

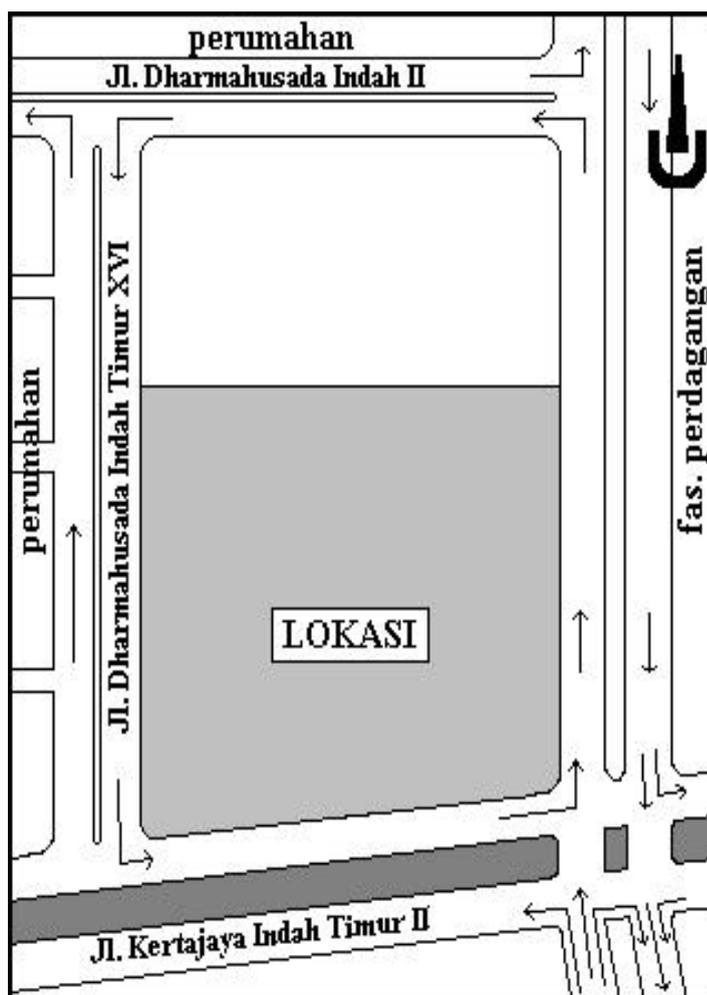
2. TINJAUAN DATA

2.1. Data Fisik Tapak dan Bangunan

Lokasi di Jalan Kertajaya Indah II (depan Mal Galaxy) ini termasuk dalam Unit Pengembangan Sukolilo, berdasarkan pada arahan Master Plan Surabaya 2000 dan pengaturan tata guna lahan oleh pengembang maka kawasan ini diperuntukan bagi fasilitas umum.

Jalan utama, yaitu jalan Kertajaya Indah II merupakan *Inner Open Space* yang lebar menunjang keberadaan kawasan.

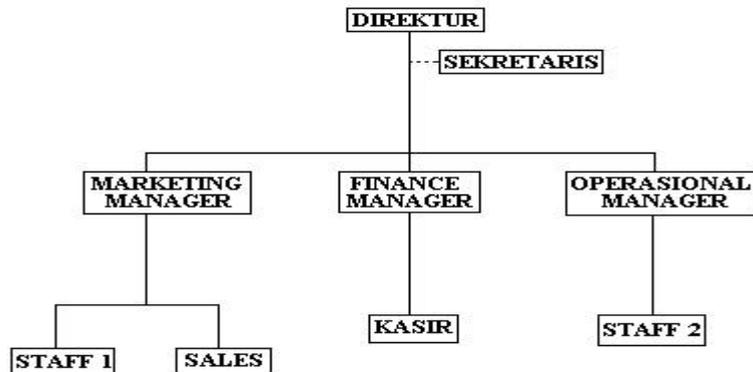
Bangunan KONI dan Mal Galaxy di sebelah selatan dan timur lokasi, menjadi landmark dan diharapkan terjadi interaksi di kawasan ini.



Gbr. 2.1 Peta Lokasi

2.2. Data Pemakai

2.2.1 Struktur Organisasi Pemakai



Bagan 2.1 Struktur Organisasi

2.2.2. Pola Aktivitas Pemakai

| NO | JABATAN | AKTIVITAS PEKERJAN |
|----|-------------------------|---|
| 1 | Direktur | <ul style="list-style-type: none"> • Mengatur semua aktivitas kerja bawahan • Pemegang kekuasaan • Mengawasi perkembangan pekerjaan |
| 2 | Sekretaris | <ul style="list-style-type: none"> • Membantu pekerjaan direktur • Mengatasi segala macam bentuk surat-menyurat • Penyalur semua aktivitas pekerjaan ke direktur |
| 3 | Marketing Manager | <ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan segala sesuatu tentang penjualan barang • Mengatur strategi pemasaran produk |
| 4 | Staff Marketing Manager | <ul style="list-style-type: none"> • 6 Staff bagian ruang pamer, melayani para pengunjung, memberikan informasi produk. |

| | | |
|---|---------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 2 Staff bagian penjualan produk, melakukan penjualan kepada klien. (R. Resepsionis) • 2 Staff bagian desain, mengerjakan desain-desain ban yang diinginkan klien. Informasi penggunaan ban pada mobil klien.(R. Desain) |
| 5 | Sales | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penjualan produk ban diluar daerah. • Pekerjaan dibawah kekuasaan Marketing Manager. |
| 6 | Finance Manager | <ul style="list-style-type: none"> • Mengatur pembukuan. • Mengatur kerja para kasir. |
| 7 | Kasir | <ul style="list-style-type: none"> • Menerima uang hasil penjualan produk dari klien. • Memberikan uang ke Finance Manager. |
| 8 | Operasional Manager | <ul style="list-style-type: none"> • Mengatur segala kegiatan pekerjaan di ruang mekanik. • Mengawasi pekerjaan para teknisi dan karyawan-karyawan. |
| | Staff Operasional | <ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan bagian mekanik seperti spring ballancing dan pemasangan ban. • Pengambilan barang |

Tabel 2.1. Pola Aktivitas Pemakai

2.2.3. Latar Belakang Perilaku Pemakai

Pengunjung : mengingat usianya yang beragam maka untuk latar belakangnya pun juga berbeda. Pada dasarnya menunggu merupakan hal yang sering dilakukan.

Anak – anak : memiliki rasa ingin tahu yang besar sehingga mobilitasnya juga cukup besar. Terkadang terkesan semua barang yang ada digunakan untuk bermain.

Remaja : mulai memiliki ketertarikan di bidang otomotif tapi kurang memiliki dasar sehingga menimbulkan banyak pertanyaan-pertanyaan. Mulai dari alat-alat yang digunakan sampai dengan bagaimana cara memasangnya.

Dewasa : ada 2 macam kategori. Pertama , sudah memahami otomotif. Kedua, tidak/kurang memahami otomotif. Perilakunya juga berbeda. Kategori yang pertama akan lebih ke arah negosiasi dan kualitas bahan atau aksesorisnya. Lain halnya dengan kategori kedua. Kategori kedua akan seperti remaja tapi lebih berani ke arah negosiasi.

Hasil survey yang dilakukan pada toko model ban Bridgestone Jaya Abadi, analisa pengunjung toko ban tersebut dapat dikelompokan menurut jenis kelamin dan umur, antara lain adalah :

Pemuda pria : Para modifikator (18-30 Tahun)

Pemuda biasa (18-30 Tahun)

Orang tua pria : Para Modifikator (30-50 Tahun)

Orang Tua biasa (30-60 Tahun)

Wanita : Muda (20-30 Tahun)

Tua (35-40 Tahun)

2.3 Data Literatur

2.3.1. Ban

Perlu diketahui salah satu dari perlengkapan mobil yang sangat penting adalah ban, karena tanpa ban mobil tidak dapat berjalan dan oleh karena itu peranan ban adalah sangat penting. Ban terbuat dari karet dan rangkaian kawat yang menyatu dengan karet ban itu sendiri, karet ban tersebut dipadukan dengan velg untuk ukurannya berbeda-beda tergantung dari besar velg yang digunakan.

Ban adalah bagian mobil yang juga perlu perawatan. Di mobil, ban mempunyai peran yang sangat besar, selain untuk menyangga berat mobil juga memberikan cengkaman yang baik di permukaan jalan. Dalam hal ini kenyamanan, ban mempunyai peranan yang besar, pemakaian yang salah akan menurunkan kenyamanan bahkan faktor keselamatan pun ikut terganggu.

Dalam penggunaan ban perlu memperhatikan beberapa hal mulai dari perawatan hingga teknis penggantian ban. Seperti halnya mesin, ban perlu dipelihara dengan baik. Dan dalam memilih ban harus diperhitungkan pula faktor keselamatan.

Banyak pemakai kendaraan yang menyepelekan perawatan ban, padahal apalah artinya mesin dengan tenaga besar tanpa ban.

Ada dua jenis komponen mobil, pertama yang bisa diperbaiki dan komponen sekali pakai tetap memerlukan perawatan. Ban adalah salah satu dari suku cadang sekali pakai tersebut.

(Majalah Info Toko Model, Edisi ke X, 1998, hal 18)

2.3.2. Bridgestone

Bridgestone didirikan pada tahun 1962 di Kodaira Tokyo. Bridgestone sendiri telah membuka pabrik baru untuk memproduksi komponen-komponen film dengan *hi-performance*, karet dan plastik. Pabrik tersebut terletak di Iwata, propinsi Shizuoka, merupakan pabrik ke-15 di Jepang dan yang ke-4 yang melakukan diversifikasi produk. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, pabrik ini merupakan pabrik baru yang benar-benar dibangun.

Film dengan *hi-performance* yang di produksi di Iwata mencakup juga komponen untuk *photovoltaic solar cells*. Komponen-komponen karet dan plastik meliputi rollers dan komponen lain untuk mesin fotocopy dan printer.

Produk-produk tersebut memperjelas posisi Bridgestone dalam menerjuni bisnis komponen untuk peralatan atau perlengkapan elektrik dan elektronik. Bisnis ini telah tumbuh dengan pesat dan menjadi salah satu sumber yang penting dalam penjualan dan pendapatan.

Tahun-tahun belakangan ini Bridgestone telah lebih memfokuskan pada diversifikasi produk yang mempunyai nilai tinggi dengan tingkat pertumbuhan yang potensial. Pendirian pabrik di Iwata adalah langkah paling mutakhir dalam menyiasati usaha tersebut.

Pada bulan Januari 2000, Bridgestone telah membeli sebuah pabrik di Cina yang memproduksi ban radial untuk mobil penumpang dan mobil niaga kecil dari perusahaan Korea Kumho Industrial Co.,Ltd. Hal ini merupakan langkah lanjutan dari pembelian pabrik di Cina yang memproduksi ban untuk mobil dan truk pada bulan Juli 1999.

Pada bulan Januari 2000 juga, pabrik Bridgestone di Poznan Polandia, telah memulai produksinya. Pabrik tersebut memproduksi ban radial untuk mobil penumpang, termasuk juga produksi ban dengan *hi-performance*, untuk konsumen Eropa. (Majalah Info Toko Model, Edisi ke XIII, 2000, hal 8)

Jenis ban yang diproduksi Bridgestone adalah:

- Potenza RE711, Potenza 50/55

suatu teknologi ban dasar yang inovatif dengan teknologi AQ DONUTS (*Advanced Quality Driver Oriented New ultimate Tire Science*) sebagai pengembangan dari teknologi DONUTS melalui peluncuran produk terbarunya yaitu Potenza RE711 yang memberikan kinerja tenaga tarik, pemeliharaan dan system rem yang mengagumkan di atas permukaan kering maupun basah, bahkan dengan teknologi E.P.O. (*Extended Performance optimisation*) memberikan kinerja yang konsisten dalam kondisi kering dan basah setelah ban aus.

- Turanza ER60, ER 51

Turanza ER60 dirancang khusus dengan menggunakan teknologi AQ DONUTS yang menjamin konsistensi kinerja ban meskipun telah aus 50%. Berkat adanya dua lapisan tread Turanza ER60 tetap mampu mencengkeram prima pada jalan basah maupun kering serta menekan tingkat kebisingan telapak ban. Turanza ER60 juga memiliki stabilitas pengendalian yang tinggi, baik di jalan lurus maupun di tikungan.

- TECHNO 350 Premium
- REGNO S390, GR 5000, ER 50, S-02

Data ukuran ban yang diperoleh dari hasil *survey* adalah

| UKURAN BAN YANG TERSEDIA | UKURAN RIM | BEBAN MAX (Kg) | DIAMETER TOTAL (mm) | LEBAR TOTAL (mm) |
|--------------------------|------------|----------------|---------------------|------------------|
| 185/ 60 R13 80 H ER60AZ | 5.50B | 450 | 554 | 191 |
| 205/ 60 R13 87 H ER60AZ | 6.00B | 545 | 578 | 211 |
| 185/ 60 R14 82 H ER60AZ | 5½JJ | 475 | 580 | 191 |
| 195/ 60 R14 86 H ER60AZ | 6JJ | 530 | 592 | 203 |
| 205/ 60 R14 89 H ER60AZ | 6JJ | 580 | 578 | 211 |
| 195/ 60 R15 88 H ER60AZ | 6JJ | 560 | 617 | 203 |
| 205/ 60 R15 91 H ER60AZ | 6JJ | 615 | 629 | 211 |

Tabel 2.2. Data Ukuran Ban

2.3.3. Ruang Pamer

Pengertian dari ruang pamer itu sendiri adalah

Ruangan yang berfungsi memamerkan sesuatu sehingga dapat dilihat atau diperhatikan (Drs. Peter Salim, Modern English Press, 1990, 75). Melihat keadaan di Indonesia yang lebih mirip di Jepang maka sepertinya rancangan toko di Indonesia kebanyakan kerkiblat ke Jepang. Maklum kebanyakan tempatnya tidak terlalu luas. Ternyata walau beberapa hal memang telah dibuat standar, seperti papan nama dengan rancangan yang khas dengan warna tertentu, tapi untuk tata letak toko antara satu negara dengan yang lainnya berbeda sekali.

Bisa dilihat bagaimana ban ditempatkan di dalam toko. Yang pasti semuanya mengarah pada kemudahan bagi pelanggannya mencari informasi

yang diperlukan. Informasi bias disampaikan dalam berbagai cara, seperti melalui layar monitor, brosur, bahkan di Amerika pelanggan bias langsung dilayani oleh petugas khusus.

Display gaya Jepang padat dan Informatif. Pelanggan dituntun langsung pada apa yang bias diperoleh. Kesan yang diberikan semua serba cepat. Tidak buang waktu. Lain dengan orang Asia di luar Jepang. Toko ban di Timur Tengah berkesan seadanya. Di beberapa sisi ciri khas tetap tampil. Toko masih berkesan toko jaman *baheula*. Amerika yang serba luas dicurahkan pula pada rancangan toko-toko ban disana. begitu masuk semua terlihat lapang. Tidak banyak pernik-perniknya. Untuk memudahkan konsumen mereka menyediakan staff khusus yang telah dilengkapi peralatan peraga yang memadai.

(Majalah Info Toko Model, Edisi ke XI, 1999, 13-15).

2.3.4. Organisasi Ruang

Organisasi ruang pada dasarnya terdiri dari 5 macam, yaitu:

1. terpusat
2. linear
3. radial
4. clister
5. grid

Sedangkan pada ruang pameran ini menggunakan organisasi ruang linear, dimana organisasi ruang ini memiliki banyak keuntungan yang salah satunya adalah semua produk yang dipamerkan dapat terlihat semua oleh pengunjung.

Organisasi ruang linear biasanya terdiri dari ruang-ruang yang berulang, mirip dalam hal ukuran, bentuk dan fungsi. Dapat juga terdiri dari ruang-ruang linear yang diorganisir menurut panjangnya sederetan ruang-ruang yang berbeda ukuran, bentuk atau fungsi. Dalam kedua kasus diatas, tiap-tiap ruang di sepanjang deretannya memiliki hubungan dengan ruang luar (DK Ching, 1991, 214). Bentuk organisasi linear dengan sendirinya *fleksibel* dan cepat

tanggap terhadap bermacam-macam kondisi tapak. Bentuk ini bisa mengadaptasi adanya perubahan-perubahan topografi, mengitari suatu daerah berair atau sekelompok pohon-pohon, atau mengarahkan ruang-ruangnya supaya memperoleh sinar matahari dan pemandangan. Bentuknya dapat lurus, bersegmen, atau lengkung. Konfigurasinya bisa horizontal sepanjang tapaknya, atau diagonal menaiki suatu kemiringan atau berdiri tegak sebagai sebuah menara.

(DK Ching, 1991, 215)

2.3.5 Bentuk Dasar Ruang

Bentuk adalah terminologi yang kita gunakan untuk menjelaskan kontur dan struktur keseluruhan dari suatu volume. Bentuk spesifik suatu volume ditentukan oleh bentuk-bentuk dan interelasi antara garis-garis dan bidang-bidang yang membentuk batas-batas volume tersebut (DK Ching, 1996, 100). Untuk mencapai sesuatu yang menarik untuk dilihat, maka dalam menggabungkan unsur-unsur bentuk tertentu haruslah tepat. Hal itu mencakup suatu hubungan dari bentuk-bentuk yang sama memiliki suatu nilai yang lebih besar dibanding nilai yang dihasilkan hubungan bentuk-bentuk yang tidak sama (DK Ching, 1996, 77).

Kesan yang ditimbulkan dari bentuk modern adalah bentuk ini biasanya dihubungkan dengan bentuk-bentuk sederhana dan kaku. Pola sederhana berciri keteraturan, sederhana dan kerapian geometri. Desain ini menampilkan hubungan khusus bagi perpaduan yang seimbang antara latar depan dan latar belakang, warna dan bentuk. Desain modern dihubungkan dengan bentuk-bentuk yang halus, tanpa tekstur, fungsional, teliti dan mengkilap. Penekanan pada bentuk horizontal, vertikal, diagonal, serta bentuk sederhana yang sempurna dari persegi, lingkaran dan segitiga.

(Berry, Susan & Martin, Judy, 1991,80)

2.3.6. Sirkulasi

Sirkulasi pada area ruang pameran ini menggunakan pola sirkulasi linear, dimana pada pola linear ini memiliki banyak keuntungan yang salah satunya adalah semua produk yang akan dipamerkan dapat terlihat oleh para pengunjung.

Jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir yang utama untuk satu deretan ruang-ruang sebagai tambahan, jalan dapat melengkung atau terdiri atas segmen-segmen, memotong jalan lain, bercabang-cabang, membentuk kisaran (loop).

(DK Ching, 1991, 271).

Bentuk sebuah ruang sirkulasi bisa bermacam-macam menurut bagaimana:

- Batas-batasnya ditentukan.
- Bentuknya dikaitkan dengan bentuk ruang yang dihubungkan.
- Kualitas skala, proporsi, cahaya dan pemandangan dipertegas.
- Terbukanya jalan masuk kedalamnya.
- Perannya terhadap perubahan ketinggian lantai dengan tangga dan tanjakan.

(DK Ching, 1991, 286)

2.3.7 *Layout*

Dalam perencanaan layout ruang pameran diperlukan tinjauan tentang aktifitas manusia di dalam ruang yang akan direncanakan sehingga layout yang akan dibuat dapat memenuhi kebutuhan pengguna ruang. Pada umumnya perencanaan layout diawali dengan pertimbangan fungsi dan item-item yang dibutuhkan dalam menunjang aktifitas (John F. Pile, 1995, 54). Sedangkan penyusunan letak *furniture* dilakukan dengan pertimbangan yang seksama dari pokok-pokok permasalahan *zoning*, bentuk kegiatan, dan ukuran gerak.

(Ken Sunarko, 1995).

2.3.8. Plafond

Plafond adalah pembentuk ruang yang merupakan penutup bagian atas. Kesan utama adalah adanya tinggi rendah ruang. Berfungsi juga sebagai bidang penempatan lampu, peletakan AC, *sprinkler head*.

(John F. Pile, 1995).

2.3.9. Pencahayaan

Metode untuk pencahayaan untuk suatu ruang pameran Bridgestone ini adalah cahaya aksen, dimana bentuk dari pencahayaan lokal yang menciptakan titik fokus atau pola-pola ritme dari cahaya dan kegelapan dalam ruang. Bukan hanya berfungsi menyinari suatu tempat atau aktifitas tertentu, pencahayaan aksen juga dapat digunakan untuk mengurangi aksen monoton dari penerangan umum, menonjolkan keistimewaan ruang tersebut, atau menerangi obyek seni atau benda koleksi berharga lainnya.

(DK Ching, 1996, 128)

2.3.10. Warna

Warna pada ruang pameran ini sangatlah penting karena pada ruang ini warna yang ditimbulkan harus sesuai dengan apa yang terdapat pada perumusan masalah. Warna dapat dipakai untuk mengubah dimensi ruang tampak nyata, membuat ruangan yang tinggi menjadi rendah, atap yang rendah menjadi tinggi, membuat ruangan yang sempit menjadi lapang. Permainan warna dapat membantu membangun imajinasi, meningkatkan, untuk menarik dan menangkap perhatian (Geck, Francis J., 1977, 11).

Kesan yang ditimbulkan oleh warna modern adalah warna yang cenderung dihubungkan dengan kombinasi warna yang bersih dan lugas. Warna-warna yang tajam dengan penekanan warna merah, kuning, hijau, dan biru dengan kombinasi hitam, putih atau perak

yang dibatasi dalam pembagian bentuk geometri yang sederhana akan membentuk desain modern.

(Berry, Susan & Martin, Judy, 1991,80)