

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>Halaman peruntukan</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR BAGAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Sasaran	3
1.4.1 Tujuan	3
1.4.2 Sasaran	4
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Perancangan.....	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Perancangan	5
1.7.1 Studi primer.....	5
1.7.2 Studi sekunder.....	5
1.7.3 Analisis masalah dan <i>problem solving</i>	5
1.7.4 Penyusunan programming desain	5
1.7.5 Penentuan pendekatan desain.....	6
1.7.6 Pemutusan konsep desain.....	6
1.7.7 Pengembangan desain	6
1.7.8 Pembuatan gambar kerja	6

1.8 Kerangka Berpikir	7
1.9 Pembaban	8
BAB II KAJIAN LITERATUR	10
2.1 Definisi Proyek.....	10
2.1.1 Judul Perancangan.....	10
2.2 Klasifikasi Proyek	11
2.2.1 Dealer	11
2.1.2 Volkswagen.....	14
2.3 Standardisasi Proyek	17
2.3.1 Showroom	17
2.3.2 Ruang Fasilitas Informasi	25
2.3.3 Ruang Fasilitas Konsultasi	26
2.3.4 Ruang Fasilitas untuk Anak	27
2.3.5 Ruang Fasilitas Penjualan Aksesoris	27
2.3.6 Ruang Fasilitas <i>Lounge</i>	28
2.3.7 Area Bengkel.....	30
2.3.8 Area Gudang	31
2.3.9 Area Kantor	32
2.3.10 Area Kasir	35
2.3.11 Area <i>Pantry</i>	36
2.3.12 Standar <i>Dealer/Showroom</i> Volkswagen	36
2.3.13 Aturan Volkswagen.....	51
2.4 Pendekatan Desain	51
2.4.1 Definisi Identitas <i>Brand</i>	51
2.4.2 Elemen Identitas <i>Brand</i>	52
2.4.3 Identitas <i>Brand</i> sebagai Media Promosi	54
2.4.4 Elemen Pendukung.....	55
2.4.5 Visual Merchandising	58
2.4.6 Studi Preseden.....	58
BAB III ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS DATA.....	62
3.1 Analisis Studi Banding.....	62

3.1.1 Dealer VW Jakarta (PT. Wangsa Indra Permana).....	62
3.1.2 Dealer VW PIK (PT Wolfsburg Auto Indonesia).....	68
3.1.3 Dealer VW Kashyap New Delhi.....	76
3.1.4 Tabel Komparasi Hasil Studi Banding.....	81
3.1.5 Rangkuman Analisis Studi Banding	90
3.1.6 Tabel Komparasi Studi Preseden	91
3.2 Deskripsi Proyek Perancangan.....	96
3.2.1 Tentang Dealer VW Bandung	96
3.2.2 Tagline dan Visi dan Misi.....	97
3.2.3 Logo dan Identitas Volkswagen dalam Frame Putih.....	98
3.2.4 Produk yang Dijual	99
3.2.5 Layanan Fasilitas pada Dealer.....	99
3.3 Analisis Data	99
3.3.1 Analisis Site.....	99
3.3.2 Analisis Bangunan Eksisting.....	102
3.3.3 Analisis Alur Aktivitas Pengguna	120
3.3.4 Analisis Kebutuhan Ruang dan Hubungan antar Ruang.....	123
3.3.5 Analisis Zoning Blocking	126
3.3.6 Analisis Material	128
3.3.7 Analisis Bentuk dan Warna.....	130
3.3.8 Analisis Keamanan.....	131
3.3.9 Analisis Pengkondisian Ruang.....	132
3.3.10 Analisis Fasilitas Disabilitas	132
BAB IV KONSEP PERANCANGAN INTERIOR.....	133
4.1 Tema Perancangan dan Suasana yang diharapkan.....	133
4.2 Konsep Perancangan	134
4.2.1 Konsep Organisasi Ruang dan Lay Out Furniture.....	135
4.2.2 Konsep Visual	138
4.2.3 Konsep Pencahayaan.....	142
4.2.4 Konsep Penghawaan	142
4.2.5 Konsep Akustik.....	143
4.2.6 Konsep Furniture	143

4.2.7	Konsep Keamanan	144
4.2.8	Konsep Fasilitas Disabilitas	146
4.2.9	Konsep Pendekatan	146
4.2.10	Konsep Pendukung Pendekatan	148
4.3	Pemilihan Denah Khusus	149
4.3.1	Konsep Visual	150
4.3.2	Konsep Teknis	158
4.4	Visualisasi Sebelum dan Sesudah Perancangan	161
BAB V KESIMPULAN		166
5.1	Kesimpulan Aplikasi Konsep terhadap Perancangan	166
5.2	Kontribusi Perancangan	166
5.2.1	Kontribusi bagi Ilmu Pengetahuan Dasar Interior	166
5.2.2	Kontribusi bagi Institusi dan Masyarakat	166
5.3	Keterbatasan dan Wacana Pengembangan Desain Lebih Lanjut	167
DAFTAR PUSTAKA		168