



BAB II
TINJAUAN MODIFIKASI OTOMOTIF DAN
KONSEP EXHIBITION PARK

2.1. Industri Otomotif

2.1.1 Sejarah Otomotif di Indonesia

Sejarah otomotif Indonesia cukup panjang. Indonesia sudah mengenal baik kendaraan bermotor sejak awal abad ke-20, sehingga pada awal tahun 1930-an beberapa ruang pameran mobil sudah berdiri di Jakarta (Batavia), Surabaya, Bandung, Semarang, dan Yogyakarta. Meskipun demikian jumlah mobil yang terjual masih sangat sedikit.

Tahun 1905, di Pulau Jawa sudah terdapat ratusan mobil. Padahal, pada saat yang sama di Belanda hanya ada puluhan mobil. Mengenai kapan persis masuknya mobil yang pertama ke Indonesia sampai saat ini belum diketahui. Yang diketahui hanyalah Sunan Solo dan Sultan Bone termasuk orang-orang pertama yang mempunyai mobil. Sunan Solo mempunyai Benz Phaeton tahun 1894. Mobil pertama buatan Gottlieb Daimler dan Karl Benz diluncurkan pada tahun 1886.

Soebronto Laras, Presiden Komisaris Kelompok Indomobil, dalam kata pengantarnya menulis, Trend mobil Eropa dan Amerika itu cukup lama merajai jalanan di Indonesia. Trend itu berlangsung sampai akhir tahun 1960-an. Salah satu penyebabnya pada saat itu adalah keberadaan pengusaha/ pedagang mobil yang ada, khususnya Kelompok Hasjim Ning yang sangat Amerika *oriented* pada saat itu sehingga mobil yang diperdagangkan lebih banyak buatan Amerika."



2.1.2. Tinjauan Umum Otomotif

Kendaraan bermotor, baik roda dua maupun roda empat yang dapat memudahkan kita dalam melakukan perjalanan, dengan kata lain kita sebut sebagai alat transportasi. Mungkin hal ini yang pertama kali terlintas di benak kita ketika diminta untuk mendefinisikan kata otomotif. Banyak orang masih beranggapan bahwa fungsi kendaraan bermotor, baik itu mobil maupun motor hanyalah sebagai alat transportasi. Hal ini tidak salah, walaupun mungkin asumsi ini sudah tidak lagi terlalu relevan di masa sekarang ini, karena fungsi kendaraan bermotor kini sudah lebih jauh dan lebih luas dari sekedar alat transportasi.

Sebenarnya, bisa dibilang bahwa sejak dulu dunia otomotif juga merupakan bagian dari gaya hidup. Mulai dari tampil di dunia hiburan, seperti dalam film, baik sebagai properti hingga menjadi bintang utama. Atau sebagai alat untuk mengejar prestasi dalam olah raga otomotif. Selain itu, otomotif juga bisa digunakan sebagai alat untuk mengaktualisasikan diri dengan memodifikasi kendaraan tersebut yang sekaligus sebagai penyaluran cita rasa seni dalam setiap individu. Selain itu, juga sebagai sarana untuk bersosialisasi dengan membentuk atau bergabung dalam sebuah komunitas. Dan yang penting juga adalah otomotif yang dianggap oleh sebagian orang sebagai suatu hobi yang (mungkin) mahal, di suatu waktu kadang bisa menjadi sebuah investasi yang sangat berharga. Tren terbaru dan proyeksi masa depan dari dunia otomotif dalam ajang pameran juga bisa dibilang menjadi bagian dari gaya hidup.

2.1.3 Perkembangan Industri Otomotif di Indonesia

2.1.3.1. Perkembangan Industri Kendaraan Roda Empat

Perkembangan industri otomotif di Indonesia terbilang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pesatnya pertumbuhan industri otomotif maupun industri pendukung otomotif seperti komponen kendaraan bermotor. Bukan hanya itu, populasi kendaraan bermotor roda empat yang cukup

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



besar, membuat banyak industri otomotif dunia turut meramaikan persaingan kendaraan bermotor Indonesia.

Walaupun belum ada data resmi jumlah atau populasi kendaraan roda empat di Indonesia hingga saat ini, diprediksikan jumlahnya mencapai 6,5 juta unit. Sejak tahun 1972 hingga 2005, jumlah kendaraan bermotor khusus roda empat berdasarkan data yang dimiliki Gaikindo hanya mencapai sekitar 4,5 juta unit. Kemudian, angka itu ditambah dengan jumlah kendaraan bermotor dari tahun produksi sebelumnya, termasuk kendaraan impor," seperti yang dikatakan Ketua Umum Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo). Sekaligus untuk menepis beberapa pendapat yang menyebutkan jumlah kendaraan roda empat di Indonesia mencapai 13,5 juta unit. Menurutnya, angka itu terlalu besar. Sebab, jika dilihat pada perkembangannya selama 30 tahun terakhir, kemungkinan angka itu tidak valid. Selain itu, juga banyak kendaraan yang sudah tidak bisa difungsikan lagi.

Dari total angka tersebut, sebagian besar kendaraan roda empat (mobil) didominasi oleh kendaraan bermotor dari pabrikan asal Asia, seperti Jepang dan Korea. Walaupun demikian, kendaraan bermotor dari pabrikan Eropa seperti Jerman, Perancis, Swedia dan Amerika Utara juga turut meramaikan persaingan kendaraan bermotor di Indonesia. Diantaranya Mercedes-Benz, BMW, Audi, Volkswagen (VW), Opel, Daimler, Peugeot, Renault, Volvo, Jaguar dan Land Rover. Dan dari Amerika seperti Ford, Chevrolet dan Chrysler mampu merebut hati penggemar dan konsumen otomotif Indonesia (Gaikindo).

Dilihat dari pangsa pasarnya sepanjang tahun 2005, Gaikindo mencatat keberadaan mobil-mobil Eropa dan Amerika yang ada di Indonesia, memang masih kecil. Namun, saat berada di jalan raya di sejumlah kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Semarang, Bandung, Yogyakarta, Medan dan Makasar, populasi mobil-mobil Eropa ini cukup banyak. Sebut saja di antaranya Mercedes-Benz A-Class, C-Class, E-

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Class, hingga S-Class. Kemudian ada merek BMW, Volvo, Audi, Opel Blazer, Volkswagen (VW), Renault Kangoo, dan Jaguar.

Wenda Wonoseputro mengatakan, hadirnya sejumlah kendaraan Eropa ke pasar dalam negeri, selain karena adanya kesempatan untuk memasukkan kendaraan impor, juga karena pangsa pasar otomotif Indonesia yang cukup besar. "Kita akui, pangsa pasar Indonesia sangat besar. Hal ini, memacu semangat pabrikan lainnya termasuk dari Eropa untuk turut serta memperebutkan kue yang ada," *Deputy Director Marketing, Mercedes-Benz.*

Untuk lebih jelas mengetahui secara keseluruhan geliat perkembangan dunia otomotif di Indonesia, dapat dilihat sekilas data beberapa perusahaan otomotif dan beberapa perusahaan pemegang hak resmi pengimpor kendaraan eropa berikut ini yang telah meramaikan pasar otomotif di Indonesia beberapa tahun terakhir:

a. **Volks Wogen**

Tahun 2005, VW dengan produknya VW New Golf dan VW Tuareg meraih angka penjualan sebanyak 141 unit. Sementara itu, VW Caravelle terjual sebanyak 87 unit. Wenda mengatakan, tahun 2006 ini pihaknya menargetkan penjualan sebanyak 200 unit.

b. **Ford**

Presiden Direktur PT Ford Motor Indonesia (FMI), Rich Baker mengatakan, kehadiran pabrikan Eropa di Indonesia, menunjukkan bahwa pasar dalam negeri Indonesia cukup besar. "Kami optimistis mampu menarik simpati konsumen Indonesia dengan kehadiran kendaraan Eropa seperti merek Ford Escape, Ford Focus dan lainnya".

Selama tahun 2005, Ford Motor Indonesia (FMI) berada di urutan ke-11 ranking distributor terbesar kendaraan roda empat di Indonesia, dengan total penjualan sebesar 5.727 unit. Peningkatan ini, kata Rich, dikarenakan hadirnya produk baru dari Ford yang banyak menarik simpati konsumen Indonesia. Penyumbang

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



penjualan kendaraan Ford adalah Ford Ranger dengan total penjualan sepanjang 2005 sebesar 3.076 unit. Disusul Ford Everest (1.492 unit), Ford Escape (932 unit), Ford Focus (202 unit) dan Ford Lynx (25 unit).

c. **BMW**

PT BMW Indonesia, dengan sejumlah produknya mulai dari BMW serie I hingga seri ke-7, tahun 2005 mampu berada di posisi ke-15 otomotif nasional dengan total penjualan sebanyak 1.257 unit.

d. **Peugeot, Volvo, Audi, Land Rover**

Peugeot berada di posisi ke-17 dengan penjualan sebanyak 486 unit, Volvo 149 unit, Audi 120 unit, Land Rover 85 unit, Jaguar 61 unit dan Renault 49 unit.

e. **Ferrari**

Serbuan mobil-mobil Eropa semakin gencar. Pada tahun 2001 silam, PT Citra Langgeng Otomotif, yang mengageni Ferrari dan Maserati, juga turut meramaikan pasar otomotif nasional. Hingga saat ini, PT Citra Langgeng Otomotif telah memasok sejumlah produk Ferrari 360 Modena dan Maserati 3200GT di Indonesia. Ferrari 360 Modena menggunakan mesin berkapasitas 3.536 cc dengan delapan silinder dalam konfigurasi V (V8). Mobil ini dijual dengan harga sekitar Rp 5 miliar. Ferrari 360 Modena hanya memuat dua orang penumpang.

f. **Maserati dan Jaguar**

Sedangkan Maserati 3200GT menggunakan mesin 3.217 cc, juga delapan silinder (V8). Meskipun kapasitas mesinnya masih kalah dibandingkan dengan Ferrari 360 Modena, kabinnya lebih lega, sehingga bisa memuat empat orang. Pabrikan Eropa lainnya yang juga sudah hadir di Indonesia adalah mobil produksi Inggris, yakni Jaguar dan Bentley. Mobil Jaguar tipe S sudah diperkenalkan ke publik Indonesia saat gelaran Gaikindo Auto Expo 2005 silam oleh PT Grandauto Dinamika. Jaguar Tipe S turun dengan dua varian,

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



satu berkapasitas mesin 2.967 cc, V6, dan satu lagi, 3.996 cc, V8. Kedua varian itu dilengkapi dengan sistem navigasi Global Positioning System (GPS).

g. **Bentley dan Rolls Royce**

Sementara itu, PT Grandauto Dinamika juga memasukkan mobil Bentley tipe Arnage Green Label. Mesin Bentley Arnage Green Label berkapasitas 4.398 cc, V8 dan hanya diproduksi 50 unit saja. Produk Eropa lainnya yang juga dilansir PT Grandauto Dinamika adalah mobil Rolls Royce.

h. **Renault**

Renault merupakan mobil produk Perancis, setelah lebih dari 15 tahun absen, beberapa tahun lalu kembali hadir di Indonesia. Saat ini, Renault bernaung di bawah grup Indomobil. Mobil Renault yang masuk ke Indonesia di antaranya adalah Scenic yang mempunyai dua varian mesin bensin 1.400 cc dan 1.600 cc, serta mesin diesel 1.900 cc.

i. **Audi**

Mobil Eropa lainnya yang juga meramaikan pasar otomotif nasional adalah Audi. Melalui PT Garuda Mataram Motor -- ATPM Audi di Indonesia-- sejumlah model Audi mulai dari Audi A1 hingga A8 telah menambah panjang deretan mobil Eropa di Indonesia. Belum lama ini, Audi A8 telah hadir di Indonesia. Total penjualan mobil Audi selama tahun 2005 mencapai 120 unit.

j. **Alfa Romeo dan Porsche**

Bersamaan dengan itu, pemain lama lainnya yang juga malang-melintang masuk di pasar Indonesia pada era 1970-an, selain Volkswagen (VW) adalah Alfa Romeo. Mobil Alfa Romeo yang pernah dipasarkan di Indonesia dan sangat populer di masyarakat adalah Alfa Romeo 156 dan Alfa Romeo 166. Mobil Eropa lainnya yang turut meramaikan pasar otomotif nasional adalah Porsche. Walaupun kalah bersinar dibandingkan mobil Eropa lainnya,

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



kehadiran mobil Porsche, menambah panjang daftar deretan mobil Eropa di Indonesia.

Jika dilihat statistik selama empat tahun terakhir, Gaikindo mencatat keberadaan mobil-mobil Eropa di Indonesia pangsa pasarnya tidak jauh berada pada kisaran tiga hingga empat persen. Tahun 2002, mobil buatan Eropa (Jerman, Swedia, Perancis, dan Amerika) hanya terjual sebanyak 11.827 unit atau sekitar 3,73 persen. Tahun 2003 meningkat menjadi 15.395 unit (4,34 persen). Tahun 2004, penjualan mobil Eropa meningkat lagi menjadi 16.840 unit, namun persentasenya menurun menjadi 3,49 persen. Dan di tahun 2005, penjualan mobil Eropa mengalami penurunan cukup signifikan, yakni hanya terjual sebanyak 12.689 unit (2,38 persen).

Sementara itu, pabrikan Asia khususnya Jepang menguasai pasar pangsa pasar otomotif nasional dengan market share sebesar 94,76 persen atau terjual sebanyak 505.932 unit. Pasar otomotif nasional dikuasai oleh Toyota dengan penjualan sebesar 182.767 unit (34,23 persen), disusul Mitsubishi 89.158 unit (16,70 persen), Suzuki 87.274 unit (16,35 persen), Honda 53.750 unit (10,07 persen) dan Daihatsu 48.762 unit (9,13 persen).

Sedangkan pabrikan Asia lainnya, yakni Korea Selatan melalui Hyundai 6.391 unit (1,20 persen), Kia 8.668 unit (1,62 persen), Ssangyong tiga unit serta Daewoo (0) hanya menguasai pasar dalam negeri sebesar 2,82 persen (15.062 unit). Pangsa pasar tersisa yaitu 0,04 persen dimiliki oleh mobil Timor dengan total penjualan sebesar 239 unit.

Pabrikan Asia ini siap turun dengan kekuatan penuh mengawal pasar otomotif nasional. Di kelas 1.600-1.800 cc, Toyota Corolla, Honda New Civic, Mitsubishi New Lancer, akan menjadi pesaing mobil Eropa untuk kelas itu. Demikian pula di kelas 2.000 cc ke atas, Honda Accord, Toyota Camry, Toyota Crown, Lexus, Mitsubishi Gallant, Hyundai Sonata, Hyundai Grandeur, KIA Shuma, dan Nissan New Infinity siap menghadang mobil-mobil Eropa. Dan di segmen SUV, Honda CR-V, Nissan X-Trail,

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Hyundai Tucson, Kia Sportage II siap menghadapi gempuran Ford Focus, Escape dan VW Tuareg.

Meskipun industri kendaraan bermotor baik roda empat maupun roda dua di Indonesia selama ini masih bersifat perakitan, jumlah perusahaan yang bergerak di bidang industri ini terus meningkat baik sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) maupun sekedar sebagai importir.

Sebagaimana telah dijelaskan, industri kendaraan bermotor di Indonesia masih bersifat perakitan dan sebagian besar komponennya masih diimpor dari negara asal pemberi lisensi atau prinsipal. Sejalan dengan kondisi tersebut, industri komponen kendaraan bermotor di dalam negeri juga turut berkembang baik untuk memenuhi kebutuhan perakitan atau *Original Equipment Manufacturing* (OEM) maupun memenuhi pasar bebas untuk penggantian (*replacement*). Meski demikian, komponen impor juga masih banyak dijual di pasar dalam negeri.

Menurut Bambang Trisulo, Ketua Umum Gaikindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia), kondisi industri otomotif di Indonesia sebenarnya memiliki potensi berkembang yang sama besar dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand. Hanya saja, krisis ekonomi dan beberapa kesalahan di masa lalu berefek juga pada kondisi industri otomotif Indonesia sekarang ini yang seolah-olah seperti tidak memiliki konsep yang jelas. Intinya, ketinggalan Indonesia dari Malaysia dan Thailand dalam mengembangkan industri otomotif tak lepas dari soal manajemen peletakan konsep di masa lalu yang tidak tepat.

Awalnya, arah perkembangan industri otomotif Indonesia akan meniru negara yang telah maju mengembangkan industri otomotif yang komplit. Yaitu, suatu industri yang telah mampu mengembangkan produk otomotif dan komponennya secara berkesinambungan. Tetapi, karena krisis ekonomi yang menimpa Indonesia pada tahun 1997, rencana itu jadi tertunda.



Di sisi lain, menurut pengamat ekonomi dari Universitas Indonesia, Aditiawan Chandra, Phd. Terlepas dari kenyataan bahwa 60% nilai perdagangan dunia ada di bidang otomotif, Indonesia memang harus berkonsentrasi di bidang ini, melalui industri komponen dan suku cadang. Pasalnya, Indonesia memiliki sejumlah keunggulan penting sebagai modal besar untuk membangun industri komponen dan suku cadang otomotif.

2.2. Modifikasi

2.2.1. Asal Kata Modifikasi

Kata modifikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *modification*, yang berasal dari kata *modify*. Berikut pengertian dari kata *modify* dan *modification*:

- *Modify* : 1 memodifikasi, mengubah. 2 membatasi. 3 mengurangi.
(John M. Echols, Kamus Inggris- Indonesia, 384)
- *Modification* : modifikasi, perubahan.
(John M. Echols, Kamus Inggris- Indonesia, 384)
- *Modifikasi* : 1 perubahan. 2 pergantian atau penambahan sesuatu hal
(Kamus Besar Bahasa Indonesia, 653)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa modifikasi berarti mengubah atau mengganti. Perubahan yang dilakukan dapat berupa perubahan kecil maupun besar.

2.2.2. Sejarah Modifikasi Otomotif

Kegiatan modifikasi mobil tidak dapat ditentukan siapa yang menemukan atau memulainya, karena kegiatan modifikasi berjalan sesuai dengan perkembangan jaman dan perkembangan teknologi mobil itu sendiri. Setelah ditemukan mobil maka sang pencipta melakukan perubahan besar maupun kecil, perubahan bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Sebagai contoh pabrikan Honda (Jepang) memproduksi Honda Civic pada masa 1970an, kemudian disusul Honda Civic Accord pada 1980an, dan Honda Civic Estilo dan Genio pada tahun 1990an. Ketiga produk tersebut dibarengi dengan pemakaian teknologi



yang lebih maju, seperti perubahan sistem transmisi manual ke sistem transmisi otomatis. Fakta tersebut membuktikan bahwa selama 30 tahun Honda melakukan modifikasi terhadap kekurangan-kekurangan pada Honda Civic, yang kemudian menghasilkan varian baru yang lebih baik dan canggih.

Pengembangan yang sama dilakukan oleh semua pabrik, baik dari Jepang maupun pabrik Eropa. Pabrik Opel, Volkswagen, Jaguar, Rolls Royce, Mitsubishi, Toyota, dan Suzuki, melakukan modifikasi pada mobil-mobil produksi mereka untuk menghasilkan varian baru yang lebih baik dan canggih sehingga dapat diterima oleh konsumen.

2.2.3. Perkembangan Modifikasi Otomotif

Ketidakpuasan pemilik mobil terhadap mobil pabrik mendorong para pemilik mobil untuk berkreasi menciptakan tampilan mobil yang sesuai dengan karakter dan imajinasi mereka. Fenomena modifikasi mulai pada tahun 1960-an di Amerika Serikat, dan di Indonesia mulai pada tahun 1990-an dimana pada saat itu beberapa orang mulai bergerak untuk memulai memodifikasi mobilnya. (Pikiran Rakyat, 14 Mei 2004)

Pada tahun 2000 animo pemilik mobil untuk memodifikasi mobilnya seakan-akan tidak pernah surut bahkan cenderung lebih canggih dan lebih *extrim*. Baik orang tua maupun anak muda berlomba-lomba untuk mengubah tampilan mobilnya supaya lebih baik lagi dan sesuai dengan keinginan para pemilik mobil tersebut.

2.2.4. Jenis-Jenis Modifikasi Otomotif

Secara umum modifikasi mobil dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

- a. jenis modifikasi yang pertama adalah jenis modifikasi kecil yaitu : mobil dimodifikasi per bagian-bagian seperti, lampu, ban, jok, *velg*, stir, cat, dan lain sebagainya.
- b. jenis modifikasi yang kedua adalah modifikasi total dimana mobil diubah tampilannya secara menyeluruh sehingga mobil akan terlihat benar-benar berbeda, seperti pemotongan pada bagian atap mobil atau penambahan *body-kit* dan lain sebagainya.



Secara garis besar modifikasi dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. Modifikasi Interior

Modifikasi interior adalah modifikasi yang dilakukan pada bagian dalam mobil. Modifikasi ini biasa dilakukan oleh para modifikator.

Perubahan-perubahan yang dilakukan pada modifikasi interior adalah:

- **Seat** adalah jok mobil, untuk jok biasanya jok asli diganti dengan jok yang mempunyai kesan *racing* dengan bahan sintetis yang lebih ringan.
- **Seat Cover** adalah kulit jok, untuk modifikasi biasanya jok diganti atau dilapisi dengan kulit asli atau kulit sintetis.
- **Door Trim** adalah pelapis pintu, modifikasi pada *door trim* biasanya disesuaikan dengan warna interior mobil, supaya menghasilkan keserasian pada interior mobil.
- **Electronic** adalah sistem hiburan dalam mobil, modifikasi yang dilakukan adalah mengganti *tape* dengan *cd changer* atau penambahan komponen lainnya seperti MP3, MP4, DVD, dan layar TV hingga penambahan sistem *audio* seperti *speaker aktif*, sehingga menghasilkan suara yang sangat keras.
- **Geuge** adalah aksesoris kabin mobil, modifikasi ini dilakukan dengan mengubah tampilan *speedometer*, menambah *tachometer* dan *turbometer*, mengganti batang kemudi (setir), serta mengganti tutup kepala *perseneling (shift knob)*.
- **Carpet** adalah karpet mobil, modifikasi yang dilakukan adalah dengan mengganti warna karpet, sehingga kabin mobil bisa terlihat lebih bersih dan lapang. Selain itu juga menambah kesan *sporty*.

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Gambar 2.1. Modifikasi jok mobil

Sumber: www.overboost.com



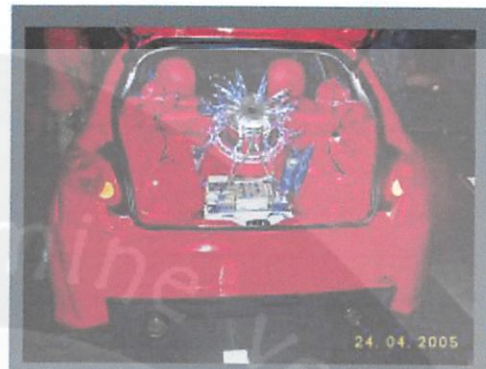
Gambar 2.2. Seat Cover

Sumber: www.sporttruck.com

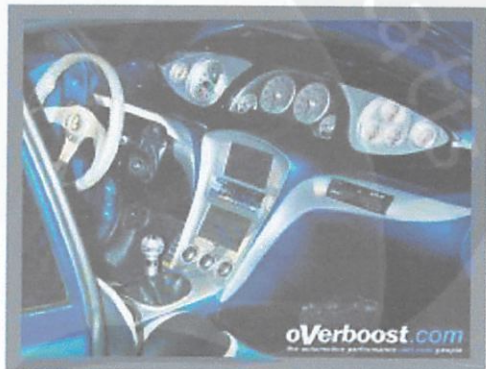


Gambar 2.3. Door Trim

Sumber: www.sporttruck.com dan dokumen pribadi



Gambar 2.4. Elektronik
Sumber: dokumen pribadi



Gambar 2.5. Geuge
(sumber: www.sporttruck.com dan dokumen pribadi)



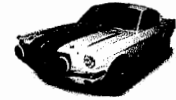
2. Modifikasi Eksterior

Modifikasi eksterior adalah modifikasi yang dilakukan pada bagian luar mobil. Modifikasi ini sering dilakukan oleh pemilik mobil karena hasilnya langsung bisa terlihat oleh orang lain maupun pemilik mobil itu sendiri.

Perubahan-perubahan modifikasi eksterior biasanya dilakukan pada :

- **Front & rear bumper** : bagian depan dan belakang bawah mobil, modifikasi yang dilakukan pada *bumper* adalah menambah panjang dan lebar ukuran *bumper* dengan bentuk-bentuk yang *inovatif* sehingga mobil terkesan pendek (*ceper*).
- **Spoiler** : sayap belakang, penambahan sayap ini biasanya dilakukan untuk menampilkan kesan *sporty* dan *racing* pada mobil, selain itu juga mempunyai fungsi untuk kestabilan mobil saat melaju kencang maupun saat mobil menikung. *Spoiler* biasanya dipasang pada bagian atas bagasi mobil.
- **Hood** : penutup (kap) mesin, modifikasi pada kap mesin biasanya dengan menambah lubang-lubang yang berfungsi sebagai ventilasi udara atau merubah bahan kap mesin dengan *fiber* agar lebih ringan.
- **Side skirt** : bagian samping kiri dan kanan mobil, modifikasi yang dilakukan pada *side skirt* adalah menambah panjang dan lebar ukuran *side skirt* dengan bentuk-bentuk yang *inovatif* sehingga mobil terkesan pendek (*ceper*). Ukuran dan bentuk *side skirt* mengikuti ukuran *bumper*.
- **Light** : lampu mobil, baik depan, belakang dan samping, modifikasi yang dilakukan adalah dengan mengubah lampu standar diganti menjadi lampu *custom* (*cristal* atau *halogen*) yang mempunyai tingkat daya terang yang lebih baik dan bentuk yang *futuristik* selain itu juga penggunaan lampu di bagian bawah mobil, agar mobil lebih terkesan 'lebih hidup' pada malam hari.

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



- **Window tint** : warna kaca, modifikasi yang dilakukan adalah dengan mengganti kaca film sesuai dengan warna mobil atau sesuai keinginan pemilik mobil.
- **Wheel & rim** : ban dan *velg* mobil, modifikasi yang dilakukan adalah mengganti ban dan *velg* dari ukuran standar pabrik ke ukuran yang lebih besar maupun yang lebih kecil, misalnya dari ukuran berdiameter 16" menjadi 19" atau 20". Modifikasi pada ban dan *velg* bertujuan agar mobil lebih berkesan *sporty*.
- **Paint** : warna cat mobil, modifikasi yang dilakukan adalah dengan mengubah warna mobil dari standar menjadi warna yang berbeda, contoh penggunaan warna *bunglon* yaitu warna yang mempunyai efek yang berbeda apabila terkena sinar matahari ataupun cahaya lampu.
- **Graphic** : pola atau gambar pada mobil, terdiri dari beberapa jenis. Jenis yang pertama adalah *vinyl* yaitu menggunakan *sticker* yang dikombinasikan dengan warna cat pada mobil. Jenis yang kedua adalah *airbrush* yaitu pengecatan mobil dengan motif gambar-gambar, contohnya gambar *anime* (animasi) dan lain-lain. Jenis ketiga adalah *decal* yaitu menggunakan *sticker* yang bertuliskan *merk* produk-produk *aftermarket*.
- **Muffler dan exhaust tip** : knalpot dan kepala knalpot, modifikasi yang dilakukan adalah mengganti knalpot dan kepala knalpot supaya menghasilkan suara yang lebih keras dan nyaring, selain itu juga dapat berpengaruh pada tampilan dan sistem pembuangannya.
- **Door** : pintu mobil, modifikasi pada pintu biasanya dilakukan dengan mengaplikasikan jenis pintu mobil *Lamborghini* (pintu gunting) yaitu pintu yang membuka keatas dengan menggunakan *remote control*.
- **Sun Roof** : atap mobil, modifikasi yang dilakukan adalah dengan menambahkan *sun roof* yang dapat dibuka sewaktu-waktu sehingga mobil terkesan *sporty*.



Gambar 2.6. Front and Rear Bumper
(sumber: dokumen pribadi)



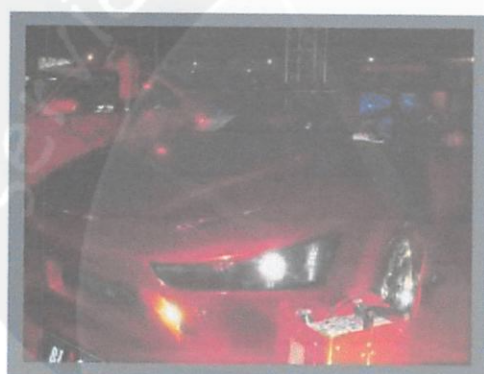
Gambar 2.7. Spoiler
(sum ber: www.overboost.com)



Gambar 2.8. Hood
(sum ber: www.overboost.com)



Gambar 2.9. *Side Skirt*
(sumber: www.overboost.com)



Gambar 2.10. *Light*
(sumber: dokumen pribadi dan www.overboost.com)



Gambar 2.11. *Window Tint*
(sumber: www.otomotif.com)



3. Modifikasi Akselerasi Mesin

Modifikasi akselerasi mesin biasanya dilakukan oleh bengkel-bengkel yang berkecimpung pada dunia balap. Perubahan pada akselerasi mesin dilakukan dengan tujuan menambah akselerasi mesin mobil agar tenaga mobil lebih bisa maksimal dan kenyamanan penumpang yang ada di dalam mobil.

Perubahan-perubahan yang dilakukan pada modifikasi dapur pacu dan mesin adalah:

- **Engine** : mesin diubah dengan mesin yang lebih canggih dengan tujuan mendapatkan akselerasi yang maksimal.
- **ECU** : berkaitan dengan sistem elektronik dan pengapian, hal yang biasa dilakukan adalah dengan mengganti kabel-kabel, busi, dan *filter*.
- **Transmission** : transmisi, berkaitan dengan sistem kopling, persneling, dan akselerasi mesin.
- **Suspension** : suspensi, hal ini berkaitan dengan kaki-kaki mobil seperti *shockbreaker*, *strut bar*, dan lain sebagainya.
- **Nitrous oxide** : berbentuk tabung berisi bahan bakar *nitrous* yang berfungsi sebagai tambahan tenaga pada saat mobil dalam keadaan melaju kencang. *Nitrous oxide* lebih dikenal dengan NOS.
- **Tire** : ban, berkaitan dengan lebar telapak ban, jenis ban, dan berat ban. Modifikasi ini biasanya berkaitan dengan jenis kegiatan yang dilakukan, seperti kegiatan sehari-hari, *off-road*, *racing*, *drift*, *drag*, dan lain sebagainya.
- **Brake** : rem, berkaitan dengan sistem pengereman mobil.
- **Weight reduction** : berkaitan dengan sistem pengurangan beban/berat mobil. Yang sering dilakukan dalam modifikasi ini adalah mengganti *engine compartment* dengan *carbon fiber*, menambah sistem *hidrolic* dan lain sebagainya.
- **Turbo** : berkaitan dengan sistem pembakaran dan pendinginan mobil. Turbo berfungsi sebagai tambahan energi pacu mobil, tetapi dapat



menyebabkan mesin mobil lebih cepat panas, sehingga membutuhkan sistem pendingin yang efektif.

2.3. Aliran Modifikasi

Pada dasarnya manusia itu butuh perhatian dan penghargaan dari orang lain. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk aktualisasi pribadi. Untuk mencapai kesitu ada bermacam macam cara terkadang orang mencoba menarik perhatian orang lain dengan menciptakan sesuatu yang berbeda. Segala sesuatu yang sifatnya standar menjadi kurang menarik sehingga sebagian orang mencoba merubah dengan memodifikasinya sehingga menjadi berbeda dan menarik perhatian orang lain. Disitulah manusia akan mendapatkan kepuasan tersendiri yang tidak terkira.

Keinginan untuk berkumpul dan berkomunikasi sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi tiap manusia, dan otomotif bisa menjadi salah satu sarana yang tepat untuk mengakomodir kebutuhan tersebut. Contohnya adalah dengan membentuk komunitas-komunitas otomotif yang bisa dibilang sudah sangat berkembang dan sangat banyak jumlahnya di Indonesia ini. Mulai dari kesamaan merek dan jenis kendaraan, hingga kesamaan lokasi tempat tinggal, sekolah, kampus, maupun kantor. Bahkan tak jarang persamaan warna kendaraan juga dijadikan sebagai dasar pembentukan komunitas otomotif. Bergabung dengan komunitas otomotif memang memberikan nilai tambah tersendiri bagi tiap individu. Apalagi kini banyak komunitas otomotif yang juga didukung keberadaannya oleh ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek). Hal ini tentunya akan semakin memberikan berbagai keuntungan bagi para pengguna kendaraan yang bersangkutan.

Salah satu manifestasi dari aktualisasi pribadi adalah memodifikasi kendaraan baik motor maupun mobil pribadi. Dari masa ke masa modifikasi kendaraan bak mode yang terus berputar dan berganti ganti tren. Bahkan kadang antar daerah punya tren yang berbeda walaupun tren secara makro biasanya sama mengingat semakin meningkatnya teknologi komunikasi antar daerah bahkan antar Negara



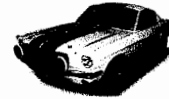
2.3.1. Aliran Modifikasi Otomotif

Dunia otomotif tidak pernah ada matinya. Tidak peduli masa krisis moneter. Kadang kondisi yang kurang baik justru melahirkan ide ide kreatif di dunia otomotif, baik dibidang modifikasi maupun bidang perawatan kendaraan.

Seni modifikasi kendaraan ada berbagai macam aliran, mulai dari yang menitikberatkan di bidang performa mesin, biasanya mereka yang doyan melahap jalan aspal baik yang liar mupun yang legal. Ada pula yang menitikberatkan di sektor audio. Yang paling kelihatan adalah yang menitikberatkan kepada penampilan baik eksterior maupun interior. Kebanyakan pemodifikasi justru menggabungkan beberapa atau bahkan semua aliran tersebut. Dalam perkembangannya aliran modifikasi melahirkan aliran-aliran baru seperti sport, elegan, dan lain sebagainya.

Untuk gaya modifikasinya sendiri, secara umum banyak didominasi oleh peningkatan dalam penampilan, walaupun tak sedikit pula yang mengedepankan sektor penampilan. Bagi yang memilih penampilan sebagai acuan modifikasi, penggantian velg dengan diameter besar, pemasangan body kits, permainan warna body dan pemasangan aksesoris lainnya merupakan hal yang "wajib" dikerjakan di bagian eksterior mobil. Sedangkan untuk sektor interior, penggantian jok dengan bahan kulit, atau jok aftermarket seperti Recaro, Sparco, dan sebagainya juga bisa menjadi "hal yang perlu dilakukan", tergantung tema modifikasi itu sendiri, elegance atau sporty. Biasanya masih diikuti dengan melakukan upgrading pada sistem audio di dalam mobil tersebut. Pemasangan DVD player, in dash monitor, dan berbagai gadget lainnya sudah menjadi hal yang lumrah. Ditambah lagi dengan pemasangan aksesoris tambahan di sekitar interior seperti setir, shift knob, dan lain-lain.

Modifikasi mobil sering dibayangkan mengaduk-aduk tampilan mobil sehingga bentuk aslinya hilang tak berbekas demikian pula fungsinya yang tak nyaman lagi untuk dipakai sehari-hari. Padahal ada



banyak ragam modifikasi dari yang ekstrim seperti itu hingga yang subtil, dimana perubahan nyaris tak terlihat.

2.3.2. Elegant Style

Memodifikasi mobil bagi sebagian orang adalah untuk menegaskan keberadaannya ditengah kerumunan mobil yang seragam. Sebagian lagi, tidak puas dengan tampilan mobil dan ingin membuatnya lebih indah lagi. Adapula yang ingin ikut kontes modifikasi. Apapun alasannya, kenyamanan berkendara pasti tidak ingin dikorbankan. Ragam modifikasi yang menyelaraskan antara keindahan tampilan luar dan kenyamanan berkendara dikenal sebagai VIP Style.

Elegant Style dicirikan dengan ubahan luar yang tidak terlihat ekstrim, tambahan body kit dan velg berukuran ekstra besar, diatas 19 inch. Eksteriornya dilapisi warna putih atau hitam yang bila diperhatikan benar akan memendarkan aneka warna. Interiornya dibuat rapi, bersih dan elegan. Tidak perlu dipasang asesoris yang berlebihan. Sistem audio dipilih yang memanjakan telinga, fokus pada kualitas suara (SQ) dan bukan asal kencang (SPL).

ELEGAN

CELUP & DEEP DISH WHEEL + BIG BRAKE à BOLT-ON AIR SUS à WIDE BODY NATURAL + SMOOTH BODY KIT à MASCULIN PAINTING à LUXURY-COMFORT INTERIOR à SQ + EXCLUSIVE PRODUCT

RACING

UPGRADE ENGINE + COSMETIC à MODERN LIGHT WHEEL à SUPER SUSPENSION & UNDER CARRIAGE à BETTER LOOKING BODY KIT à SMART BODY ART à INTERIOR

MURNI

EXTREME ENGINE BAY à OVERSIZE RIM + NICE UNDER CARRIAGE à INOVATIVE



2.4. Exhibition Park

Untuk mendapatkan gambaran sebuah Exhibition Park yang menarik dibutuhkan suatu pendekatan desain sebagai pandangan untuk merancang lebih lanjut. Pendekatan desain ini dapat melalui beberapa cara salah satunya dengan *metode preseden* atau *studi komparasi*. Dalam metode ini beberapa hal positif dapat diambil sebagai contoh, dan bangunan yang digunakan sebagai preseden bukan hanya bangunan setipe saja, tetapi juga dapat dari jenis bangunan dengan fungsi lain.

2.4.1. Exhibition Park In Canberra

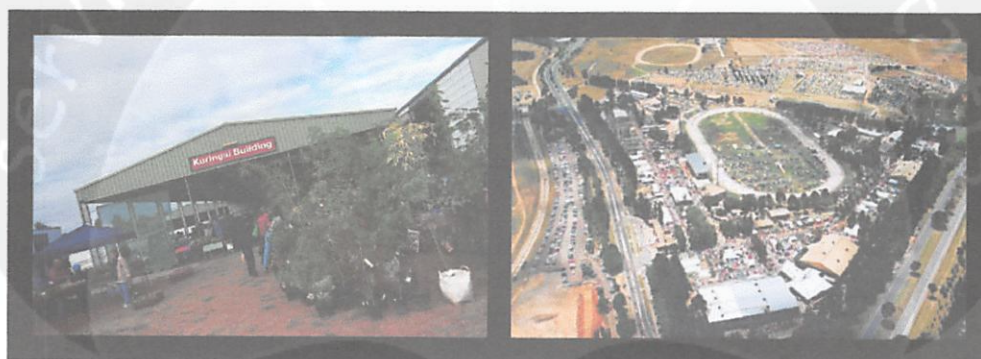
Exhibition Park In Canberra (EPIC) adalah sebuah bangunan multifungsi yang berada di Canberra. EPIC terletak 8 menit dari pusat kota Canberra dan mudah diakses dari Sydney dan Melbourne, dan berada 15 menit dari Bandara Canberra. EPIC adalah tempat yang ideal untuk Konferensi, Pameran indoor dan outdoor, Fungsi, Festival dan Event Khusus, karena:

- Lahannya meliputi kawasan seluas 70 hektar
- Ruang Pamer indoor seluas 9000 m², dengan kemudahan akses ke semua arah
- Ruang makan untuk 3000 delegasi
- 40 hektar ruang terbuka
- Fasilitas ticketing
- Fasilitas untuk para difabel
- Fleksibilitas ruang yang tinggi
- Area parkir untuk 2000 mobil
- Dekat dengan penginapan
- Tribun dan tempat duduk untuk 2000 orang
- Area berkemah dengan pelayanan 24 jam

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Gambar 2.12. *Gala Dinner* di EPIC
(sumber: www.epic.act.gov.au)



Gambar 2.13. *Areal View* EPIC
(sumber: www.epic.act.gov.au)



Gambar 2.14. *Event-event* di EPIC
(sumber: www.epic.act.gov.au)



2.4.2. Cyber Park di Bogor

Secara harfiah, *cyber park* berarti taman maya. Istilah yang digunakan orang untuk menyatakan sesuatu yang berhubungan dengan kawasan penyelenggaraan jasa Teknologi Informasi Komunikasi atau Information Communication Technology.

Dalam sebuah kawasan Cyber Park harus terdapat beberapa kegiatan dibidang Teknologi Informasi Komunikasi, seperti terdapatnya fasilitas Internet Data Center & Data Recovery Center, ICT Research & Development Center, ICT Training Center, ICT Convention & Exhibition Center, Software House Center, Office Center, dan ICT Center lainnya.

Sebuah Cyber Park harus dapat bekerja sama secara baik antara sektor swasta dengan pemerintah, masyarakat, lembaga pendidikan, serta sektor keuangan, khususnya dalam merencanakan, mengembangkan, sekaligus mengintegrasikan bangunan komersil yang ada dalam kawasan Cyber Park. Selain sebagai pusat kegiatan Teknologi Informasi Komunikasi, Cyber Park harus memiliki fasilitas riset, akomodasi, pusat konvesi, serta pusat rekreasi berbasis ICT.

Cyberindo Persada Nusantara bekerja sama dengan Pemerintah Kota (Pemkot) Bogor akan membangun Bogor Cyber Park di atas lahan seluas 90.000 m² di Desa Cibeureum Sunting Kelurahan Mulyaharja Kecamatan Bogor Selatan, yang akan menjadi satu-satunya *Cyber City* di Indonesia.

Pemerintah RRC sudah menawarkan dana sebesar 11 juta juta dollar AS untuk mendukung pengembangan *cyber park* ini. Dipilihnya Kota Bogor sebagai lokasi pembangunan cyber park karena daerah lain disekitarnya seperti Karawang, Tangerang dan Bekasi merupakan *hard industry*. Menurut pengembangnya, program pembangunan *Cyber City* akan menjadi sangat strategis dalam upaya yang mengarah pada pengembangan kualitas dan kapasitas penyelenggaraan berbasis elektronik (Teknologi Komunikasi dan Informasi) untuk meningkatkan

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA

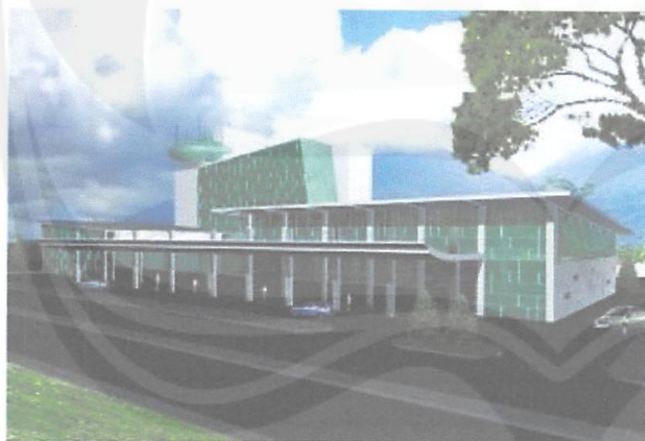


pelayanan dan kinerja Pemerintah bagi masyarakat, komunitas bisnis dan kelompok terkait lainnya, menuju *good governance*.

Proyek pembangunan Bogor Cyber Park ini dijadwalkan akan dimulai akhir tahun 2006, dan selesai pada akhir 2007, serta beroperasi secara maksimal pada 2008. Dalam proses konstruksi, proyek ini diperkirakan akan menyerap 200 tenaga kerja termasuk tenaga lokal, sementara untuk operasionalnya nanti akan menyerap sekitar 500 tenaga kerja.

Pada tahap awal, tiga sektor kegiatan yang menjadi prioritas untuk dikembangkan adalah data *recovery center* dan *internet data center*, *ICT training center*, serta *ICT convention and exhibition center*.

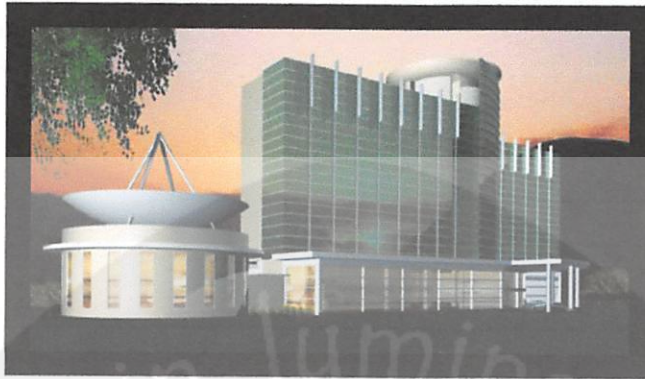
Proyek Bogor Cyber Park akan memiliki beberapa sektor kegiatan yang meliputi, Pusat Data dan Backup Data, Pusdiklat Teknologi Komunikasi dan Informasi, Puslitbang Teknologi Komunikasi dan Informasi, Pusat Konvensi dan Pameran Teknologi Komunikasi dan Internet, serta Pusat Pengembangan Perangkat Lunak Komputer.



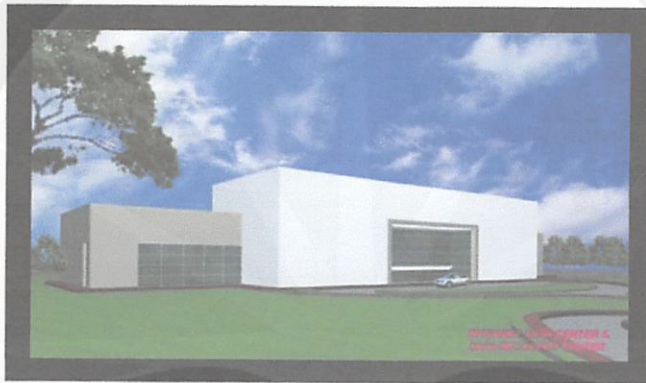
Gambar 2.15
Gedung Pameran pada *Bogor Cyber Park*
(Sumber: www.bogorcyberpark.com)

Sasaran BOGOR CYBER PARK adalah akan disediakan fasilitas Teknologi Komunikasi & Informasi untuk sektor pemerintahan dengan suatu tujuan untuk memberi nilai tambah untuk Bogor sebagai pusat mengembangkan ICT di Indonesia, khususnya dalam pengembangan e-Governmen.

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Gambar 2.16. Gedung Training
(Sumber: www.bogorcyberpark.com)



Gambar 2.17. Data Center
(Sumber: www.bogorcyberpark.com)



Gambar 2.18. Kantor BCP
(Sumber: www.bogorcyberpark.com)



Ferrari Theme Park dan Ferrari Village

Sebuah konsep taman dengan thema Ferrari mulai dibangun di Abudhabi. Terletak di atas tanah seluas 250.000 m², demana 80.000 m² di antaranya adalah bangunan tertutup. Di Theme Park ini, bisa ditemui, museum Ferrari, sirkuit mini dan pernak-pernik tentang Ferrari. Sedangkan Maranello Ferrari Village adalah sebuah kompleks bagi pekerja Pabrikasi Ferrari di dekat Modena, Italia. Di dalamnya terdapat Museum Ferrari, Asrama Pekerja dan Pusat Kebugaran.



Gambar 2.19
Ferrari Theme Park di Abu Dhabi, UEA
(sumber: www.ferrari.com)

AUTOMOTIVE EXHIBITION PARK DI YOGYAKARTA



Gambar 2.20
Marranello Ferrari Village, Modena, Italia
(sumber: www.ferrari.com)