

## 5. PROGRAM PERANCANGAN

### 5.1. Latar Belakang Perancangan

Perancangan *showroom* Mitsubishi di Samarinda merupakan perancangan interior yang mempunyai fungsi sebagai pusat penjualan mobil Mitsubishi di Samarinda. Lokasi yang cukup strategis karena berada didaerah penjualan otomotif dikota Samarinda. Kemudian site yang mempunyai luasan yang cukup untuk dijadikan objek perancangan tugas akhir. Alasan mengambil *showroom* Mitsubishi ini menjadi tugas akhir yaitu *showroom* Mitsubishi di Samarinda mempunyai desain yang monoton dan hampir sama dengan *showroom* lainnya sehingga tidak mempunyai ciri khas dari Mitsubishi itu sendiri. Kemudian *showroom* ini sendiri akan didesain ulang agar mempunyai tampilan dan ciri khas yang berbeda dengan *showroom* lainnya yang berada di Samarinda dengan menerapkan beberapa aksen *local content* yaitu corak dayak kalimantan pada beberapa bagian elemen interior. Kemudian menerapkan gaya desain moderen kontemporer pada *showroom* Mitsubishi agar memberikan kesan nyaman bagi pengunjung maupun pegawai dan staff *showroom* tersebut yang akan melakukan servis rutin kendaraan mereka maupun yang mempunyai tujuan untuk membeli kendaraan. Mendesain ulang fasilitas-fasilitas yang berada di *showroom* tersebut seperti fasilitas ruang tunggu, ruang rapat, ruang pimpinan dan sebagainya serta area untuk display mobil Mitsubishi itu sendiri.

### 5.2. Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup area yang dirancang yaitu:

- Area display, yang merupakan tempat untuk memamerkan produk otomotif dari Mitsubishi itu sendiri.
- Area pendaftaran servis, dimana area yang digunakan untuk menerima tamu yang akan melakukan servis rutin.
- Area marketing, area dimana pelanggan yang ingin membeli mobil untuk dijelaskan mengenai produk yang akan dibeli.




- Ruang negosiasi, ruang yang digunakan untuk melakukan negosiasi ketika pelanggan dan marketing ingin melakukan nego harga.
- Ruang tunggu, ruang yang digunakan para pelanggan ketika mereka menunggu kendaraan mereka sewaktu diservis.
- Ruang merokok, ruang yang digunakan oleh para pelanggan yang merokok ketika mereka menunggu kendaraan mereka selesai diservis.
- Ruang rapat besar, ruangan yang digunakan oleh para pekerja dan para pimpinan ketika melakukan rapat rutin dalam skala besar.
- Ruang rapat kecil, ruangan rapat yang mempunyai ukuran yang lebih kecil yang digunakan ketika mereka melakukan rapat antara pimpinan.
- Ruang kerja, ruangan yang digunakan para staff untuk bekerja.
- Ruang kepala cabang, ruangan dari kepala cabang *showroom* Mitsubishi itu sendiri.
- Ruang kepala sales, ruangan dari kepala sales *showroom* mitsubishi.
- Ruang kepala akuntan, ruangan kepala akuntan dari *showroom* Mitsubishi itu sendiri.

### 5.3. Analisis Data Tipologi

Tabel 5.1. Data tipologi

PEMBANDING	<b>           MITSUBISHI            MOTOR            SAMARINDA         </b>	<b>           MAZDA            SURABAYA         </b>	<b>           HONDA            SURABAYA         </b>	ANALISIS
<b>LOKASI</b>	Jl. Wahid Hasyim Samarinda Utara 	Jl. Panglima Sudirman 46-48 Surabaya 	Jl. Jend. Basuki Rachmat No. 33 - 37 Surabaya, Jawa Timur 	

Tabel 5.2. Data Tipologi (lanjutan)

<p><b>GAYA DAN BENTUK BANGUNAN</b></p>	<p>Mempunyai gaya bangunan yang lebih dinamis, dan interior yang modern minimalis.</p>	<p>Mempunyai gaya bangunan yang lebih geometris dan mempunyai gaya interior yang sama yaitu modern minimalis.</p>	<p>Mempunyai gaya bangunan yang didominasi bentuk geometris kemudian terdapat bentuk dinamis, dimana gaya interior modern minimalis.</p>	<p>Semua bangunan mempunyai bentuk bangunan yang berbeda, namun pada bagian interior mempunyai gaya desain yang hampir sama antara satu dengan yang lainnya sehingga tidak ada yang menjadi ciri khas dari <i>showroom</i> itu sendiri.</p>
<p><b>GAYA INTERIOR</b></p>	<p>Moderen minimalis</p> 	<p>Moderen minimalis</p> 	<p>Moderen minimalis</p> 	<p>Ketiga <i>showroom</i> tersebut mempunyai gaya interior yang sama sehingga tidak ada yang menjadi ciri khas dari <i>showroom</i> itu sendiri.</p>
<p><b>ELEMEN INTERIOR</b></p>	<p>Lantai : lantai pada <i>showroom</i> Mitsubishi menggunakan keramik dengan ukuran 50x50 cm dengan warna cream muda, coklat tua.</p> <p>Dinding : dinding menggunakan dinding kaca, dinding beton dan dinding dengan bahan gypsumboard yang di sinishing dengan cat putih dan beberapa finishing HPL.</p> <p>Plafon : plafon menggunakan bahan gypsumboard dengan finishing warna putih dan terdapat beberapa aksesoris hiasan.</p>	<p>Lantai : lantai pada <i>showroom</i> Mazda menggunakan keramik dengan warna putih berukuran 30x30 cm.</p> <p>Dinding : dinding menggunakan dinding beton dan dinding berbahan gypsumboard dengan finishing cat berwarna putih.</p> <p>Plafon : plafon menggunakan bahan gypsumboard dengan finishing warna putih dan terdapat beberapa aksesoris hiasan.</p>		<p>Dari ketiga <i>showroom</i> mempunyai elemen interior yang kurang lebih sama sehingga dibutuhkan sedikit perbedaan pada <i>showroom</i> Mitsubishi yang akan membantu orang mengetahui bahwa itu merupakan <i>showroom</i> Mitsubishi.</p>





Tabel 5.3. Data Tipologi (lanjutan)

<p><b>SISTEM UTILITAS</b></p>	<p><b>Pencahayaan :</b> pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan dan pencahayaan alami.</p> <p><b>Penghawaan :</b> penghawaan sepenuhnya menggunakan penghawaan buatan berupa <i>AC Split Wall</i>, dan <i>AC Standing Floor</i>.</p> <p><b>Keamanan :</b> sistem keamanan pada <i>showroom</i> Mitsubishi hanya menggunakan kamera CCTV serta kunci pintu dan beberapa orang sekuriti. Kemudian pada sistem proteksi kebakarannya sendiri hanya menggunakan APAR.</p>	<p><b>Pencahayaan :</b> pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan dan pencahayaan alami.</p> <p><b>Penghawaan :</b> penghawaan sepenuhnya menggunakan penghawaan buatan berupa <i>AC Split Wall</i>, dan <i>AC sentral</i>.</p> <p><b>Keamanan :</b> sistem keamanan pada <i>showroom</i> Mazda hanya menggunakan kamera CCTV serta kunci pintu dan beberapa orang sekuriti. Kemudian pada sistem proteksi kebakarannya sendiri hanya menggunakan APAR.</p>	<p><b>Keamanan :</b> sistem keamanan pada <i>showroom</i> Honda hanya menggunakan kamera CCTV serta kunci pintu dan beberapa orang sekuriti. Kemudian pada sistem proteksi kebakarannya sendiri hanya menggunakan APAR.</p>	<p>Ketiga <i>showroom</i> mempunyai sistem utilitas yang sama karena <i>showroom</i> itu sendiri merupakan tempat komersil yang dimana membutuhkan udara yang lebih sejuk dan pencahayaan yang lebih maksimal. Ketiga <i>showroom</i> mobil mempunyai sistem keamanan yang sama, mempunyai sistem keamanan yang kurang baik untuk sebuah <i>showroom</i>. Kemudian pada sistem proteksi kebakaran ketiga <i>showroom</i> juga mempunyai sistem proteksi kebakaran yang sama dengan pertimbangan bangunan <i>showroom</i> banyak menyimpan surat berharga.</p>
-------------------------------	--	--	---	---

Tabel 5.4. Data Tipologi (lanjutan)

<p><b>KEKURANGAN DAN PROBLEM</b></p>	<p>Bentukan desain yang sama dengan <i>showroom</i> lainnya, kemudian penghawaan yang kurang baik karena <i>showroom</i> terasa panas ketika siang hari.</p>	<p>Bentukan desain yang sama dengan <i>showroom</i> lainnya, kemudian bentuk existing yang kurang menarik karena berbentuk geometris. Kurang pencahayaan pada area menunggu.</p>	<p>Bentukan desain yang sama dengan <i>showroom</i> lainnya, kemudian bentuk existing yang kurang menarik karena berbentuk geometris.</p>	<p>Ketiga <i>showroom</i> tersebut mempunyai problem yang hampir kurang lebih sama. Pada dasarnya bangunan <i>showroom</i> mempunyai tujuan komersil sehingga harus didesain yang memanjakan pengunjung.</p>
<p><b>KELEBIHAN</b></p>	<p>Mempunyai bentukan site eksisting yang menarik dari antara ketiga <i>showroom</i> tersebut. Mempunyai pembagian lantai yang sesuai dengan fasilitas yang dibutuhkan.</p>	<p>Mempunyai bentukan site eksisting yang geometris sehingga memberikan kesan luas pada ruangan tersebut. Mempunyai penghawaan yang cukup baik.</p>	<p>Mempunyai bentukan site eksisting yang geometris sehingga memberikan kesan luas pada ruangan tersebut. Mempunyai penghawaan yang cukup baik.</p>	<p>Ketiga <i>showroom</i> tersebut mempunyai kelebihan masing-masing sehingga menjadi kelebihan dari <i>showroom</i> itu sendiri.</p>

Tabel 5.5. Data Tipologi 2 (lanjutan data tipologi)

PEMBANDING	MITSUBISHI MOTOR JAKARTA	MINI COOPER	ANALISIS
<b>LOKASI</b>	Jl. Pos Pengumben Raya No. 20 Kebun Jeruk. Telp. 081314080890, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11560 	Berlin 	
<b>GAYA DAN BENTUK BANGUNAN</b>	Mempunyai gaya bangunan yang lebih moderen, dan interior yang modern kontemporer.	Mempunyai gaya bangunan yang lebih moderen dan geometris, serta interior yang futuristik.	Kedua <i>showroom</i> mempunyai gaya desain yang berbeda sehingga terlihat perbedaan antara kedua <i>showroom</i> tersebut.
<b>GAYA INTERIOR</b>	Moderen kontemporer 	Moderen futuristik 	Kedua <i>showroom</i> tersebut mempunyai gaya interior yang berbeda dimana masing-masing <i>showroom</i> mempunyai gaya tersendiri.
<b>ELEMEN INTERIOR</b>	<b>Lantai :</b> lantai pada <i>showroom</i> Mitsubishi Jakarta menggunakan keramik dengan ukuran 60x60 cm dengan warna cream muda, dan parket kayu. <b>Dinding :</b> dinding menggunakan dinding kaca, dinding beton dan dinding dengan bahan gypsumboard yang di finishing dengan cat putih dan beberapa finishing HPL. <b>Plafon :</b> plafon menggunakan bahan gypsumboard dengan finishing warna putih.	<b>Lantai :</b> lantai pada <i>showroom</i> Mini Cooper menggunakan keramik dengan warna hitam. <b>Dinding :</b> dinding menggunakan dinding beton dan dinding berbahan gypsumboard dengan finishing cat berwarna hitam. <b>Plafon :</b> plafon menggunakan bahan gypsumboard dengan finishing warna hitam.	Dari kedua <i>showroom</i> mempunyai elemen interior yang kurang lebih sama dan hanya terdapat sedikit perbedaan warna.

Tabel 5.6. Data Tipologi 2 (lanjutan)

<p><b>SISTEM UTILITAS</b></p>	<p><b>Pencahayaan</b> : pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan dan pencahayaan alami.</p> <p><b>Penghawaan</b> : penghawaan sepenuhnya menggunakan penghawaan buatan berupa AC <i>Split Wall</i>, dan AC <i>Standing Floor</i>.</p> <p><b>Keamanan</b> : sistem keamanan pada <i>showroom</i> Mitsubishi hanya menggunakan kamera CCTV serta kunci pintu dan beberapa orang sekuriti. Kemudian pada sistem proteksi kebakarannya sendiri hanya menggunakan APAR.</p>	<p><b>Pencahayaan</b> : pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan dan pencahayaan alami.</p> <p><b>Penghawaan</b> : penghawaan sepenuhnya menggunakan penghawaan buatan berupa AC <i>sentral</i>.</p> <p><b>Keamanan</b> : sistem keamanan pada <i>showroom</i> Mazda hanya menggunakan kamera CCTV serta kunci pintu dan beberapa orang sekuriti. Kemudian pada sistem proteksi kebakarannya sendiri menggunakan APAR dan sprinkler serta smoke detector.</p>	<p>Kedua <i>showroom</i> mempunyai sistem utilitas yang sama karena <i>showroom</i> itu sendiri merupakan tempat komersil yang dimana membutuhkan udara yang lebih sejuk dan pencahayaan yang lebih maksimal.</p> <p>Kedua <i>showroom</i> mobil mempunyai sistem keamanan yang sama, mempunyai sistem keamanan yang kurang baik untuk sebuah <i>showroom</i>. Kemudian pada sistem proteksi kebakaran kedua <i>showroom</i> mempunyai sistem proteksi kebakaran yang sama berbeda pertimbangan bangunan <i>showroom</i> banyak menyimpan surat berharga</p>
<p><b>KEKURANGAN DAN PROBLEM</b></p>	<p>Bentukan gaya desain yang sama dengan <i>showroom</i> lainnya.</p>	<p>Konsep dan warna yang digunakan terkesan monoton karena hanya menggunakan warna hitam sebagai warna dominan.</p>	<p>Kedua <i>showroom</i> tersebut mempunyai kekurangan yang berbeda.</p>
<p><b>KELEBIHAN</b></p>	<p>Mempunyai luasan yang cukup luas untuk sebuah <i>showroom</i> mobil.</p>	<p>Mempunyai bentukan interior yang cukup menarik.</p>	<p>Kedua <i>showroom</i> tersebut mempunyai kelebihan masing-masing sehingga menjadi kelebihan dari <i>showroom</i> itu sendiri.</p>

#### 5.4. Pola Aktifitas

Berikut beberapa pola aktifitas dari pengguna *showroom* Mitsubishi :

- Pengunjung – melakukan servis kendaraan berkala – menuju area servis – ruang tunggu – kasir.
- Pengunjung – membeli kendaraan – menuju area marketing – ruang negosiasi – ruang tunggu – kasir.
- Kepala cabang – mengatur segala kebutuhan *showroom* – melayani pengunjung.
- Kepala akuntan – menuju ruangan – mengatur keuangan – melayani pengunjung.
- Kepala sales – menuju ruangan – mengatur marketing – melayani pengunjung.
- Kepala penjualan – mengatur marketing – melayani pengunjung.
- Kepala servis – menuju area servis – mengatur jadwal servis – melayani pengunjung.
- Kepala mekanik – menuju area bengkel – mengatur mekanik.

#### 5.5. Karakter Ruang

Berikut tabel karakteristik ruang pada *showroom* Mitsubishi di Samarinda.

Tabel 5.7. Karakteristik Ruang

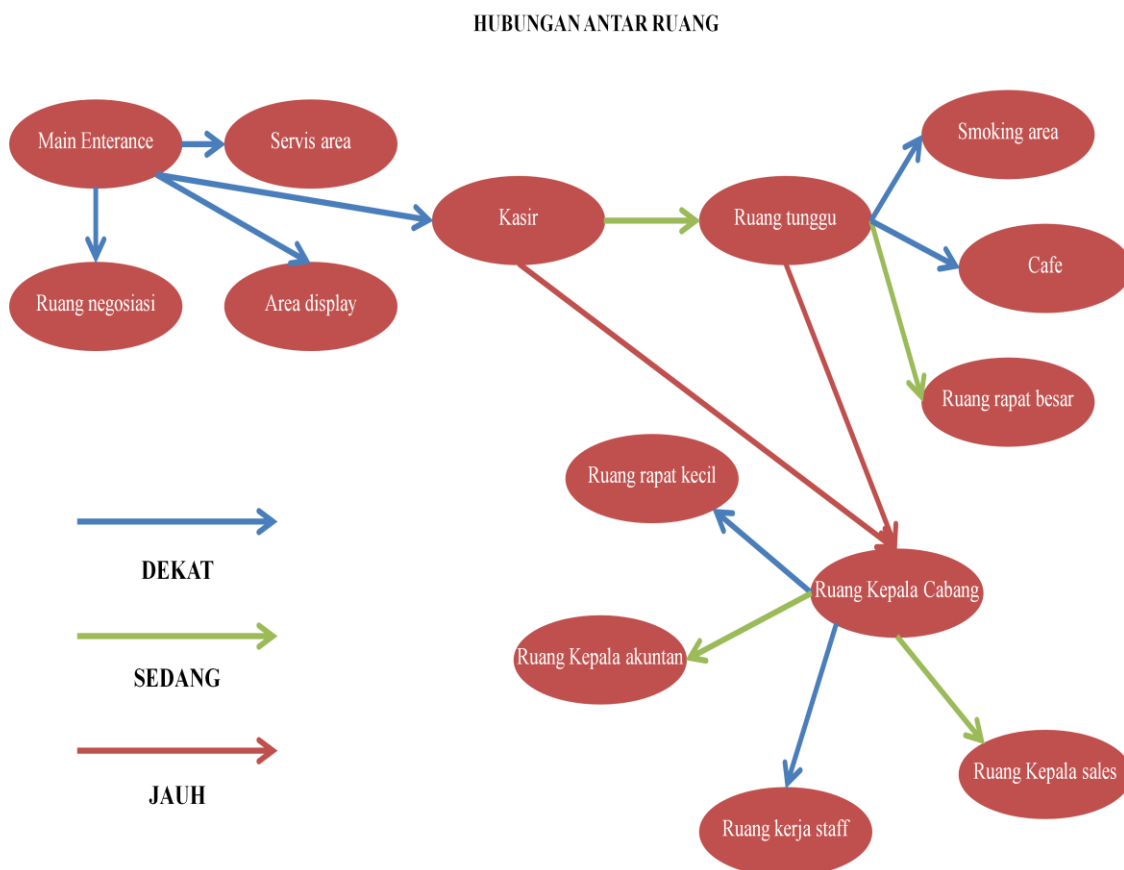
JENIS RUANG	SIFAT RUANG	AKSEBILITAS	PRIVASI	KEAMANA N	SISTEM PENCAHAYAAN	SISTEM AKUSTIK	SISTEM PENGHAWAAN	SISTEM PROTEKSI KEBAKARAN
KEPALA CABANG	Privat	Sangat perlu	Sangat perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	<i>Downlight</i> merek Phillips warm white	Perlu	AC merek Mitsubishi	<i>Sprinkler, smoke detector</i>
KEPALA AKUNTAN	Privat	Sangat perlu	Sangat perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	<i>Downlight</i> merek Phillips warm white	Perlu	AC merek Mitsubishi	<i>Sprinkler, smoke detector</i>
KEPALA SALES	Privat	Sangat perlu	Sangat perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	<i>Downlight</i> merek Phillips warm white	Perlu	AC merek Mitsubishi	<i>Sprinkler, smoke detector</i>
SERVIS AREA	Publik	Sangat perlu		Kamera CCTV	<i>Downlight, lampu gantung</i> merek Phillips		AC sentral	<i>Sprinkler, smoke detector, APAR</i>
RUANG TUNGGU	Semi publik	Sangat perlu		Kamera CCTV	<i>Downlight, lampu gantung</i> merek Phillips		AC sentral	<i>Sprinkler, smoke detector, APAR</i>

Tabel 5.8. Karakteristik Ruang (Lanjutan)

<b>RUANG NEGOSIASI</b>	Privat	Perlu	Sangat perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	Downlight merek Phillips warm white	Sangat perlu	AC merek Mitsubishi	Sprinkler, smoke detector
<b>AREA DISPLAY</b>	Publik	Perlu		Kamera CCTV	Downlight merek Phillips warm white		AC standing floor	Sprinkler, smoke detector, APAR
<b>KASIR</b>	Privat	Perlu	Perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	Downlight merek Phillips warm white		AC merek Mitsubishi	Sprinkler, smoke detector
<b>RUANG RAPAT</b>	Privat	Perlu	Sangat perlu	Kamera CCTV, kunci pintu	Downlight, hidden lamp merek Phillips warm white dan LED	Perlu	AC sentral	Sprinkler, smoke detector
<b>TOILET</b>	Publik	Perlu		kunci pintu	Downlight merek Phillips warm white		Exhaust fan	Sprinkler, smoke detector

### 5.6. Hubungan Antar Ruang

Berikut hubungan antar ruang yang terdapat pada showroom Mitsubishi di Samarinda.



Gambar 5.1. Hubungan antar ruang.

## 5.7. Framework

Tabel framework 5.9 menjelaskan mengenai fungsi dari desain tersebut, 5.11 menjelaskan mengenai bentukan dari desain yang akan dibuat, 5.12 menjelaskan mengenai budget yang dibutuhkan dalam desain tersebut, 5.10 menjelaskan mengenai seberapa lama desain tersebut akan bertahan.

Tabel 5.9. *Framework “ Function “*

	TUJUAN	FAKTA	KONSEP	KEBUTUHAN	IDE
MANUSIA	Menciptakan sebuah wadah yang nyaman bagi pengunjung dan staff ketika berada di showroom tersebut.	Pangunjung hanya datang dan melakukan transaksi dan tidak dapat menikmati fasilitas yang di berikan.	<i>Cozy</i>	Ruang tunggu serta fasilitas yang di butuhkan pengunjung agar lebih nyaman.	Mendesain ulang beberapa fasilitas untuk pengunjung seperti ruang tunggu yang padas dan terkesan monoton.
AKTIVITAS	Sebagai wadah bagi masyarakat untuk melakukan transaksi dan semua kegiatan yang berhubungan dengan kendaraan mereka.	Faktanya terkadang pengunjung yang melakukan servis rutin sering meninggalkan kendaraannya ketika sedang diservis.	<i>Comfort</i>	Ruang tunggu dan cafe serta smoking area yang lebih nyaman.	Suasana dari showroom yang lenih nyaman dan lebih memberikan informasi kepada pengunjung.
HUBUNGAN	Menjalin hubungan yang baik antara pengunjung dengan staff pekerja.	Pengunjung hanya melakukan hubungan komunikasi ketika mereka mempunyai keperluan tertentu.	<i>Fun</i>	Ruangan yang lebih santai ketika sales marketing melakukan penjelasan terhadap produk kendaraan yang akan di beli masyarakat.	Membuat beberapa alternatif ruangan untuk berbincang.
KULTURAL	Menciptakan sebuah desain yang berbeda dari showroom mobil lainnya.	Semua showroom mobil mempunyai desain yang hampir kurang lebih sama dengan yang lainnya.	<i>Fun</i>	Sebuah desain yang sedikit berbeda dengan desain yang sudah ada sebelumnya.	Menambahkan beberapa area informasi mengenai produk mitsubishi itu sendiri.

Tabel 5.10. *Framework “ Time “*

	TUJUAN	FAKTA	KONSEP	KEBUTUHAN	IDE
SEKARANG	Membuat desain dengan gaya terkini.	Desain pada showroom monil jaman sekarang terkesan monoton.	<i>Modern</i>	Desain yang berbeda dengan desain lainnya dan mempunyai kesan modern namun tidak melenceng dari ciri khas Mitsubishi.	Memadukan gaya desain moderen, alami dan ciri khas Mitsubishi itu sendiri.
MASA DEPAN	Membuat sebuah desain yang tahan lama sehingga tidak termakan oleh jaman.	Orang akan mudah bosan jika desain yang sudah ada tidak mempunyai ciri khas.	<i>Durable</i>	Membuat desain yang menjadi ciri khas dari Mitsubishi.	Membuat sebuah ruangan yang memanjakan pengunjung.

Tabel 5.11. *Framework “ Form “*

	TUJUAN	FAKTA	KONSEP	KEBUTUHAN	IDE
LOKASI	Ruangan yang menarik bagi pengunjung dan masyarakat sekitar.	Desain semua showroom mempunyai gaya desain yang kurang lebih.	<i>Fun and Cozy</i>	Beberapa finishing material dan bentukan yang menunjang dengan konsep moderen.	Membuat beberapa bentukan yang terkesan moderen.
LINGKUNGAN	Menciptakan ruangan yang nyaman, <i>modern</i> dan fungsional.	Terdapat beberapa showroom mobil disekitar showroom Mitsubishi yang mempunyai desain yang kurang lebih sama.	<i>Fun and Cozy</i>	Ruangan yang lebih memanjakan pengunjung dan staff.	Membuat ruangan yang lebih nyaman dan fungsional namun tetap memberikan kesan moderen.
KUALITAS	Membuat sebuah ruangan dengan finishing dan pemilihan warna yang mempunyai kualitas tinggi.	Kurangnya desain yang menarik pada showroom tersebut.	<i>Comfort</i>	Finishing dari ruangan yang ada dengan material yang baik.	Mencoba memberikan finishing dengan kualitas yang baik.

Tabel 5.12. *Framework “ Economy “*

	TUJUAN	FAKTA	KONSEP	KEBUTUHAN	IDE
BUDGET	Menciptakan sebuah desain yang mempunyai kualitas baik dengan budget seperlunya serta mudah dalam perawatannya.	Tidaklah mudah memilih sebuah material yang baik dengan budget yang minim.	<i>Press Budget</i>	Material yang mudah dalam perawatan serta minim biaya.	Memilih finishing material dengan baik.

### 5.8. Besaran Ruang

Setelah melakukan beberapa analisa terhadap zoning dan grouping maka alternatif pertama yang digunakan karena mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan yang pas untuk *showroom* Mitsubishi. Kemudian ditentukan besaran ruang *showroom* tersebut.

Tabel 5.13. Besaran Ruang *Showroom* Mitsubishi Samarinda

PENGGUNA	AKTIVITAS	JENIS RUANGAN	KAPASITAS	KEBUTUHAN RUANG DAN PERABOT	LUASAN BESARAN RUANG DAN PERABOT
Pegawai dan pengunjung <i>showroom</i> Mitsubishi	Melakukan jual beli, melakukan servis rutin, melakukan transaksi pembayaran, berbelanja aksesoris.	Resepsionis, area penjualan, area display, area pendaftaran servis.	Pegawai (10 orang) Pengunjung (10 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja resepsionis 1 buah (60cm x 120cm), kursi 1 buah (50cm x 40cm).</li> <li>• Meja marketing 1 buah (400cm x 70cm), kursi 8 buah (50cm x 40cm).</li> <li>• Meja penerima servis 4 buah (100cm x 60cm), kursi 8 buah (50cm x 40cm).</li> </ul>	$1 \times (60 \times 120) = 7.200 \text{ cm}^2 = 0,72 \text{ m}^2$ $0,72 \times 40\% = 0,28 \text{ m}^2$ Total = $0,72 + 0,28 = 1 \text{ m}^2$ $1 \times (50 \times 40) = 2.000 \text{ cm}^2 = 0,2 \text{ m}^2$ $0,2 \times 40\% = 0,08 \text{ m}^2$ Total = $0,2 + 0,08 = 0,28 \text{ m}^2$ $1 \times (400 \times 70) = 28.000 \text{ cm}^2 = 2,8 \text{ m}^2$ $2,8 \times 40\% = 1,12 \text{ m}^2$ Total = $2,8 + 1,12 = 3,92 \text{ m}^2$ $8 \times (50 \times 40) = 16.000 \text{ cm}^2 = 1,6 \text{ m}^2$ $1,6 \times 40\% = 0,64 \text{ m}^2$ Total = $1,6 + 0,64 = 2,24 \text{ m}^2$ $4 \times (100 \times 60) = 24.000 \text{ cm}^2 = 2,4 \text{ m}^2$ $2,4 \times 40\% = 0,96 \text{ m}^2$ Total = $2,4 + 0,96 = 3,36 \text{ m}^2$ $8 \times (50 \times 40) = 16.000 \text{ cm}^2 = 1,6 \text{ m}^2$ $1,6 \times 40\% = 0,64 \text{ m}^2$ Total = $1,6 + 0,64 = 2,24 \text{ m}^2$ Jumlah orang 14 = 14 m <sup>2</sup> <b>Total = 17,04 m<sup>2</sup></b>
Pegawai dan pengunjung <i>showroom</i> Mitsubishi	Melakukan negosiasi	Ruangan negosiasi	Pegawai (2 orang) Pengunjung (2 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja 2 buah (60cm x 120cm), kursi 2 buah (50cm x 40cm).</li> </ul>	$2 \times (60 \times 120) = 14.400 \text{ cm}^2 = 1,44 \text{ m}^2$ $1,44 \times 40\% = 0,57 \text{ m}^2$ Total = $1,44 + 0,57 = 2,01 \text{ m}^2$ $2 \times (50 \times 40) = 4.000 \text{ cm}^2 = 0,4 \text{ m}^2$ $0,4 \times 40\% = 0,16 \text{ m}^2$ Total = $0,4 + 0,16 = 0,56 \text{ m}^2$ Jumlah orang 4 = 4 m <sup>2</sup> <b>Total = 6,57m<sup>2</sup></b>
Pegawai dan pengunjung <i>showroom</i> Mitsubishi	Menunggu kendaraan, merokok.	Ruang tunggu, cafe, smoking area.	Pegawai (4 orang) Pengunjung (25 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja cafe 1 buah (325 cm x 70cm), rak 1 buah (325cm x 50cm).</li> <li>• Meja tinggi 3 buah (70cm x 70cm), kursi 12 buah (50cm x 40cm).</li> <li>• Sofa 3 seat 2 buah (150cm x 50cm), 1 seat 4 buah (50cm x 50cm), meja 2 buah (120cm x 60cm).</li> </ul>	$1 \times (325 \times 70) = 22.750 \text{ cm}^2 = 2,27 \text{ m}^2$ $2,27 \times 40\% = 0,90 \text{ m}^2$ Total = $2,27 + 0,90 = 3,17 \text{ m}^2$ $1 \times (325 \times 50) = 16.250 \text{ cm}^2 = 1,62 \text{ m}^2$ $1,62 \times 40\% = 0,64 \text{ m}^2$ Total = $1,62 + 0,64 = 2,26 \text{ m}^2$ $3 \times (70 \times 70) = 14.700 \text{ cm}^2 = 1,47 \text{ m}^2$ $1,47 \times 40\% = 0,58 \text{ m}^2$ Total = $1,47 + 0,58 = 2,05 \text{ m}^2$ $12 \times (50 \times 40) = 24.000 \text{ cm}^2 = 2,4 \text{ m}^2$ $2,4 \times 40\% = 0,96 \text{ m}^2$ Total = $2,4 + 0,96 = 3,36 \text{ m}^2$ $2 \times (150 \times 50) = 15.000 \text{ cm}^2 = 1,5 \text{ m}^2$ $1,5 \times 40\% = 0,6 \text{ m}^2$ Total = $1,5 + 0,6 = 2,1 \text{ m}^2$ $4 \times (50 \times 50) = 10.000 \text{ cm}^2 = 1 \text{ m}^2$ $1 \times 40\% = 0,4 \text{ m}^2$ Total = $1 + 0,4 = 1,4 \text{ m}^2$ $2 \times (120 \times 60) = 14.400 \text{ cm}^2 = 1,44 \text{ m}^2$ $1,44 \times 40\% = 0,57 \text{ m}^2$ Total = $1,44 + 0,57 = 2,01 \text{ m}^2$ Jumlah orang 29 = 29 m <sup>2</sup> <b>Total = 45,35 m<sup>2</sup></b>

Tabel 5.14. Besaran Ruang *Showroom* Mitsubishi Samarinda (Lanjutan)

PENGGUNA	AKTIVITAS	JENIS RUANGAN	KAPASITAS	KEBUTUHAN RUANG DAN PERABOT	LUASAN BESARAN RUANG DAN PERABOT
Pegawai dan pengunjung <i>showroom</i> Mitsubishi	Melakukan negosiasi	Ruangan negosiasi	Pegawai (2 orang) Pengunjung (2 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja 2 buah (60cm x 120cm), kursi 2 buah (50cm x 40cm).</li> </ul>	$2 \times (60 \times 120) = 14.400 \text{ cm}^2 = 1,44 \text{ m}^2$ $1,44 \times 40\% = 0,57 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1,44 + 0,57 = 2,01 \text{ m}^2$ $2 \times (50 \times 40) = 4.000 \text{ cm}^2 = 0,4 \text{ m}^2$ $0,4 \times 40\% = 0,16 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 0,4 + 0,16 = 0,56 \text{ m}^2$ Jumlah orang 4 = 4 m <sup>2</sup> <b>Total = 6,57m<sup>2</sup></b>
Pegawai dan pengunjung <i>showroom</i> Mitsubishi	Menunggu kendaraan, merokok.	Ruang tunggu, cafe, smoking area.	Pegawai (4 orang) Pengunjung (25 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja cafe 1 buah (325 cm x 70cm), rak 1 buah (325cm x 50cm).</li> <li>Meja tinggi 3 buah (70cm x 70cm), kursi 12 buah (50cm x 40cm).</li> <li>Sofa 3 seat 2 buah (150cm x 50cm), 1 seat 4 buah (50cm x 50cm), meja 2 buah (120cm x 60cm).</li> </ul>	$1 \times (325 \times 70) = 22.750 \text{ cm}^2 = 2,27 \text{ m}^2$ $2,27 \times 40\% = 0,90 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 2,27 + 0,90 = 3,17 \text{ m}^2$ $1 \times (325 \times 50) = 16.250 \text{ cm}^2 = 1,62 \text{ m}^2$ $1,62 \times 40\% = 0,64 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1,62 + 0,64 = 2,26 \text{ m}^2$ $3 \times (70 \times 70) = 14.700 \text{ cm}^2 = 1,47 \text{ m}^2$ $1,47 \times 40\% = 0,58 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1,47 + 0,58 = 2,05 \text{ m}^2$ $12 \times (50 \times 40) = 24.000 \text{ cm}^2 = 2,4 \text{ m}^2$ $2,4 \times 40\% = 0,96 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 2,4 + 0,96 = 3,36 \text{ m}^2$ $2 \times (150 \times 50) = 15.000 \text{ cm}^2 = 1,5 \text{ m}^2$ $1,5 \times 40\% = 0,6 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1,5 + 0,6 = 2,1 \text{ m}^2$ $4 \times (50 \times 50) = 10.000 \text{ cm}^2 = 1 \text{ m}^2$ $1 \times 40\% = 0,4 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1 + 0,4 = 1,4 \text{ m}^2$ $2 \times (120 \times 60) = 14.400 \text{ cm}^2 = 1,44 \text{ m}^2$ $1,44 \times 40\% = 0,57 \text{ m}^2$ $\text{Total} = 1,44 + 0,57 = 2,01 \text{ m}^2$ Jumlah orang 29 = 29 m <sup>2</sup> <b>Total = 45,35 m<sup>2</sup></b>

Tabel 5.15. Besaran Ruang *Showroom* Mitsubishi Samarinda (Lanjutan)

PENGGUNA	AKTIVITAS	JENIS RUANGAN	KAPASITAS	KEBUTUHAN RUANG DAN PERABOT	LUASAN BESARAN RUANG DAN PERABOT
Kepala cabang	Mengurus semua yang berhubungan dengan <i>showroom</i> .	Ruang kepala cabang	Kepala cabang (1 orang) Tamu (2 orang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja 1 buah (150cm x 70cm), rak 1 buah (150cm x 50cm).</li> <li>Kursi 3 buah (50cm x 40cm).</li> </ul>	$1 \times (150 \times 70) = 10.500 \text{ cm}^2 = 1,05 \text{ m}^2$ $1,05 \times 40\% = 0,42 \text{ m}^2$ Total = $1,05 + 0,42 = 1,47 \text{ m}^2$ $1 \times (150 \times 50) = 7.500 \text{ cm}^2 = 0,75 \text{ m}^2$ $0,75 \times 40\% = 0,3 \text{ m}^2$ Total = $0,75 + 0,3 = 0,78 \text{ m}^2$ $3 \times (50 \times 40) = 6.000 \text{ cm}^2 = 0,6 \text{ m}^2$ $0,6 \times 40\% = 0,24 \text{ m}^2$ Total = $0,6 + 0,24 = 0,84 \text{ m}^2$ Jumlah orang 3 = 3 m <sup>2</sup> <b>Total = 6,09 m<sup>2</sup></b>
Staff Mitsubishi	Melakukan rapat kecil	Ruang rapat kecil	Staff (4 orang).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja 1 buah (180cm x 80cm).</li> <li>Kursi 4 buah (50cm x 40cm).</li> </ul>	$1 \times (180 \times 80) = 14.400 \text{ cm}^2 = 1,44 \text{ m}^2$ $1,44 \times 40\% = 0,57 \text{ m}^2$ Total = $1,44 + 0,57 = 2,01 \text{ m}^2$ $4 \times (40 \times 50) = 8.000 \text{ cm}^2 = 0,8 \text{ m}^2$ $0,8 \times 40\% = 0,32 \text{ m}^2$ Total = $0,8 + 0,32 = 1,12 \text{ m}^2$ Jumlah orang 4 = 4 m <sup>2</sup> <b>Total = 7,13 m<sup>2</sup></b>
Staff Mitsubishi	Melakukan rapat besar	Ruang rapat besar	Staff (13 orang).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja 12 buah (80cm x 60cm).</li> <li>Kursi 13 buah (50cm x 40cm).</li> <li>Meja admin 1 buah (120cm x 60cm).</li> </ul>	$12 \times (80 \times 60) = 57.600 \text{ cm}^2 = 5,76 \text{ m}^2$ $5,76 \times 40\% = 2,3 \text{ m}^2$ Total = $5,76 + 2,3 = 8,06 \text{ m}^2$ $13 \times (40 \times 50) = 26.000 \text{ cm}^2 = 2,6 \text{ m}^2$ $2,6 \times 40\% = 1,04 \text{ m}^2$ Total = $2,6 + 1,04 = 3,64 \text{ m}^2$ $1 \times (120 \times 60) = 7.200 \text{ cm}^2 = 0,72 \text{ m}^2$ $0,72 \times 40\% = 0,28 \text{ m}^2$ Total = $0,72 + 0,28 = 1 \text{ m}^2$ Jumlah orang 13 = 13 m <sup>2</sup> <b>Total = 25,7 m<sup>2</sup></b>

Tabel 5.16. Besaran Ruang *Showroom* Mitsubishi Samarinda (Lanjutan)

PENGGUNA	AKTIVITAS	JENIS RUANGAN	KAPASITAS	KEBUTUHAN RUANG DAN PERABOT	LUASAN BESARAN RUANG DAN PERABOT
Staff pegawai Mitsubishi	Melakukan kerja harian.	Ruang kerja staff	20 orang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja kerja 20 buah (120cm x 60cm).</li> <li>Kursi 20 buah (50cm x 40cm).</li> <li>Rak penyimpanan 2 buah (500cm x 50cm).</li> </ul>	$20 \times (120 \times 60) = 144.000 \text{ cm}^2 = 14,4 \text{ m}^2$ $14,4 \times 40\% = 5,76 \text{ m}^2$ Total = $14,4 + 5,76 = 20,16 \text{ m}^2$ $20 \times (50 \times 40) = 40.000 \text{ cm}^2 = 4 \text{ m}^2$ $4 \times 40\% = 1,6 \text{ m}^2$ Total = $4 + 1,6 = 5,6 \text{ m}^2$ $2 \times (500 \times 50) = 50.000 \text{ cm}^2 = 5 \text{ m}^2$ $5 \times 40\% = 2 \text{ m}^2$ Total = $5 + 2 = 7 \text{ m}^2$ Jumlah orang 20 = 20 m <sup>2</sup> <b>Total = 52,76 m<sup>2</sup></b>
Kepala akutan	Menghitung semua yang berhubungan dengan keuangan <i>showroom</i> tersebut.	Ruang kepala akutan	1 orang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja kerja 1 buah (150cm x 70cm).</li> <li>Kursi 1 buah (50cm x 40cm).</li> <li>Rak penyimpanan 1 buah (150cm x 50cm).</li> </ul>	$1 \times (150 \times 70) = 10.500 \text{ cm}^2 = 0,10 \text{ m}^2$ $0,10 \times 40\% = 0,04 \text{ m}^2$ Total = $0,10 + 0,04 = 0,14 \text{ m}^2$ $1 \times (50 \times 40) = 2.000 \text{ cm}^2 = 0,2 \text{ m}^2$ $0,2 \times 40\% = 0,008 \text{ m}^2$ Total = $0,2 + 0,008 = 0,2 \text{ m}^2$ $1 \times (150 \times 50) = 7.500 \text{ cm}^2 = 0,75 \text{ m}^2$ $0,75 \times 40\% = 0,3 \text{ m}^2$ Total = $0,75 + 0,3 = 1,05 \text{ m}^2$ Jumlah orang 1 = 1 m <sup>2</sup> <b>Total = 2,39m<sup>2</sup></b>

Tabel 5.17. Besaran Ruang *Showroom* Mitsubishi Samarinda (Lanjutan)

PENGGUNA	AKTIVITAS	JENIS RUANGAN	KAPASITAS	KEBUTUHAN RUANG DAN PERABOT	LUASAN BESARAN RUANG DAN PERABOT
Kepala sales	Mengatur semua yang berhubungan dengan sales penjualan.	Ruang kepala sales	1 orang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja kerja 1 buah (150cm x 70cm).</li> <li>• Kursi 1 buah (50cm x 40cm).</li> <li>• Rak penyimpanan 1 buah (150cm x 50cm).</li> </ul>	$1 \times (150 \times 70) = 10.500 \text{ cm}^2 = 0,10 \text{ m}^2$ $0,10 \times 40\% = 0,04 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>0,10 + 0,04 = 0,14 \text{ m}^2</math></b> $1 \times (50 \times 40) = 2.000 \text{ cm}^2 = 0,2 \text{ m}^2$ $0,2 \times 40\% = 0,008 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>0,2 + 0,008 = 0,2 \text{ m}^2</math></b> $1 \times (150 \times 50) = 7.500 \text{ cm}^2 = 0,75 \text{ m}^2$ $0,75 \times 40\% = 0,3 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>0,75 + 0,3 = 1,05 \text{ m}^2</math></b> Jumlah orang 1 = 1 m <sup>2</sup> <b>Total = 2,39m<sup>2</sup></b>
Seluruh pengunjung	Melihat display kendaraan	Area display	33 orang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja santai 3 buah (120cm x 120cm).</li> <li>• Kursi 12 buah (50cm x 50cm).</li> <li>• Rak display panjang 1 buah (350cm x 80cm).</li> <li>• Rak display pendek 3 buah (80cm x 80cm).</li> <li>• Area display mobil 3 buah (500cm x 250cm).</li> </ul>	$3 \times (120 \times 120) = 43.200 \text{ cm}^2 = 4,3 \text{ m}^2$ $4,3 \times 40\% = 1,72 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>4,3 + 1,72 = 6,02 \text{ m}^2</math></b> $12 \times (50 \times 50) = 30.000 \text{ cm}^2 = 3 \text{ m}^2$ $3 \times 40\% = 1,2 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>3 + 1,2 = 4,2 \text{ m}^2</math></b> $1 \times (350 \times 80) = 28.000 \text{ cm}^2 = 2,8 \text{ m}^2$ $2,8 \times 40\% = 1,12 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>2,8 + 1,12 = 3,92 \text{ m}^2</math></b> $3 \times (80 \times 80) = 19.200 \text{ cm}^2 = 1,9 \text{ m}^2$ $1,9 \times 40\% = 0,76 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>1,9 + 0,76 = 2,66 \text{ m}^2</math></b> $3 \times (500 \times 250) = 375.000 \text{ cm}^2 = 37,5 \text{ m}^2$ $37,5 \times 40\% = 15 \text{ m}^2$ <b>Total = <math>37,5 + 15 = 52,5 \text{ m}^2</math></b> Jumlah orang 3 = 33 m <sup>2</sup> <b>Total = 102,3 m<sup>2</sup></b>

Total besaran ruang :

$$17,04 + 6,57 + 45,35 + 6,09 + 7,13 + 25,7 + 52,76 + 2,39 + 2,39 + 102,3 = 270,72 \text{ m}^2$$

$$270,72 \times 2 = 541,44 \text{ m}^2$$

Total sirkulasi antar ruang :

$$541,44 \times 60\% = 324,86 \text{ m}^2$$

Total keseluruhan :

$$541,44 + 324,86 = 866,3 \text{ m}^2$$

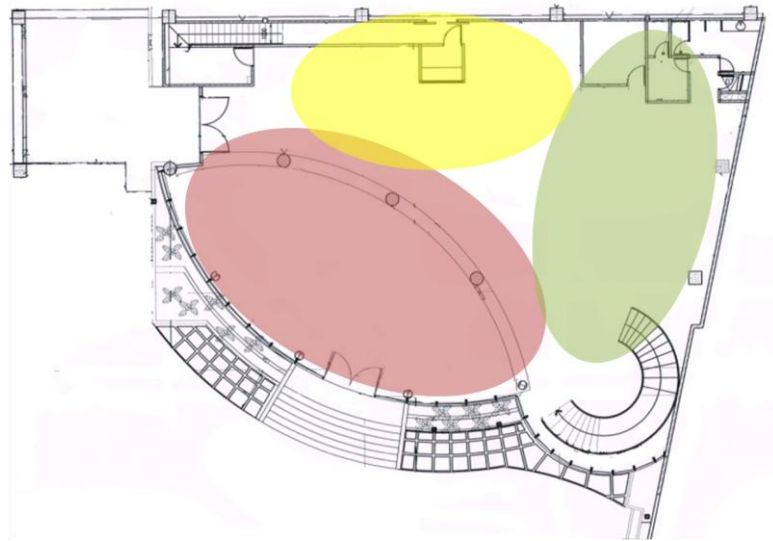
## 5.9. Zoning dan Grouping

Berikut beberapa analisa zoning dan Grouping dari *showroom* Mitsubishi di Samarinda.

### 5.9.1. Lantai 1 Alternatif 1

Dapat dianalisa pada alternatif 1 lantai 1 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan alternatif 1 lantai 1 yaitu, mempunyai area publik yang cukup memadai sebagai area display, area privat berada di belakang sehingga tidak ada akses bagi pengunjung untuk ke area privat, area semi privat menjadi lebih luas untuk menunjang kebutuhan akan area untuk melakukan penjelasan terhadap produk yang lebih santai, dengan area publik, semi privat dan area privat yang terbagi dengan baik maka lantai sangat cocok dijadikan sebagai area komersil dari *showroom* tersebut. Pada gambar 5.2 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Kemudian kekurangan dari alternatif 1 lantai 1 yaitu, area privat yang berada dibelakang area publik sehingga pengunjung harus mengitari area publik terlebih dahulu, dari main entrance menuju area penjualan dan area servis tertutup oleh area publik sebagai area display barang.

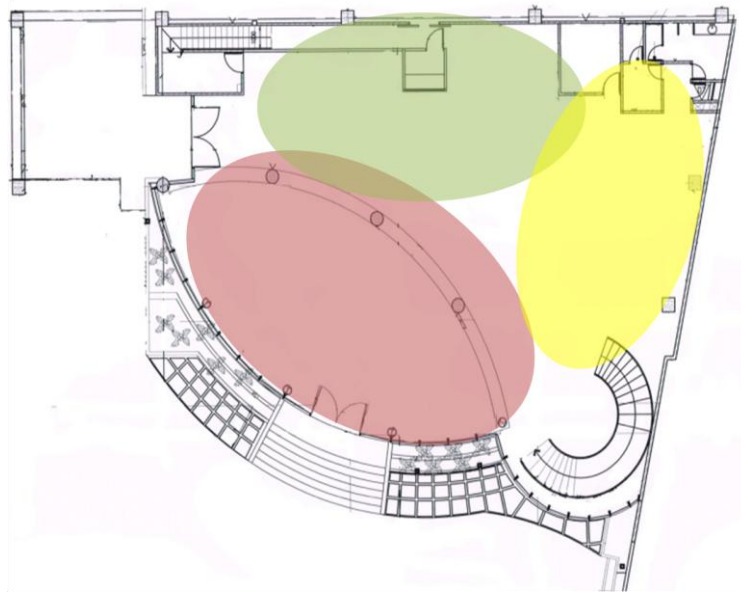


Gambar 5.2. Zoning dan Grouping Alternatif 1 Lantai 1

### 5.9.2. Lantai 1 Alternatif 2

Dapat dianalisa pada alternatif 2 lantai 1 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan pada alternatif 2 lantai 1 yaitu, sama dengan kelebihan alternatif 1, kemudian pada area privat lebih banyak mendapatkan pencahayaan alami, mempunyai area publik yang cukup memadai sebagai area display, area privat berada disamping sehingga mendapatkan pencahayaan alami. Pada gambar 5.3 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Serta kekurangannya yaitu, area semi privat berada di belakang area publik sehingga tidak mendapatkan pencahayaan alami dimana mengurangi kesan nyaman bagi pengunjung, area semi privat yang dimana ditujukan bagi pengunjung karena pengunjung merupakan tujuan utama menjadi kurang nyaman karena kurang mendapatkan pencahayaan alami.

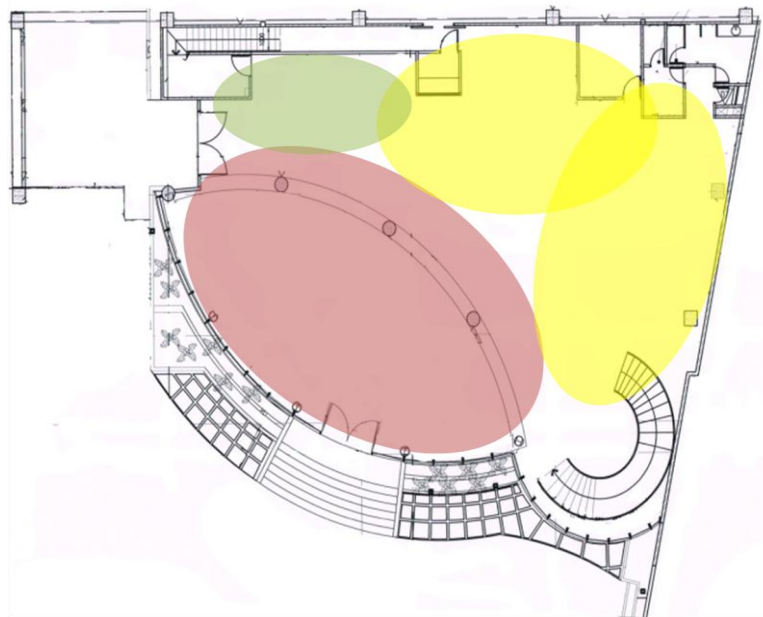


Gambar 5.3. Zoning dan Grouping Alternatif 2 Lantai 1

### 5.9.3. Lantai 1 Alternatif 3

Dapat dianalisa pada alternatif 3 lantai 1 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Terdapat beberapa kelebihan pada alternatif 3 lantai 1 yaitu, mempunyai area publik yang cukup memadai sebagai area display, area privat berada disamping sehingga mendapatkan pencahayaan alami, membuat area antara staff dan pengunjung menjadi lebih privat, area display yang cukup memadai luasannya. Pada gambar 5.4 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Kemudian kekurangan pada alternatif 3 yaitu, area privat menjadi terlalu luas sehingga pembagian ruang yang kurang baik dikarenakan pada lantai 1 juga membutuhkan area semi privat, area semi privat menjadi lebih kecil dimana area semi privat menjadi area untuk duduk-duduk bagi pelanggan.

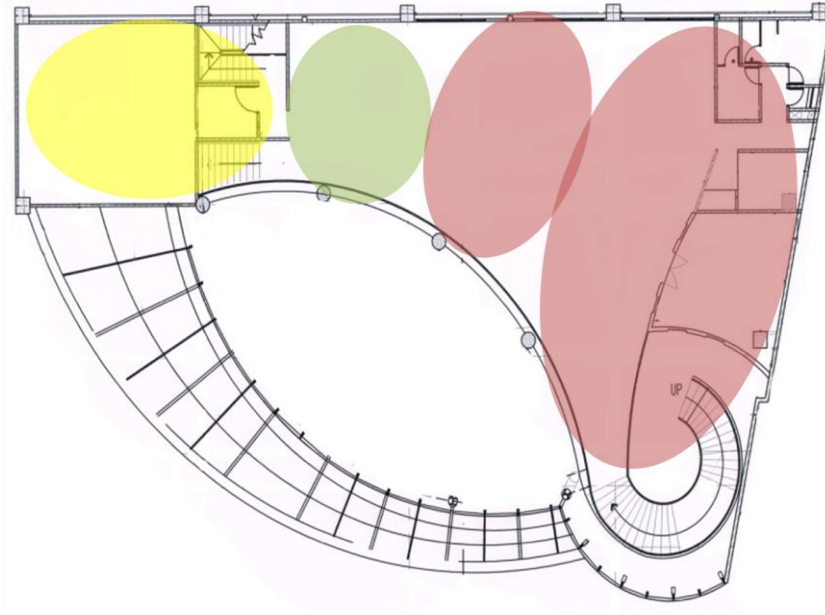


Gambar 5.4. Zoning dan Grouping Alternatif 3 Lantai 1

#### 5.9.4. Lantai 2 Alternatif 1

Dapat dianalisa pada alternatif 1 lantai 2 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Terdapat beberapa kelebihan pada alternatif 1 lantai 2 yaitu, mempunyai area publik yang cukup luas karena lantai 2 memang ditujukan untuk fasilitas menunggu, mempunyai area semi privat dimana difungsikan sebagai meja cafe dari mini cafe dan beberapa meja dari cafe tersebut, kemudian pada area privat digunakan sebagai ruangan untuk rapat, sudah sesuai dengan fungsi dari lantai 2 itu sendiri sebagai ruang tunggu yang nyaman bagi pengunjung *showroom*, pengelompokan zoning yang teratur. Pada gambar 5.5 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Kemudian terdapat beberapa kekurangan pada alternatif 1 lantai 2 yaitu, Area privat dan area publik memiliki jarak yang dekat, ruang rapat dan ruang tunggu mempunyai jarak yang cukup dekat.

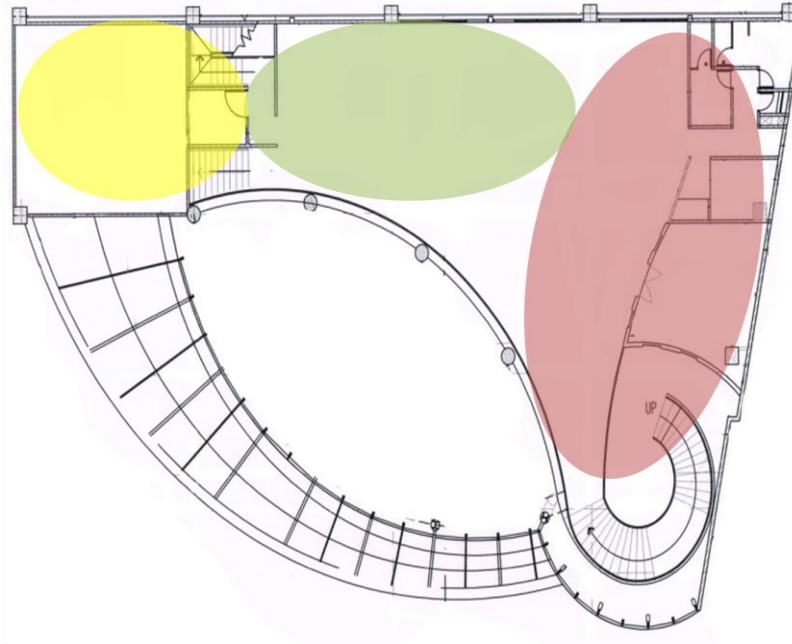


Gambar 5.5. Zoning dan Grouping Alternatif 1 Lantai 2

#### 5.9.5. Lantai 2 Alternatif 2

Dapat dianalisa pada alternatif 2 lantai 2 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Terdapat beberapa kelebihan pada alternatif 2 ini yaitu, mempunyai pembagian area yang cukup sama besarannya, pembagian zoning yang pas sehingga antara cafe, ruang tunggu dan ruang rapat mempunyai ukuran yang pas. Pada gambar 5.6 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Kekurangan pada alternatif 2 ini yaitu, area semi privat menjadi luas sehingga fungsi lantai 2 sebagai fasilitas menunggu menjadi hilang dimana cafe merupakan fasilitas tambahan yang diberikan dan bukan menjadi fungsi utama lantai 2, area cafe menjadi lebih luas sehingga menghilangkan fungsi dari lantai 2 itu sendiri sebagai ruang tunggu dan cafe sebagai fasilitas tambahan.

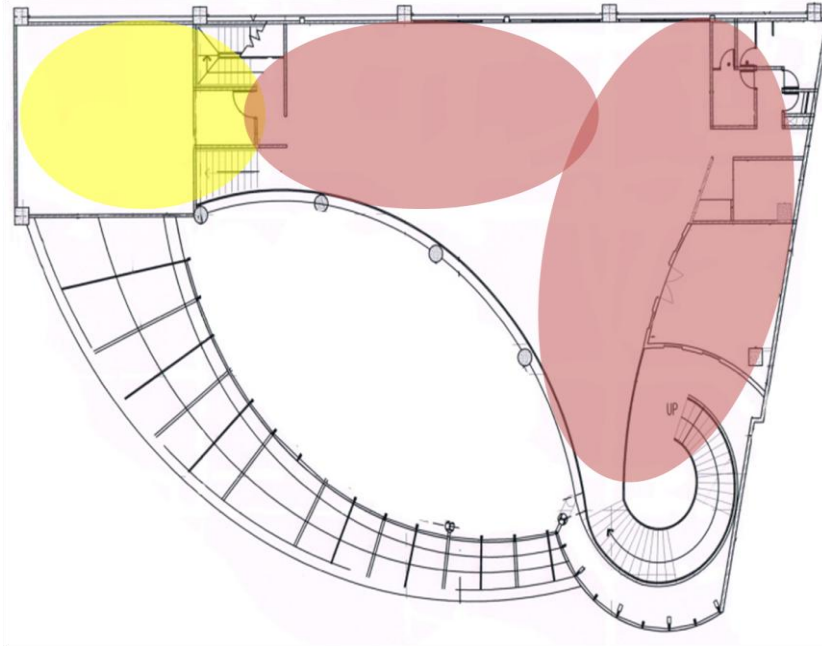


Gambar 5.6. Zoning dan Grouping Alternatif 2 Lantai 2

### 5.9.6. Lantai 2 Alternatif 3

Dapat dianalisa pada alternatif 3 lantai 2 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan pada alternatif 3 ini yaitu, area publik menjadi luas sesuai dengan tujuan dan fungsi utama ruangan lantai 2, ruang tunggu menjadi luas dengan menghilangkan area cafe sebagai area tambahan. Pada gambar 5.7 menjelaskan warna merah merupakan area publik, kuning merupakan area privat.
- Kemudian kekurangan dari alternatif 3 ini yaitu, tidak ada area semi privat yang membatasi antara area privat dan area public, area publik yang terlalu luas sehingga akan terlalu berlebihan jika digunakan sebagai area menunggu, jarak antara ruang tunggu dan ruang rapat menjadi sangat dekat, area menunggu dan area smoking room menjadi sangat luas sehingga akan mengurangi fasilitas lainnya yang akan didesain.

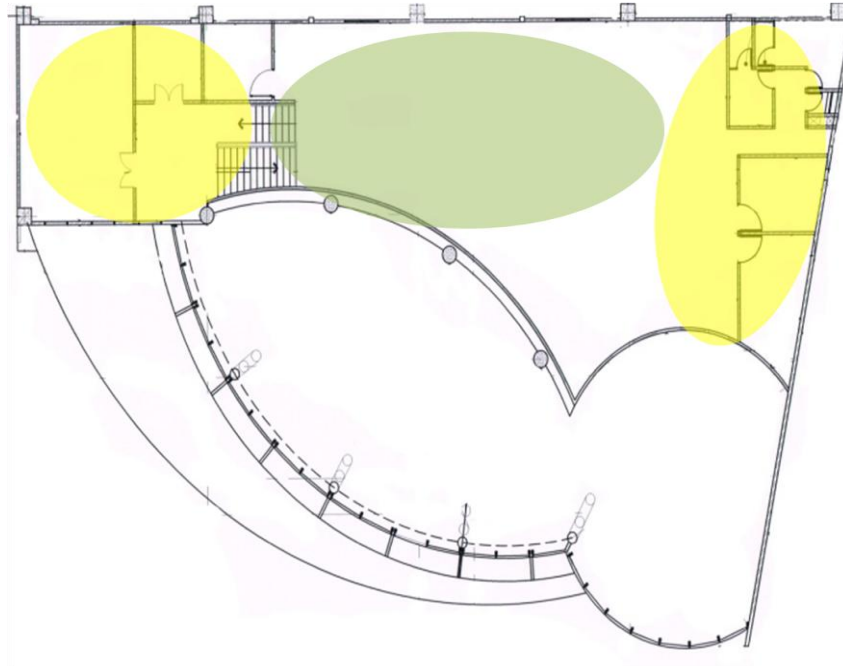


Gambar 5.7. Zoning dan Grouping Alternatif 3 Lantai 2

### 5.9.7. Lantai 3 Alternatif 1

Dapat dianalisa pada alternatif 1 lantai 3 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan pada alternatif 1 ini yaitu, mempunyai area semi privat yang cukup luas dimana tempat kerja para staff PT. Mahakam Berlian Samjaya, area privat terletak dipaling ujung dimana jauh dari tingkat kebisingan, pembagian area yang pas karena akan memberikan kenyamanan kerja bagi para staff, tidak ada area publik karena lantai 3 merupakan kantor dari PT. Mahakam Berlian Samjaya, mempunyai kerja antara staff dan pimpinan yang cukup luas PT. Mahakam Berlian Samjaya, area pimpinan dan ruang rapat terletak dipaling ujung dimana jauh dari tingkat kebisingan, pembagian area yang pas karena akan memberikan kenyamanan kerja bagi para staff, tidak ada area publik karena lantai 3 merupakan kantor dari PT. Mahakam Berlian Samjaya. Pada gambar 5.8 menjelaskan warna kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.

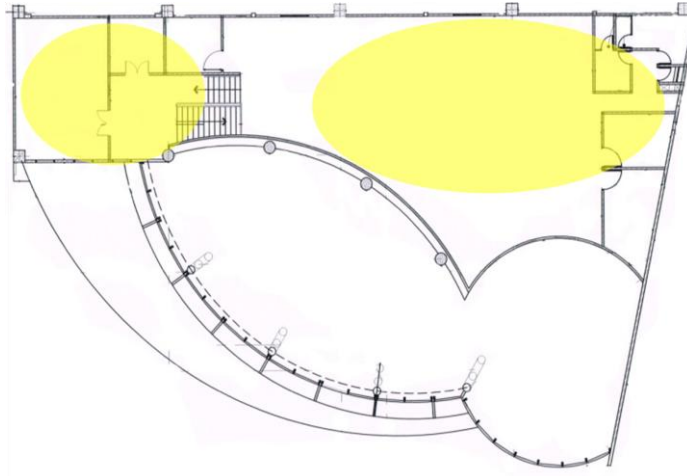


Gambar 5.8. Zoning dan Grouping Alternatif 1 Lantai 3

#### 5.9.8. Lantai 3 Alternatif 2

Dapat dianalisa pada alternatif 2 lantai 3 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan pada alternatif 2 ini yaitu, mempunyai area privat yang luas sehingga sangat cocok dijadikan sebagai kantor, mempunyai area kerja yang luas sehingga sangat cocok dijadikan sebagai kantor. Pada gambar 5.9 menjelaskan warna kuning merupakan area privat.
- Kekurangan pada alternatif 2 ini yaitu, tidak ada area semi privat sehingga para staff yang bekerja akan merasa tidak nyaman karena mereka akan merasa tertekan ketika bekerja, tidak ada area semi privat sehingga para staff yang bekerja akan merasa tidak nyaman karena mereka akan merasa tertekan ketika bekerja.

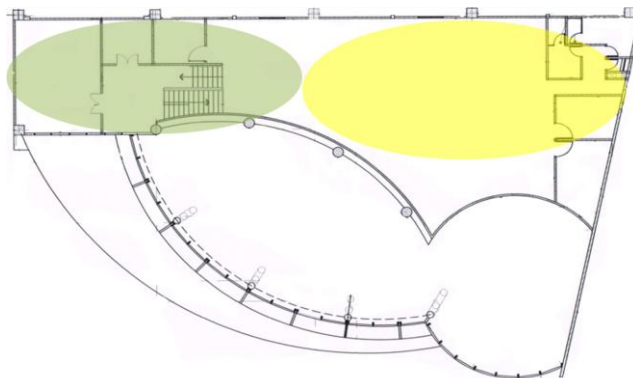


Gambar 5.9. Zoning dan Grouping Alternatif 2 Lantai 3

### 5.9.9. Lantai 3 Alternatif 3

Dapat dianalisa pada alternatif 3 lantai 3 mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- Kelebihan pada alternatif 3 lantai 3 ini yaitu, pembagian antara area privat dan area semi privat cukup baik, pembagian antara area privat dan area semi privat cukup baik. Pada gambar 5.10 menjelaskan warna kuning merupakan area privat, hijau merupakan area semiprivat.
- Kekurangan pada alternatif 3 lantai 3 ini yaitu, area semi privat menjadi lebih luas sehingga area rapat akan menjadi tidak privat dimana seharusnya ruang rapat merupakan ruang privat, area semi privat menjadi lebih luas sehingga area rapat akan menjadi tidak privat dimana seharusnya ruang rapat merupakan ruang privat.



Gambar 5.10. Zoning dan Grouping Alternatif 3 Lantai 3