Otomotif di Yogyakarta.

2. Pendekatan Studi

Pembahasan dibatasi pada masalah-masalah disiplin arsitektur sesuai dengan sasaran yang akan dicapai, disertai dengan ilmu lain yang mendukung dan menggunakan cara pendekatan arsitektur filosofikal.

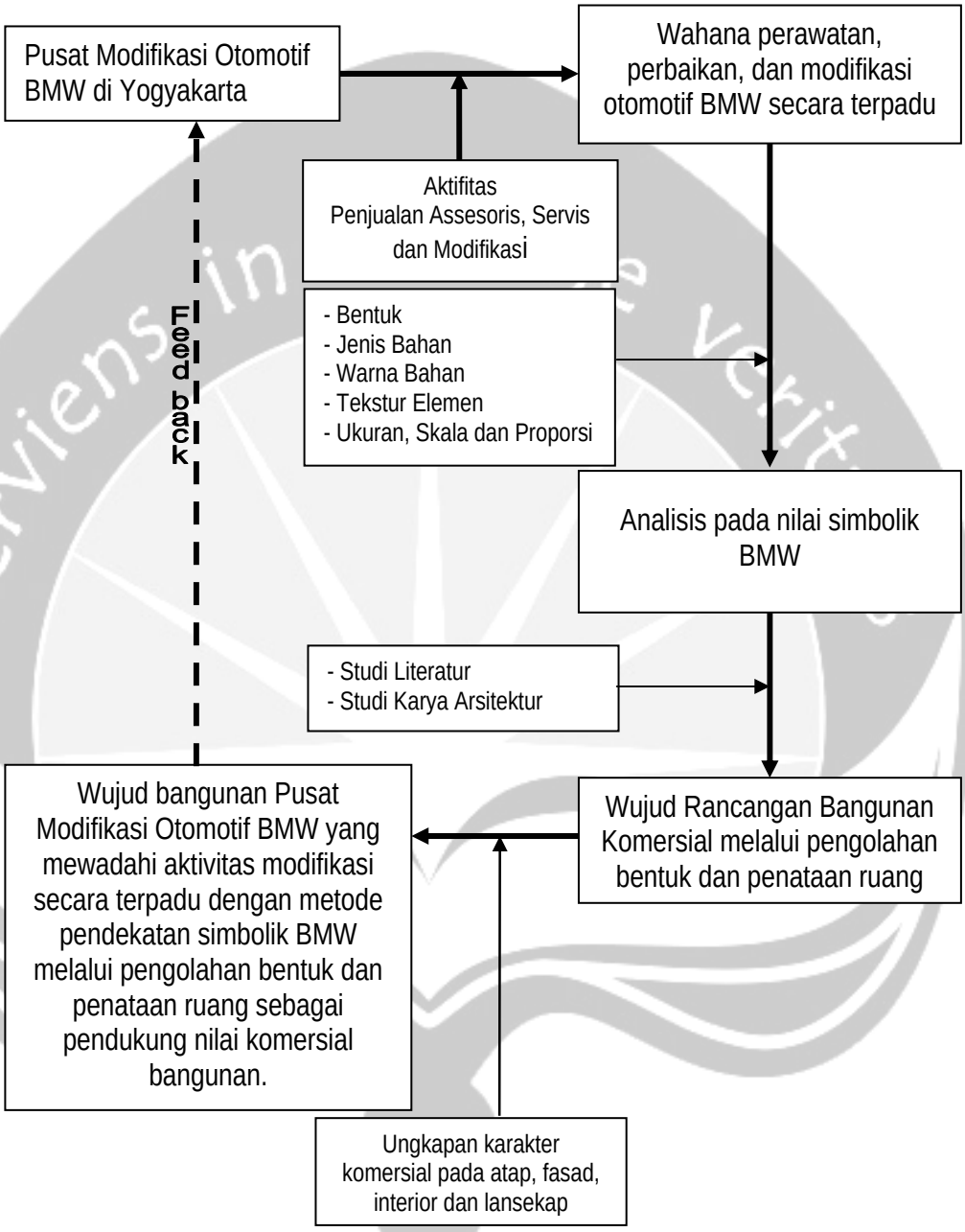
E. METODE PENULISAN

Dalam penulisan ini, digunakan cara kerja penalaran deduktif untuk analisis penerapan simbolik BMW, yaitu: melakukan studi literatur dan pengumpulan data, baik data primer maupun sekunder, kemudian

melakukan analisa data dan menginterpretasi hasil analisa dalam wujud konsep perancangan yang dilakukan untuk memperdalam permasalahan yang ada sehingga didapatkan rumusan bagi alternatif pemecahan masalah. Sedangkan untuk menjawab karakter sebagai bangunan komersial menggunakan metode komparasi, yaitu dengan membandingkan beberapa proyek sejenis yang sudah ada. Tahapan yang harus ditempuh, yaitu:

- Tahapan pengumpulan data, baik berupa data hasil observasi lapangan dan wawancara, maupun melalui studi literatur.
- Tahapan interpretasi data. Merupakan kegiatan kompilasi untuk mencari keterkaitan antara permasalahan dengan data yang telah dikumpulkan.
- Tahapan analisis. Merupakan tahapan penguraian dan pengkajian data serta informasi lain yang relevan dengan acuan untuk mendapatkan kerangka pendekatan konsep perencanaan dan perancangan.
- Tahapan rekomendasi. Merupakan tahapan integrasi data-data di lapangan dengan studi yang dilakukan. Hasil dari tahapan ini berupa rekomendasi yang selanjutnya akan ditransformasikan untuk tujuan mendapatkan sebuah konsep yang jelas dan terarah.

F. KERANGKA POLA PIKIR



G. GAGASAN AWAL

Showroom Mercedes Benz, Jl. H. Rasuna Said, Jakarta

Gambar 1.1. Showroom Mercedes Benz
Sumber : www.carbodydesign.com, Februari 2009

Showroom yang berkonsep *progresif*, modern dan *high tech* ini dirancang dengan menggunakan material bersifat ringan, transparan, dan modern seperti bidang kaca yang lebar dan aluminium komposit. Kesan modern bangunan juga ditunjang oleh pemilihan warnanya yaitu yang sifatnya modern, ringan dan *monochromatic*, antara lain silver, abu-abu dan warna kayu muda.

Authorized Dealer BMW Illionis, USA

Gambar 1.2. Authorized Dealer BMW Illionis, USA
Sumber : www.bmw-experience.com, Februari 2009

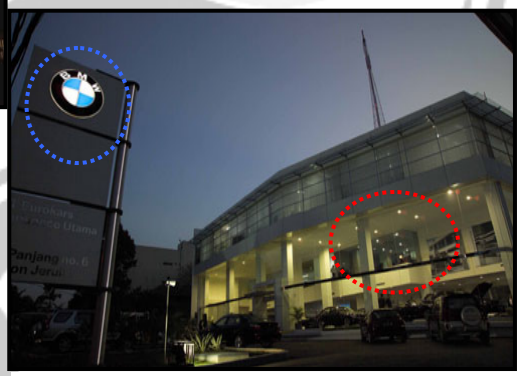
Penggunaan material kaca memberi kesan ekspose. Penggunaan banyak bukaan maupun dinding transparan (material kaca) : Keterbukaan sebagai image dari konsep pelayanan BMW.

Dealer-Dealer BMW

BMW SYLVANIA, USA

BMW ASTRA INTERNATIONAL SEMARANG

BMW BINTARO, JAKARTA



BMW KEBON JERUK, JAKARTA

Sign it terbuat dari material aluminium dan memiliki frame krom yang ada pada setiap dealer BMW di dunia merupakan ciri dari dealer-dealer yang dibangun BMW.

Penggunaan kaca lebar dan transparan serta frame krom mencerminkan modern, mewah dan *high tech*.

Gambar 1.3. Dealer BMW

AMG Mercedes Benz Building

Gambar 1.4. AMG Mercedes Benz Building
(Salah Satu Fasilitas Modifikasi Mobil Dunia)
Sumber: www.mercedesbenz.com, Februari 2009

Studio Desain dan Modifikasi Acura Honda

Studio ini berdiri pada tanggal 27 Maret 2006 di California, Amerika Serikat, dengan luas bangunan 5600 m^2 dan luas site mencapai 12.000 m^2.

Pintu dan Lobby Utama

Bangunan dan Site Area Parkir

Area Display dan Informasi Mobil

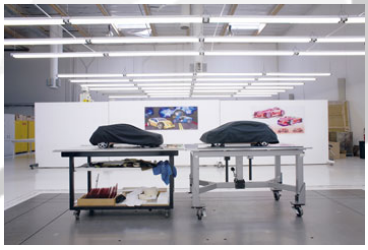
Tata Ruang Dalam dan Tata Cahaya Display

Ruang Tamu dengan
Latar Ruang Display

Ruang Pertemuan dengan
Latar Area Display

Permainan Pola dan Warna Lantai
pada Area Display

Acura HF-Sport
Hasil Riset dan Modifikasi



Ruang Riset, Pengembangan, dan Desain Modifikasi

Gambar 1.5. Interior Studio Desain dan Modifikasi Acura Honda
Sumber : *www.carbodydesign.com*, Februari 2009

Nissan *Design Centre* di Kanagawa, Jepang.

Gambar 1.6. Bangunan Nissan *Design Centre*
Sumber : *www.neo japan.com*, Februari 2009

Nissan *Design Centre* sebagai bangunan yang luas mempunyai 3 lantai. Lantai pertama adalah untuk area *modeling*, lantai kedua untuk *katachi* atau area perencanaan desain, dan lantai ketiga untuk koordinasi proyek. Ide terbaik dari desain tata ruang bangunan ini adalah kemampuan fleksibilitas ruang yang memudahkan dalam pergerakan dan sirkulasi pengguna maupun fisika bangunan meskipun sedang berada di area yang berbeda.

Ruang tamu dan ruang santai

Ruang riset, pengembangan, dan desain model

Tata Ruang Display Mobil dan Ruang Perakitan Body Kit

Gambar 1.7. Interior Nissan *Design Centre*
Sumber : *www.neo japan.com*, Februari 2009

Gambar 1.8. Contoh Pekerjaan Modifikasi Mobil di AMG *Studio*
Sumber: *www.emercedesbenz.com*, Februari 2009

Gambar 1.9. Gedung Training sebagai bangunan vertikal
Sumber: www.bogorcyberpark.com, Februari 2009

Pengelola/Administrasi

Gambar 1.10. Mclaren Technology Centre
Sumber :www. mclaren technology centre Building.com Februari 2009

Dinding pembatas tidak masif digunakan pada interior pengelola yang terbuat dari kaca dan aluminium maupun berupa *sliding door* yang menghubungkan dua ruang atau lebih serta sebagai pembatas rendah yang membatasi antar ruang tetapi memungkinkan kontak visual.

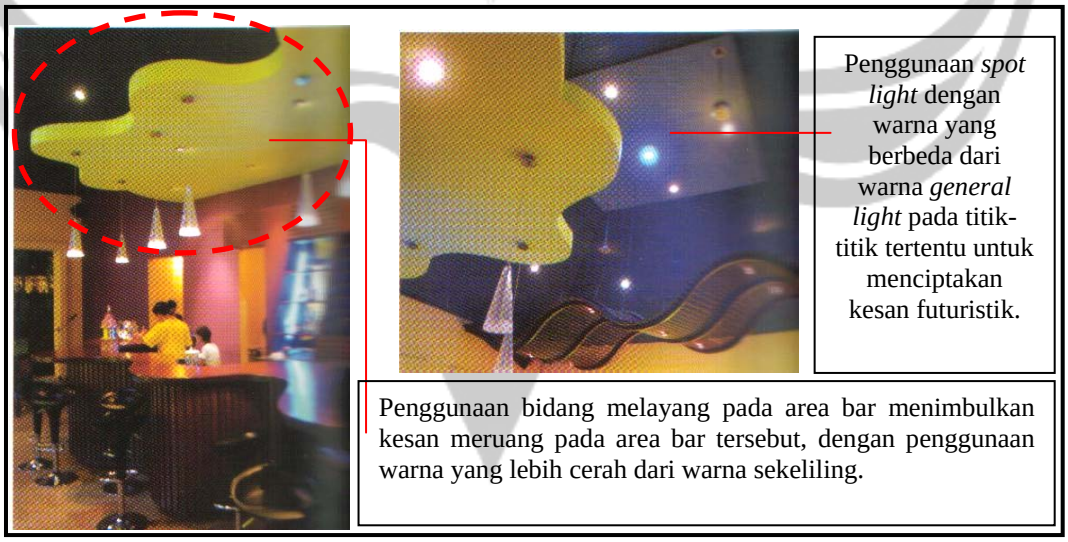
Ruang rapat

Gambar 1.11. Mclaren Technology Centre
Sumber :www. mclaren technology centre Building.com, Februari 2009

Interior ruang rapat untuk modifikasi dan reparasi didominasi meterial kaca dan alumunium sehingga ruang rapat berkesan futuristik dan bersih. Pada dinding-dinding diletakan hiasan berupa benda-benda yang berkaitan dengan otomotif, sehingga dapat menciptakan kesan yang lebih akrab dengan kegiatan modifikasi.

Cafe

Sebagai tempat berkumpul dan bertemunya para penggemar otomotif di Yogyakarta, suasana cafe dibuat tidak formal dengan penampilan yang simple, tidak berlebihan, dibuat berkesan akrab dan *relaks* karena café adalah tempat untuk beristirahat ataupun bersantai dengan tidak meninggalkan kesan *futuristik* sebagai wujud yang menyatu dengan bangunan utama.



Gambar 1.12. Interior The Range dan Golf Shelter

Karya Arsitek Indonesia

Tekstur, warna, sebagai pengganti dekorasi dan ornamen

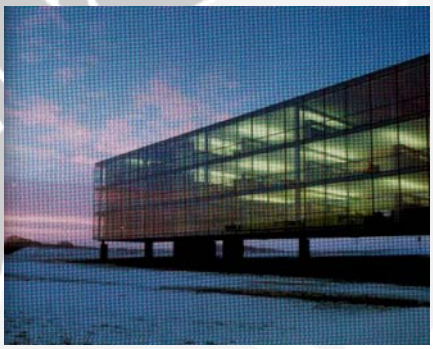
Gambar 1.13. Kantor Graf, 1995, Dornbirn Austria

Restoran One Happy Cloud, 1997, Estocolmo Swedia

Gambar 1.14. Tekstur dan warna sebagai pengganti dekorasi dan ornamen.

Pencahayaan yang baik

Kantor Graf, 1995, Dornbirn Austria



Kantor Bang&Olufsen, 1998, Struer Denmark

House 2/5, 1995, Nishinomiya Jepang

Gambar 1.15. Pencahayaan

Pameran dan Modification Contest

Interior Bangunan Pameran dan *Modification Contest* merupakan sebuah hall bentang lebar.

Gambar 1.16. Interior Bangunan Pameran

Pencahayaan buatan berupa pencahayaan general, bukan berupa spot light, karena stand-stand bersifat non-permanen.

Lantai bertekstur halus, berwarna cerah untuk memberi kesan bersih dengan dinding berwarna terang (abu-abu muda) dikombinasikan dengan material kaca sebagai elemen yang dominan.

Gambar 1.17.
Kegiatan Pameran Mobil yang Pernah Diselenggarakan di Indonesia
(Indonesia Tuner, TopGear Indonesia, 2005)

Komposisi Bangunan Horizontal dan Vertikal

Pengolahan dinding dan atap dengan massif dan transparan

Pengolahan elemen pembentuk ruang yang atraktif

Gambar 1.18.
Komposisi Bangunan Horizontal dan Vertikal