

ABSTRAKSI

Sesuai dengan perkembangan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat pesat, aktifitas seseorang setiap harinya semakin meningkat dengan tingkat mobilitas yang tinggi, sehingga membutuhkan kendaraan untuk mendukung aktifitasnya setiap hari. Aktifitas sehari-hari yang semakin lama semakin meningkat harus didukung pula dengan kendaraan yang nyaman. Tidak hanya nyaman dipakai untuk berkendara, melainkan dilihat dari jenis dan tipe mobil dapat meningkatkan keupasaan dalam berkendara, dan juga meningkatkan kepercayaan diri dan juga kelas sosialnya, hal ini menyebabkan banyaknya permintaan mobil mewah di kalangan atas untuk digunakan dalam mendukung aktifitasnya sehari-hari.

Aktifitas yang berada di kota Bandung ini dapat dikatakan cukup padat, dan sudah semakin meningkat dalam beberapa tahun belakangan ini. Permintaan mobil mewah di kota Bandung pun sudah semakin meningkat di kalangan sosial kelas atas. Perancangan Premium Car Showroom ini dibuat untuk mendukung dari banyaknya kalangan tersebut yang menginginkan mobil mewah tanpa harus datang ke *showroom* yang terletak di Jakarta untuk menyediakan kebutuhannya.

Perancangan ini menawarkan penjualan mobil-mobil mewah di kota Bandung, dan juga menyediakan fasilitas yang dapat memuaskan dan memanjakan para peminat mobil mewah di kota Bandung, yang didukung dengan adanya berbagai fasilitas yang dapat membuat peminat mobil mewah merasa nyaman pada saat melihat mobil hingga melakukan transaksinya. Dengan penerapan desain yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, maka tempat ini dapat menjadi salah satu *showroom* mobil mewah yang dapat mewujudkan permintaan mobil-mobil mewah di kalangan sosial kelas atas di kota Bandung.

Desain sebuah ruang pameran membutuhkan area yang cukup luas untuk memberikan kenyamanan terhadap pengunjung sebuah ruang pameran, jarak-jarak

ergonomis yang dapat mendukung dalam kenyamanan setiap konsumen dapat meningkatkan daya tarik terhadap sebuah produk-produk yang ditawarkan, maka dari itu setiap ruang pameran harus disesuaikan dengan jarak-jarak ergonomis sebuah ruang agar dapat menjadi sebuah ruang pameran yang baik.

Kata Kunci: desain, gaya hidup, mobil, *showroom*.



ABSTRACT

The rising and development of people's lifestyle goes along with the high mobility of people in their day-to-day activities and thus the need to have transportation is crucial to support their activities. Comfortable vehicles are also of pivotal role to get the satisfaction of driving, which relies upon the type of the car that can simultaneously display the confidence and social status of the owners. This gives rise to the increasing demand of fancy cars among the haves to support their daily activities.

The hustle and bustle of Bandung as one of the big cities have been quite rapid these days. The demand for luxurious cars is also increasing among the rich. Thus, the Premium Car Showroom design has a function to cater to the needs of the haves craving for fancy cars without having to go to the car show room in Jakarta to get what they want.

This design offers the sales of fancy cars in Bandung together with the facilities that can accommodate and spoil the fans of luxurious cars in Bandung. It is also completed with facilities that can make the fans feel comfortable in their transaction. It is expected that, with the design that cater to all those needs, the fans of fancy cars can get what they need from the showroom that showcases one of the most luxurious car show rooms in Bandung.

Keywords: design, lifestyle, car, *showroom*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN

PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAKSI

DAFTAR ISI, DAFTAR GAMBAR, DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Manfaat Perancangan.....	3
1.5 Ide Gagasan.....	4
1.6 Ruang Lingkup Perancangan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II *PREMIUM CAR SHOWROOM*

2.1 Showroom	7
2.1.1 Pengertian <i>Showroom</i>	8
2.1.2 Kategori <i>Showroom</i>	10
2.2 Teknik Penyajian.....	11

a. Ruang Pamer	13
b. Warna	14
c. Bentuk	15
d. Material	16
2.3 Prinsip Tata Pamer	18
2.4 Lingkup Pengunjung	19
2.5 Kenyamanan.....	20
2.6 Pemilihan & Finishing Material.....	22
2.7 Keamanan.....	23
2.8 Penghawaan.....	25
2.9 Pencahayaan.....	26
2.10 Studi Banding.....	31
2.11 Tinjauan Ergonomi & Antropometri.....	47
2.11.1 Ergonomi	47
2.11.2 Antropometri.....	49
2.11.3 Jarak Pandang	50
BAB III LANDASAN TEORI	
3.1 Deskripsi Objek	54
3.1.1 <i>Showroom</i>	55
3.2 Makna, Fungsi & Tujuan Perancangan	56
3.3 Tinjauan Lokasi.....	57
3.3.1 Deskripsi Site.....	57
3.3.2 Analisa Fungsi	58

3.3.3 Analisa Site.....	58
3.3.4 Analisa Gedung	61
3.4 Tinjauan <i>User</i>	63
3.5 Aktivitas Manusia	64
3.6 Kebutuhan Ruang.....	70
3.7 Program Perancangan.....	80
3.8 Pembagian Sifat Ruang.....	82
BAB IV ANALISA PERANCANGAN	
4.1 Ide Perancangan	83
4.2 Ide Komplementasi Konsep.....	84
4.3 Konsep Pendukung.....	87
4.4 Perancangan <i>Design Premium Car Showroom</i>	98
4.4.1 <i>Layout General Premium Car Showroom</i>	98
4.4.2 <i>Car Stand& Dealing Room</i>	101
4.4.3 <i>Detail Furniture</i>	109
4.4.4 <i>Detail Interior</i>	110
4.4.5 <i>Perspektif</i>	113
.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR GAMBAR

BAB II

Gambar 2.1 Contoh <i>Showroom</i> Mobil	7
Gambar 2.2 Contoh <i>Showroom</i>	9
Gambar 2.3 <i>Display</i> Mobil Mewah.....	12
Gambar 2.4 Ruang Pamer Mobil	13
Gambar 2.5 Suasana Area <i>Display</i>	14
Gambar 2.6 Bentuk <i>Showroom</i> Mobil	15
Gambar 2.7 <i>Showroom</i> Mobil	16
Gambar 2.8 <i>Showroom</i> Mobil	18
Gambar 2.9 Contoh Denah <i>Showroom</i>	19
Gambar 2.10 CCTV	24
Gambar 2.11 <i>Sprinkler</i> & Tabung Pemadam Kebakaran.....	24
Gambar 2.12 Studi Image Penghawaan Alami	25
Gambar 2.13 <i>Air Conditioner</i> & <i>Exhaust Fan</i>	26
Gambar 2.14 <i>Down Light</i>	30
Gambar 2.15 <i>Spot Light</i>	31
Gambar 2.16 T.Depan <i>Showroom</i>	33
Gambar 2.17 R.Owner, WC	33
Gambar 2.18 T.Depan R.Owner, R.Administrasi & <i>Dealing</i>	34
Gambar 2.19 T.Samping R.Owner & Administrasi	34

Gambar 2.20 T.Samping <i>Showroom</i>	35
Gambar 2.21 Sirkulasi <i>Showroom</i>	35
Gambar 2.22 Sirkulasi <i>Showroom</i>	36
Gambar 2.23 Sirkulasi <i>Showroom</i>	36
Gambar 2.24 T.Depan <i>Showroom</i>	37
Gambar 2.25 T.Depan R.Owner & Administrasi.....	37
Gambar 2.26 T.Samping R.Owner & Administrasi.....	38
Gambar 2.27 R.Tunggu.....	38
Gambar 2.28 Sirkulasi.....	39
Gambar 2.29 Dapur & WC	39
Gambar 2.30 T.Depan <i>Showroom</i>	41
Gambar 2.31 <i>Lobby</i>	41
Gambar 2.32 Area <i>Showroom</i> Lt.1	42
Gambar 2.33 Area <i>Showroom</i> Lt.1.....	42
Gambar 2.34 Area <i>Showroom</i> Lt.1.....	43
Gambar 2.35 R.Owner & R.Administrasi.....	43
Gambar 2.36 Area <i>Showroom</i> Lt.2	44
Gambar 2.37 R.Meeting	44
Gambar 2.38 Area <i>Showroom</i> Lt.3	45
Gambar 2.39 R.Makan & R.Tunggu	45
Gambar 2.40 Lift Mobil	46
Gambar 2.41 Area <i>Showroom</i> Lt.2	46

BAB III

Gambar 3.1 Site Bandung Convention Centre.....	59
Gambar 3.2 General Layout Bandung Convention Centre	62
Gambar 3.3 Zoning & Blocking.....	82
BAB IV	
Gambar 4.1 Studi <i>Image Private</i>	85
Gambar 4.2 Studi <i>Image Spacious</i>	86
Gambar 4.3 Studi <i>Image Featured</i>	86
Gambar 4.4 <i>Premium Car Showroom Design</i>	87
Gambar 4.5 <i>Premium Car Showroom Design</i>	88
Gambar 4.6 Konsep Warna.....	89
Gambar 4.7 <i>Konsep Warna</i>	89
Gambar 4.8 Konsep Material	90
Gambar 4.9 Konsep Material	90
Gambar 4.10 Konsep Pencahayaan.....	92
Gambar 4.11 Konsep Pencahayaan.....	92
Gambar 4.12 Konsep Pencahayaan.....	93
Gambar 4.13 Konsep Pencahayaan.....	93
Gambar 4.14 Konsep Penghawaan	94
Gambar 4.15 Konsep Penghawaan	95
Gambar 4.16 Konsep Pola.....	96
Gambar 4.17 Konsep Pola.....	96
Gambar 4.18 Konsep Tekstur	97
Gambar 4.19 Konsep Tekstur	98

Gambar 4.20 <i>General Plan 1ST Floor</i>	99
Gambar 4. 21 <i>General Section A-A'</i>	100
Gambar 4. 22 <i>General Section B-B'</i>	100
Gambar 4. 23 <i>Layout Car Stand</i>	101
Gambar 4. 24 <i>Floor Plan Car Stand</i>	102
Gambar 4. 25 <i>Ceiling Plan Car Stand</i>	103
Gambar 4. 26 <i>Section A-A' Car Stand</i>	104
Gambar 4. 27 <i>Section B-B' Car Stand</i>	105
Gambar 4. 28 <i>Layout Car Stand</i>	106
Gambar 4. 29 <i>Floor Plan Car Stand</i>	106
Gambar 4. 30 <i>Ceiling Plan Car Stand</i>	107
Gambar 4. 31 <i>Section A-A' Car Stand</i>	107
Gambar 4. 32 <i>Section B-B' Car Stand</i>	108
Gambar 4. 33 <i>Detail Furniture Table</i>	109
Gambar 4. 34 <i>Detail Furniture Chair</i>	110
Gambar 4. 35 <i>Detail interior Car Stand</i>	111
Gambar 4. 36 <i>Detail interior Car Stand</i>	112
Gambar 4. 37 <i>Perspektif Car Stand Front</i>	113
Gambar 4. 38 <i>Perspektif Car Stand Middle</i>	114
Gambar 4. 39 <i>Perspektif Car Stand Back</i>	115

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ruang dan Kegiatan Area Pengunjung	74
Tabel 3.2 Ruang dan Kegiatan Area Kantor	75
Tabel 3.3 Ruang dan Kegiatan Area Penunjang	77
Tabel 3.4 Jumlah Kebutuhan Ruang.....	78

LAMPIRAN

