

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Mobil JDM (Japanese Domestic Market) merupakan istilah dari mobil-mobil yang hanya diperjual belikan dan dikhususkan untuk masyarakat Jepang. seluruh *parts* dan standarnya menyesuaikan syarat khusus otomotif Jepang. Kultur JDM hadir pada era 70' dan populer pada era 80', 90' sampai 00'. Pada perkembangannya kultur ini mempunyai beberapa aliran gaya karena bentuk mobil-mobil yang mempunyai ciri khas dan digemari oleh anak muda di Jepang. Memiliki ciri mobil yang beragam, mulai dari gaya *Wide Body*, *Low Rider*, *Unique & Street and Weird Tuner*, dll., sampai pada akhirnya hadir beberapa istilah nama pengayaan mobil, mulai dari Rocket Bunny, Bosuzoku, Veil Side, dll. dan ilegal *drifting*, *time-attack*, *drag race* yang menjadi liar dan menjamur di jalanan, dan menjadi kultur jalanan yang dikenal masyarakat Jepang.

Maka lahirlah beberapa acara besar dan perkumpulan pecinta mobil JDM di Jakarta, seperti JDM Run yang merupakan jalan-jalan bersama menggunakan mobil JDM yang mereka punya, *Drifting Competition*, kontes modifikasi terbaik, dan beberapa acara rutin seperti *Sunday Morning Ride* bersama atau *Car Meet*. Mobil-mobil tersebut yang dipakai dan cukup populer dan masih relevan sampai sekarang seperti Toyota Supra, Nissan GT-R, Nissan Silvia, Honda Civic, Toyota Corolla, Toyota Starlet, dll.

JDM sangat erat dengan dunia balap dan modifikasi, berambisi menjadi yang terbaik dan memiliki spesifikasi yang bagus, penggemar mobil banyak menghabiskan waktunya di *workshop* atau bengkel mobil komunitasnya untuk berkumpul, *sharing*, dan memperbaiki mobilnya. Fenomena kultur mobil JDM ini terus berkembang dan setiap hari-nya aktivitas di dalam bengkel terus berjalan, namun dari banyak bengkel dan *workshop* yang ada, masih banyak elemen interior yang belum diperhatikan sehingga berimbas terhadap kenyamanan dan penunjang aktivitas pengguna dan konsumen didalamnya. Mulai dari beberapa penataan interior yang kurang baik, fasilitas yang masih kurang lengkap, kualitas pencahayaan dan penghawaan yang belum baik, serta area *workshop* yang rentan kotor. Sehingga dibutuhkan sebuah perancangan desain baru yang melihat dari aspek kekurangan dari *workshop* atau bengkel yang sudah ada di Jakarta.

Pada sebuah perancangan *workshop* dengan fasilitas yang lengkap dapat memberikan kenyamanan atas seluruh pengguna, konsumen dan komunitas di dalamnya, dan berpotensi menjadi pusat perkumpulan para pecinta mobil JDM. Dicapai dengan pengolahan ruangan dan kebutuhan yang lengkap secara interior yang berkaitan dengan aktivitas seluruh pengguna *workshop*. Dengan adanya desain baru pada sebuah *workshop*, diharapkan dapat mewadahi fenomena dari pecinta kultur mobil tersebut, memberikan kenyamanan pada pengguna di dalamnya dengan teknik pengolahan interior yang tepat sampai aspek keamanan yang lebih diperhatikan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Pokok permasalahan yang didapat dengan hasil survey lapangan dan wawancara sebelum merancang *workshop* mobil domestik Jepang merupakan:

1. Belum tersalurkannya wadah untuk para komunitas pecinta mobil JDM
  - Kurangnya daya tarik dari segi interior untuk para komunitas dan pecinta untuk datang ke *Workshop* maupun galeri mobil JDM di Jakarta Selatan
2. Kebutuhan ruang yang belum memenuhi standar
  - Area *Workshop* sering kali terlihat kumuh dan kotor sehingga tidak memberikan keluasaan dan kelancaran kerja para mekanis
  - Belum tersedianya area beristirahat atau berkumpul untuk para komunitas ataupun pecinta mobil JDM yang pada umumnya senang untuk berkumpul
  - Area penjualan spare part sering sekali tidak tertata dengan rapih
  - Minimnya area penyimpanan spare part dan penataan furniture yang kurang baik
  - Kurangnya furniture penunjang para teknisi untuk membantu menyervis mobil
3. Persyaratan ruang umum yang belum terpenuhi dan optimal
  - Pencahayaan yang minim, belum merata dan belum sesuai dengan standar *workshop* sehingga belum mendukung aktivitas para teknisi
  - Sistem penghawaan yang buruk seperti ventilasi yang menyebabkan area *workshop* mudah kotor dan bau, dan menyebabkan para mekanis dan pengunjung tidak nyaman
  - Sistem akustik area *workshop* yang kurang memadai sehingga mengakibatkan suara bising yang tidak kondusif

- Sistem keamanan area workshop yang belum memadai, dari segi pemilihan material dan penempatan alat keamanan yang tersedia
4. Tingkat kelayakan keamanan dan kenyamanan belum tercipta
- Pemilihan dan jumlah furniture yang belum menyesuaikan kapasitas para pengguna sehingga berimbas kepada kenyamanan para pengunjung

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dengan Identifikasi masalah yang sudah disebutkan, terbentuklah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menciptakan kebutuhan ruang yang optimal pada sebuah *speciality workshop & showroom*?
2. Bagaimana cara untuk memberikan kenyamanan dan tata interior penunjang aktivitas para pengunjung dan mekanis di workshop?
3. Bagaimana cara menciptakan penataan *layout dan furniture* yang baik untuk menciptakan alur dan kenyamanan pada sebuah workshop?
4. Bagaimana cara menciptakan daya tarik terhadap workshop yang dirancang agar pengunjung tertarik untuk mengunjungi?

### **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

Berdasarkan perumusan masalah yang didapat, maka disimpulkan tujuan dan sasaran dari perancangan ini, yaitu:

#### **1.4.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk memberikan pengalaman ruang baru serta memberi daya tarik tersendiri terhadap desain yang dirancang pada sebuah *Speciality Workshop & Showroom* pecinta kultur otomotif JDM.

#### **1.4.2 Sasaran Perancangan**

Berdasarkan tujuan perancangan yang didapat, maka dapat dijabarkan menjadi beberapa poin mengenai sasaran dari perancangan ini, yaitu:

1. Penciptaan kebutuhan ruang yang optimal untuk kebutuhan para pengunjung dan mekanis, diterapkan pada pemilihan furniture yang modular dan *storage build in* yang berfungsi memberikan efektivitas dan efisiensi pada penyimpanan storage.
2. Selain itu mengolah kembali kekurangan yang terdapat di area workshop, mulai dari pencahayaan, penghawaan dan keamanan yang lebih baik.
3. Memberikan ruang penunjang baru yang dibutuhkan berdasarkan aktivitas para pengguna seperti café, retail dan area *exhibition*.
4. Memberikan pengalaman ruang baru kepada para pecinta otomotif Jepang dan modifikasi yang diterapkan pada konsep ruangan multifungsi yang berfungsi memberikan budaya produktif dan kolaboratif yang berhubungan dengan seni kultur dan budaya otomotif dan mendorong terjadinya interaksi sosial antar pengguna.

### 1.4.3 Batasan Perancangan

Dalam batasan perancangan untuk Workshop Mobil Japanese Domestic Market terdapat batasan perancangan yang merupakan:

#### a. Identitas Proyek

- Nama Proyek: Speciality Workshop Mobil Japanese Domestic Market
- Fungsi Utama: Reparasi & Galeri mobil para pecinta mobil JDM
- Lokasi: Jl. Kramat Pela Raya, No.31, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
- Luas perancangan interior:  $\pm 2068m^2$
- Batas Perancangan :

#### **Public:**

- Workshop
- Showroom
- Auto Salon
- Resepsionis
- Cafe
- Waiting Room
- Auto Shop / Retail

#### **Semi Private:**

- VIP Room

#### **Private:**

- Area Kantor
- Ruang Mekanis & Teknisi
- Parts Warehouse
- Gudang

**Servis:**

- Mushola
- Toilet

#### **1.4.4 Lokasi dan Luasan Perancangan**

Lokasi dari proyek perancangan berada di Jakarta Selatan tepatnya di Jl. Kramat Pela Raya, No.31, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Bangunan kepemilikan Showroom TDA Toys ini total 6 lantai.

#### **1.4.5 Status Proyek**

Proyek perancangan *workshop* mobil domestik Jepang ini merupakan *new design* yang mengutamakan kelengkapan fasilitas dengan menganalisa kekurangan *workshop* yang sudah ada di Jakarta, selain itu dilatar belakangi oleh respon tingginya kegemaran kultur modifikasi dan pecinta mobil JDM di Indonesia khususnya di Jakarta Selatan.

### **1.5 Manfaat Perancangan**

#### **1.5.1 Masyarakat**

Manfaat yang didapat oleh masyarakat dari perancangan ini yaitu untuk memberikan fasilitas *Workshop* yang layak dan nyaman dari yang ada saat ini dengan di-desainnya *Workshop* khusus mobil Japanese Domestic Market.

#### **1.5.2 Komunitas**

Manfaat yang didapat untuk sebuah komunitas pecinta kultur mobil JDM adalah sebagai wadah untuk *custom and service*, jual-beli, *car meet* & lokasi berkumpul, retail yang berfungsi sebagai perantara pemesanan *parts & merch* mobil-mobil mereka. Tentunya mereka adalah bagian dari masyarakat yang dapat merasakan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan.

### 1.5.3 Institusi

Manfaat untuk institusi sendiri yaitu untuk menambahkan wawasan, daftar pustaka, dan kajian perancangan Workshop sebagai acuan mahasiswa.

### 1.5.4 Keilmuan Interior

Menambahkan wawasan dan referensi dalam perancangan sebuah Workshop dan Showroom kedepannya.

### 1.5.5 Penulis

- Sebagai salah syarat kelulusan mata kuliah program studi Desain Interior Telkom University, Bandung.
- Dapat menambah wawasan dalam hal perancangan sebuah *speciality workshop dan showroom* mobil untuk para penggemar mobil ber-komunitas.
- Dapat belajar untuk memecahkan masalah yang terdapat di perancangan interior melalui ide dan gagasan yang dirancang.

## 1.6 Metode Perancangan

Dalam proses perancangan *speciality workshop Mobil Japanese Domestic Market*, terdapat tahapan metode yang dilakukan, seperti:

### 1.6.1 Observasi Daring & Jurnal

Tahapan pertama yang dilakukan merupakan observasi melalui internet, dikarenakan kondisi kota yang sedang *lockdown* akibat pandemi covid-19. Observasi alur dan unsur yang berada di sebuah *Workshop* dan fenomena yang ada disekitar atau yang akan diangkat untuk perancangan.

- **Survey Lapangan**

Survey yang dilakukan merupakan kunjungan ke beberapa workshop/bengkel dan showroom untuk menanyakan alur dan aktivitas dari sebuah workshop dan showroom.

- **Observasi**

Observasi yang dilakukan merupakan pengamatan langsung dengan tujuan mengetahui kondisi dan elemen-elemen penting dari sebuah workshop dan showroom mobil.

- **Wawancara**

Proses wawancara dilakukan dengan salah satu pihak pengelola Workshop yang berada di Jakarta Selatan guna mengetahui aktivitas yang ada.

- **Kuisisioner Daring**

Kuisisioner daring diakses melalui situs web Google Form, guna mengetahui informasi dan respon masyarakat terhadap sebuah workshop dan showroom.

### 1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan metode pengumpulan data yang sudah diperoleh dari beberapa sumber yang terkait.

- **Studi Literatur**

Studi literatur diperoleh dari berbagai sumber, diantaranya adalah:

- Buku Human Dimension
- Buku Time Saver
- Buku Data Arsitek
- Planning Basics for Dealership
- Design Constrain in Auto Showroom

- **Studi Banding**

Studi banding dilakukan dengan membandingkan proyek dengan beberapa workshop dan showroom komunitas, yaitu:

- Mazda, Meguro, Japan
- Type One, Spoon HQ, Yokohama, Japan
- Mooneyes Area 1, Yokohama, Japan

### 1.6.3 Programming

Programming dilakukan dengan beberapa metode seperti membuat hubungan antar ruang, zoning – blocking dan kebutuhan ruang dengan tujuan dapat menganalisa secara spesifik data setiap ruangan.

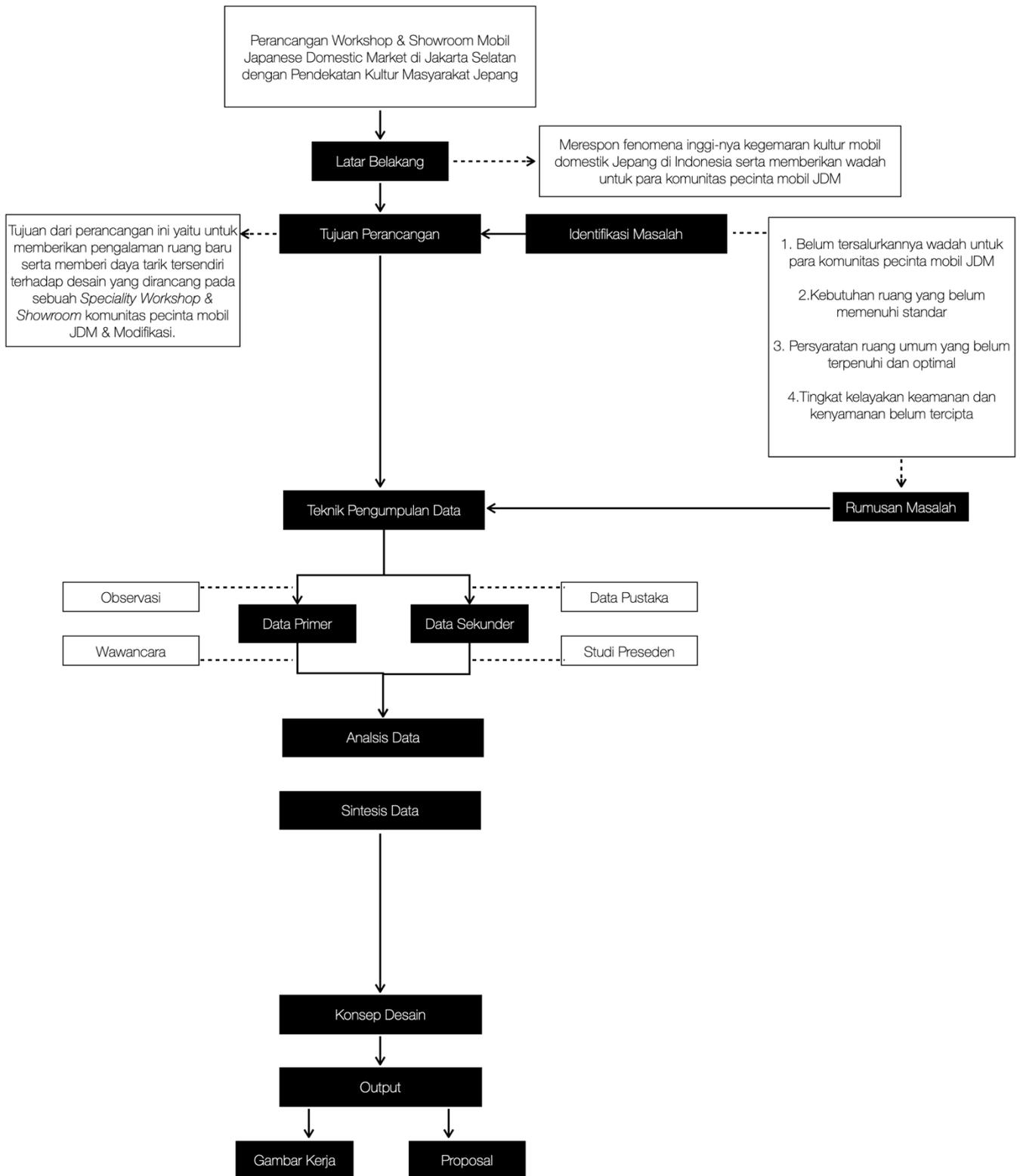
#### **1.6.4 Tema dan Konsep**

Tema dan konsep yang ditentukan akan berpengaruh penting sesuai dengan kebutuhan dan penyesuaian dari permasalahan yang didapat pada proyek perancangan.

#### **1.6.5 Hasil Akhir**

Hasil akhir yang dikeluarkan berupa gambar kerja dari desain yang sudah dikerjakan menggunakan beberapa software seperti Autocad, Sketchup, Enscape dan Adobe Photoshop.

## 1.7 Kerangka Berpikir



Tabel 1.1. Kerangka Berpikir  
(sumber: Data Pribadi)