

4. KONSEP PERANCANGAN

4.1. Tema Perancangan

Surabaya adalah kota besar yang perkembangannya sangat pesat. Surabaya juga menjadi kota yang maju dengan populasi penduduk yang padat dan lalu lintas yang ramai. Ini dikarenakan tingginya minat masyarakat akan kendaraan bermotor. Banyak sekali *showroom* mobil yang bisa kita temui di Surabaya. Banyaknya *showroom* yang ada di Surabaya ini dikarenakan tingginya minat masyarakat akan produk kendaraan bermotor khususnya mobil. Ketertarikan masyarakat akan mobil ini dikarenakan mobil merupakan salah satu kebutuhan penting masyarakat. Tingginya minat masyarakat akan mobil, maka membuat sebuah *showroom* juga berpengaruh penting didalam memasarkan dan menjual produk mobil mereka. Dengan melihat kondisi ini maka kesan sebuah *showroom* juga bisa menarik minat masyarakat untuk datang.

Sebuah *showroom* mobil itu harus mampu memberikan suatu fasilitas yang komunikatif, inovatif serta informatif agar masyarakat bisa tertarik untuk datang. Untuk sebuah *showroom* mobil Hyundai disini harus bisa menampilkan sesuatu ciri khas dari Hyundai sendiri, sehingga masyarakat bisa mengetahui secara langsung tanpa melihat merk mobil tersebut terlebih dahulu. Dengan begitu masyarakat bisa mengetahui bahwa *showroom* tersebut adalah *showroom* Hyundai. Maka dari itu *showroom* mobil Hyundai ini memakai tema dari "Logo Hyundai" itu sendiri. Dimana logo Hyundai memiliki sebuah pengertian tersendiri. Kata Hyundai sendiri didalam bahasa Inggrisnya memiliki pengertian zaman sekarang/ modern. Dimana modern selalu bersifat update dan mengikuti *trend* yang sedang ada pada jaman sekarang ini. *Trend* ini disesuaikan dengan keinginan masyarakat. Selain itu lambang oval sendiri memiliki pengertian berkembang. Dimana berkembang disini memiliki sifat dinamis dan bersifat maju. Dimana Hyundai selalu berusaha untuk berkembang mengikuti perkembangan jaman. Dan huruf "H" pada logo Hyundai memiliki pengertian orang yang sedang bersalaman, dimana orang yang dimaksud ini adalah hubungan antara pengelola dengan *customer*. Dimana hubungan tersebut membuat menjadi *unify*/menyatu.

Sehingga dari kesemua karakteristik tersebut diambillah sebuah konsep yaitu *Dynamic and Simplicity*.

4.2. Karakter, Gaya, dan Suasana Ruang

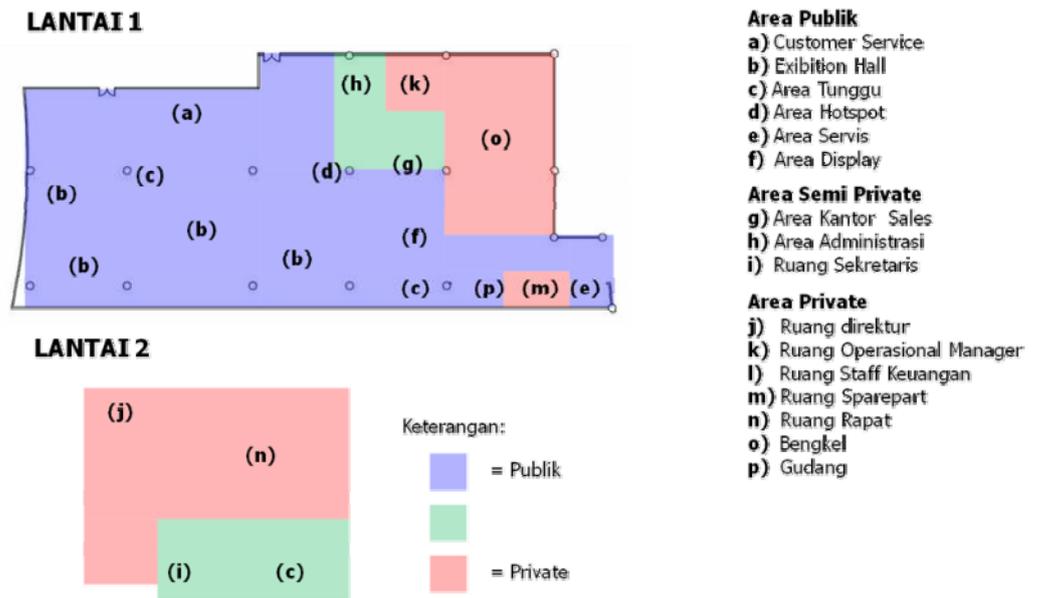
Menampilkan suatu kesan yang dinamis dan modern dimana tetap berdasar pada *corporate identity* Hyundai itu sendiri. Dan juga bisa menampilkan hubungan antar ruang yang *unity* dimana saling terkait satu sama lainnya. Sehingga membuat baik pengunjung maupun pengelola merasa nyaman bila berada didalam area tersebut.

- Karakter yang dinamis dapat ditimbulkan dengan bentukan lengkung dan bersifat mengikuti fungsi.
- Karakter yang modern bisa ditampilkan pada penggunaan material dan juga bentukan-bentukan yang simpel dan tidak terlalu banyak ornamen.

Gaya yang ditampilkan adalah gaya *modern contemporer*, dengan menggunakan bentukan bebas disesuaikan dengan *trend* pada jaman sekarang ini. Tidak mengikuti aturan-aturan baku. Memberi kesan berani dan sesuatu yang baru.

4.3. Pola Penataan Ruang

Pola penataan ruang disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas pengguna dan pemakai. Dimana setiap ruangan saling terkait satu sama lain tanpa mengurangi kebutuhan dari fungsi ruangan tersebut. Selain itu penataan ruangan juga harus dilihat dari segi sifat ruangnya juga. Ada beberapa ruangan yang dianggap *private*, dimana pengunjung tidak boleh masuk. Selain itu juga ada ruang yang sifatnya *semi private* dan publik. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.1. Letak ruangan

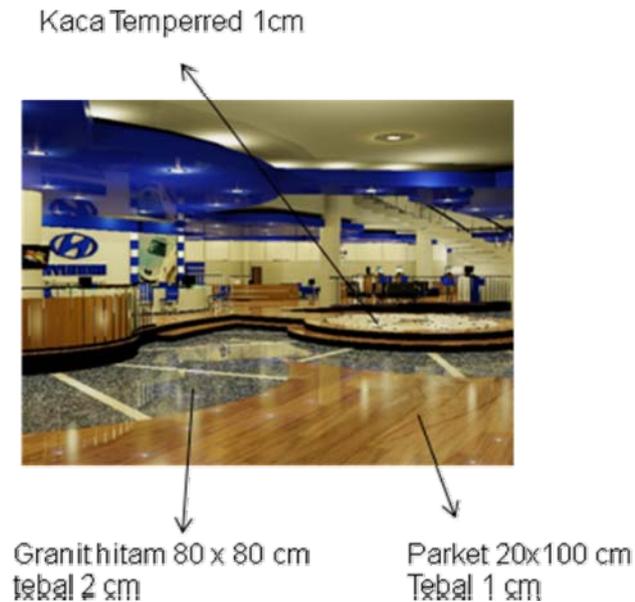
Dengan gambar diatas kita bisa mengetahui ada beberapa ruangan yang memiliki sifat yang berbeda- beda. Disini peletakan ruangan selain melihat sifatnya juga melihat dari kebutuhan antar ruang. Contohnya seperti ruang sekretaris (i) yang harus berdekatan dengan ruang direktur (j). Ini dikarenakan sekretaris memiliki tugas untuk membantu seorang direktur dalam menyelesaikan data dan laporan perusahaan. Ruang direktur dan ruang rapat diletakkan di lantai 2 dikarenakan ruangan ini merupakan ruangan *private*, sehingga membutuhkan suatu keadaan yang hening dan tenang. Selain itu ruang *operasional manager* berada dilantai 1 dikarenakan seorang manager memiliki tugas untuk memimpin dan mengawasi kinerja bawahannya. Sehingga peletakan ruang *operasional manager* juga cukup berdekatan dengan area kantor karyawan.

4.4. Pola Penataan Bentuk, Bahan, dan Warna dari Elemen-Elemen Pembentuk Ruang

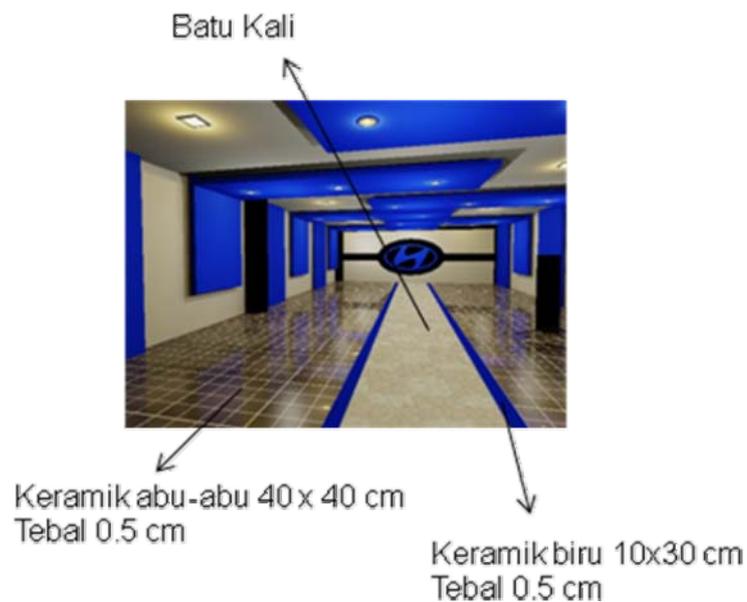
Bentuk yang digunakan pada perancangan *showroom* mobil Hyundai ini adalah bentuk-bentuk yang dinamis dan tidak beraturan dengan warna-warna yang kuat, dan tetap mengacu pada *corporate identity* perusahaan. Bahan yang dipakai pun adalah bahan-bahan modern seperti granit, akrilik, kaca, dan lain-lain.

4.4.1. Lantai

Menggunakan pola lantai yang simpel dan dinamis. Dimana tetap memberi kesan hangat dan menyambut. Pemakaian material lantai ini juga menggunakan material modern seperti granit serta akrilik. Selain itu juga terdapat permainan lantai. Ketinggian lantai ini juga bisa berfungsi untuk memperlihatkan perbedaan suatu area.

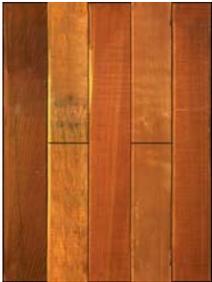
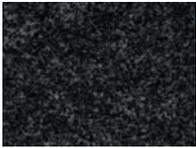
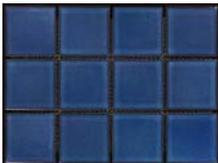


Gambar 4.2. Area pameran



Gambar 4.3. Area bengkel

Tabel 4.1. Material Lantai

Area	Bahan	Ukuran	Efek
<ul style="list-style-type: none"> - Area pameran - Area informasi - Area <i>display</i> - Ruang direktur - Ruang <i>operasional manager</i> - Ruang rapat 	Parket 	20x100 cm Tebal 1 cm	Memberi kesan hangat dan akrab.
<ul style="list-style-type: none"> - Area pameran - Area kantor - Area <i>display</i> 	Granit hitam 	80 x 80 cm tebal 2 cm	Memberikan kesan kuat, mewah, elegan, bersinar, hangat dan modern
<ul style="list-style-type: none"> - Area pameran - Area informasi 	Kaca <i>tempered</i> 	tebal 1 cm	Memberi kesan modern dan luas.
<ul style="list-style-type: none"> - Area servis dan <i>sparepart</i> - Area <i>pantry</i> 	Granit krem 	80 x 80 cm tebal 2 cm	Memberikan kesan kuat, mewah, elegan, bersinar, hangat dan modern.
<ul style="list-style-type: none"> - Area Bengkel 	Keramik Biru 	10x30 cm Tebal 0.5 cm	Sebagai <i>corporate identity</i> perusahaan.

- Area Bengkel	Keramik abu-abu 	40 x 40 cm Tebal 0.5 cm	Memberi kesan modern.
- Area Bengkel	Batu alam andesit 		Memberi kesan kokoh dan kuat.

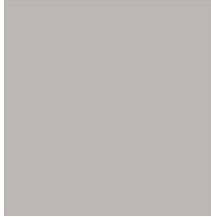
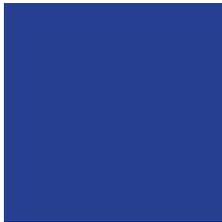
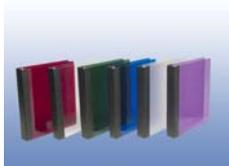
4.4.2. Dinding

Dinding akan menjadi suatu titik penting di dalam perancangan ini dimana dinding merupakan salah satu aksesoris terpenting didalam desain interior. Warna pada dinding menggunakan warna yang serasi dengan pola lantai tetapi juga tetap menggabungkan dengan warna dari corporate identity itu sendiri.



Gambar 4.4. Area kantor

Tabel 4.2. Material Dinding

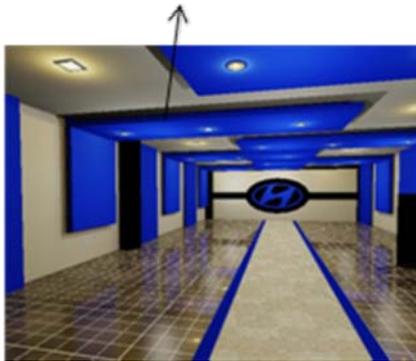
Area	Bahan	Ukuran	Efek
- Semua area	Batu bata diplester, finishing cat abu-abu. 		Memberi kesan modern.
- Area bengkel	Multiplek, finishing cat duco biru tua 	Tebal 12 mm	Sebagai warna identitas perusahaan.
- Area Tunggu lantai 2	<i>Mirror glass</i> 	Tebal 1 cm	Memberi kesan luas dan modern.
- Area Kantor lantai 1	Akrilik putih 	Tebal 1 cm	Memberi kesan modern.

<p>- Area Pamer</p>	<p>Kaca <i>tempered</i></p> 	<p>Tebal 1 cm</p>	<p>Memberi kesan luas dan modern.</p>
---------------------	---	-------------------	---------------------------------------

4.4.3. Plafon

Menggunakan bahan multipleks pada plafon gantung dan *gypsumboard*. Menggunakan banyak permainan dalam plafon dan menimbulkan efek megah dengan ketinggian yang cukup tinggi. Finishing multipleks berupa duco yang menghasilkan efek yang mengkilap.

Gypsum dengan rangka galvanum, finishing cat biru.



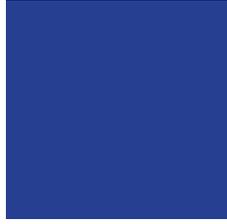
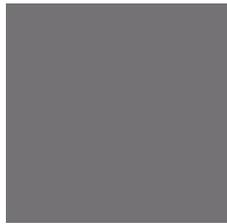
Gambar 4.5. Area bengkel

Gypsum dengan rangka galvanum, finishing cat biru.



Gambar 4.6. Area pamer

Tabel 4.3. Material Plafon

Area	Bahan	Ukuran	Efek
- Semua area	Gypsum dengan rangka galvalum, finishing cat biru. 		Penunjang <i>corporate identity</i> perusahaan.
- Semua area	<i>Gypsum</i> dengan rangka galvalum, finishing cat abu-abu tua. 		Memberi kesan modern.

4.4.4. Perabot

Bentuk dan karakter utama dalam perancangan ini adalah sedikit perpaduan antara bentuk lengkung dengan bentuk geometris, dimana ini mengacu pada bentuk yang dinamis. Bentuk-bentuk dan karakternya akan bersifat menyatu yang melambangkan kesatuan dan kebersamaan. Perabot yang mendapat perhatian adalah pada perabot-perabot yang berfungsi sebagai alat *display*. Display bisa berupa rak kaca sebagai tempat memamerkan asesoris mobil yang ditawarkan. Bahan-bahan utama yang digunakan pada perabot ini adalah multipleks dimana menggunakan finishing duco yang di sesuaikan dengan plafon. Menggunakan warna biru.

Kursi area tunggu berbentuk melingkar dan terdapat pencahayaan dibawahnya



Terbuat dari multipleks , finishing HPL

Gambar 4.7. Gambar mebel 1

Sofa tunggu , kaki-kaki terbuat dari stainless steel dan dudukan spon 5 cm

Kursi area Hotspot
Terbuat dari stainless steel



Gambar 4.8. Gambar mebel 2

4.5. Pola Penataan Elemen-Elemen Dekoratif

Masing-masing ruang akan dilengkapi dengan elemen dekoratif seperti lukisan dan poster-poster dari sebuah produk mobil Hyundai itu sendiri. Warna dari elemen dekoratif ini tidaklah terlalu mencolok, sehingga produk yang mau didisplay tetap menjadi fokus utama.

4.6. Sistem-Sistem Interior

4.6.1. Sistem Penghawaan

Menggunakan *system* penghawaan buatan. Sistem penghawaan buatan yang digunakan adalah SAD (*Supply Air Diffuser*) dengan sistem *ducting* yang ditempatkan di setiap ruang. Merk SAD yang dipakai adalah Halton dengan ukuran 595x595mm.



Gambar 4.9. *Supply air diffuser*

(Sumber : [http://images.google.co.id/
imgres?imgurl=http://www.indiamart.com](http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://www.indiamart.com))

Return Air Grill (RAG) merk *Swift Air* juga digunakan di setiap ruangan untuk mengganti sirkulasi udara dalam ruangan agar tidak bau dan tidak pengap.



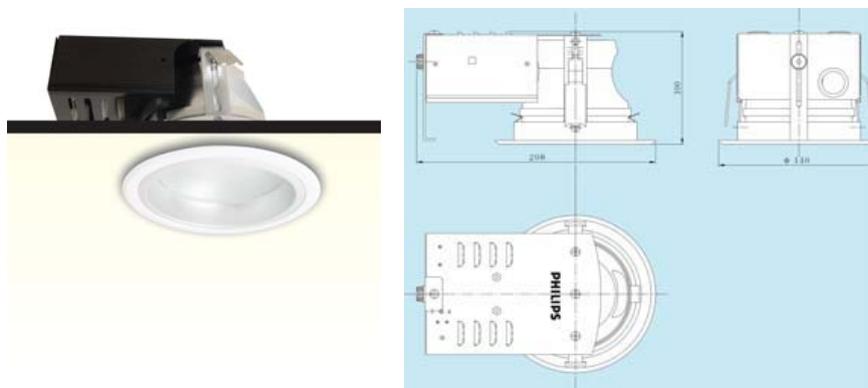
Gambar 4.10. *Return air grill*

(Sumber : [http://images.google.co.id/Imgres?
imgurl=http://premier-aire.com](http://images.google.co.id/Imgres?imgurl=http://premier-aire.com))

4.6.2. Sistem Pencahayaan

Pencahayaan alami dan buatan tergantung dengan waktunya lalu pencahayaan buatan yang terdiri dari banyak macamnya. Lampu TL contohnya dengan variasi warna yang digunakan pada plafond dan lantai yang tentunya menggunakan rumah lampu yang dilapisi kaca buram agar tidak memperlihatkan jenis lampunya. Secara umum pencahayaan dalam perancangan ini menggunakan pencahayaan sari merk Philips seperti:

- *Downlight* untuk *general lighting* di seluruh ruangan



(MASTER PL-C 4 Pins)



Gambar 4.11. *Downlight*

(Sumber : Katalog Philips, 2009)

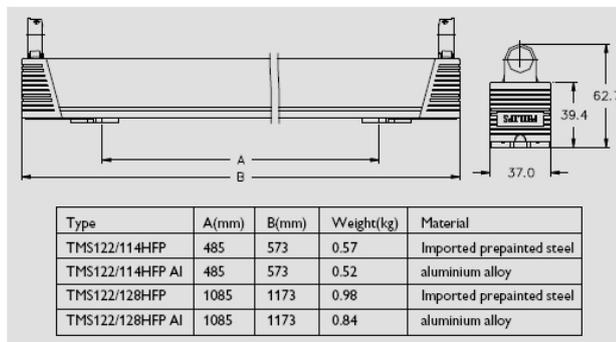
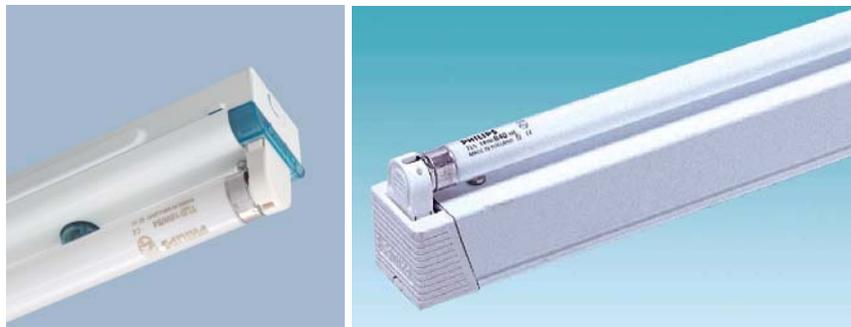
- *Spotlight* dipakai di area pameran untuk pencahayaan khusus



Gambar 4.12. *Spot light*

(Sumber : Katalog Philips, 2009)

- *Indirect Lighting* yang diletakkan secara tersembunyi pada bagian plafon sehingga ruangan terasa lebih hangat dan nyaman



Gambar 4.13. *TL lamp*

(Sumber : Katalog Philips, 2009)

4.6.3. Sistem Komunikasi

Sistem komunikasi menggunakan jaringan intral (interkom) yang menghubungkan ruang kantor, pegawai, *lobby* dan terutama pada bagian pos keamanan dan area *customer service* (konsultasi). Sistem komunikasi memakai teknologi *intercom* mengingat area yang dirancang cukup luas dan intercom ini memiliki spesifikasi *call number display*, *calendar*, *calculator*, dan *temperature*. Selain itu juga di beberapa area diberi speaker, ini berfungsi agar bisa digunakan sebagai alat komunikasi juga.



Gambar 4.14. *Touch panel caller ID speaker phone description*

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://www.global-b2b-network.com>)



Gambar 4.15. *Speaker*

(Sumber : from <http://www.hometheaterhifi.com>)

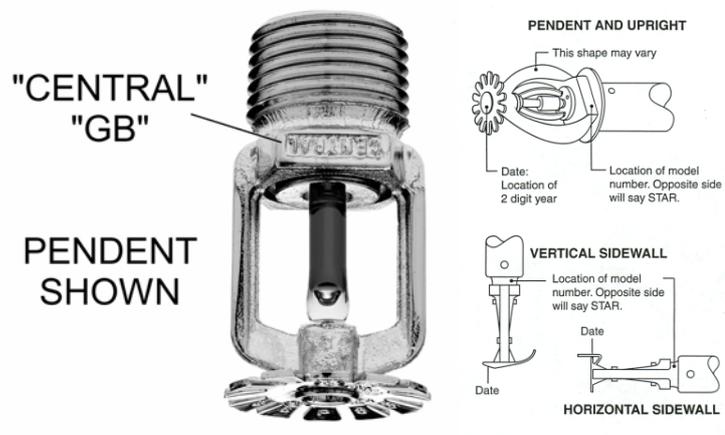
4.6.4. Sistem Proteksi Kebakaran

Sebuah *showroom* sangat membutuhkan sistem proteksi kebakaran yang sangat tinggi karena menyangkut produk-produk berharga yang sangat bernilai tinggi yang akan dipamerkan/dipasarkan. Seluruh ruangan memakai *smoke detector*, *fire detector*, *sprinkler*, APAR, dan *fire hydrant*.



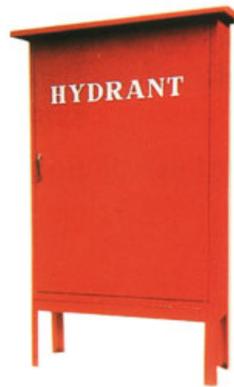
Gambar 4.16. *Smoke detector*

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://blogs.phillyburbs.com>)



Gambar 4.17. *Sprinkler*

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://www.cpsc.gov>)



HYDRANT BOX

Gambar 4.18. *Hydrant box*

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://wb3.indo-work.com>)



Gambar 4.19. APAR

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://wb9.itrademarket.com>)

4.6.5. Sistem Keamanan

Sama halnya dengan sistem keamanan sangat dibutuhkan karena menyangkut produk-produk berharga yang sangat bernilai yang akan dipamerkan/dipasarkan. Karena sangat berharga dan berpotensi untuk dicuri. *showroom* mobil Hyundai ini menggunakan pos keamanan, dan kamera CCTV pada tiap titik-titik penting di area pameran khususnya.



Gambar 4.20. Kamera CCTV

(Sumber : <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=>
<http://www.germes-online.com>)