

BAB III

ELABORASI TEMA

3.1. PENGERTIAN TEMA

“Connectivity Space” merupakan sebuah tema yang di angkat dalam perancangan Toyota Automobile Museum Center ini. “*Connectivity*” memiliki arti dalam bahasa indonesia “*Konektivitas*” sedangkan “*Space*” berarti “*ruang*”. Ruang yang saling terkoneksi (terhubung) antar ruang lainnya sehingga menciptakan ketermudahan dalam pencapaian aksesibilitas, sirkulasi, dan komposisi permainan ruang sehingga memberikan keserasian, harmonis dan saling berkaitan secara keseluruhan.

3.2. INTEPRPRETASI TEMA

Dalam penerapan tema ke dalam sebuah rancangan perlu adanya keterhubungan dengan kesan yang akan diberikan kedalam desain tersebut. Dari studi kasus yang di angkat pada perancangan Toyota Automobile Museum Center ini tema “*Connectivity space*” dihubungkan dengan kebutuhan fungsi ruang. Dimana fungsi sebuah museum bukan hanya saja sebagai wadah atau tempat dipamerkannya benda-benda bersejarah saja namun pada penyelesaian solusi ke dalam tema perancangan kali ini menyikapi fungsi aktivitas ruang bisnis dan aktivitas entertain / hiburan, sehingga menciptakan tri-fungsi yang dinamis dan saling terhubung antar fungsi ruang satu sama lain.

AKTIVITAS EDUKASI



Aktivitas Edukasi diangkat sebagai konteks dari isi museum itu sendiri , pengunjung ketika datang ke Toyota Automobile Museum Center diberikan pengalaman ruang yang sangat menarik. Bukan hanya bercerita tentang pameran kendaraan secara fisik saja, namun dalam aktivitas edukasi ruang pameran dibuat dengan pengalaman visual berbasis teknologi digital informasi.

Disini juga pengunjung diberikan demonstrasi simulasi salah satu proses produksi industri mobil Adanya Mini factory, Spray Simulation, 3D VR simulation dan masih banyak lainnya. Belajar sambil bermain kesan museum yang membosankan kini berubah menjadi suatu aktivitas berwisata otomotif yang menyenangkan.



AKTIVITAS BISNIS

Aktivitas bisnis merupakan skenario dari tujuan perusahaan toyota terhadap masyarakat luas. Selain memberikan nilai edukasi, toyota mendirikan museum ini bertujuan untuk investasi kedepannya, dimana ketika masyarakat atau pengunjung museum yang datang ke Toyota Automobile Museum melihat kualitas produk toyota baik pemahaman secara filosofi dan experience diharapkan produk toyota menjadi brand image di hati masyarakat luas.

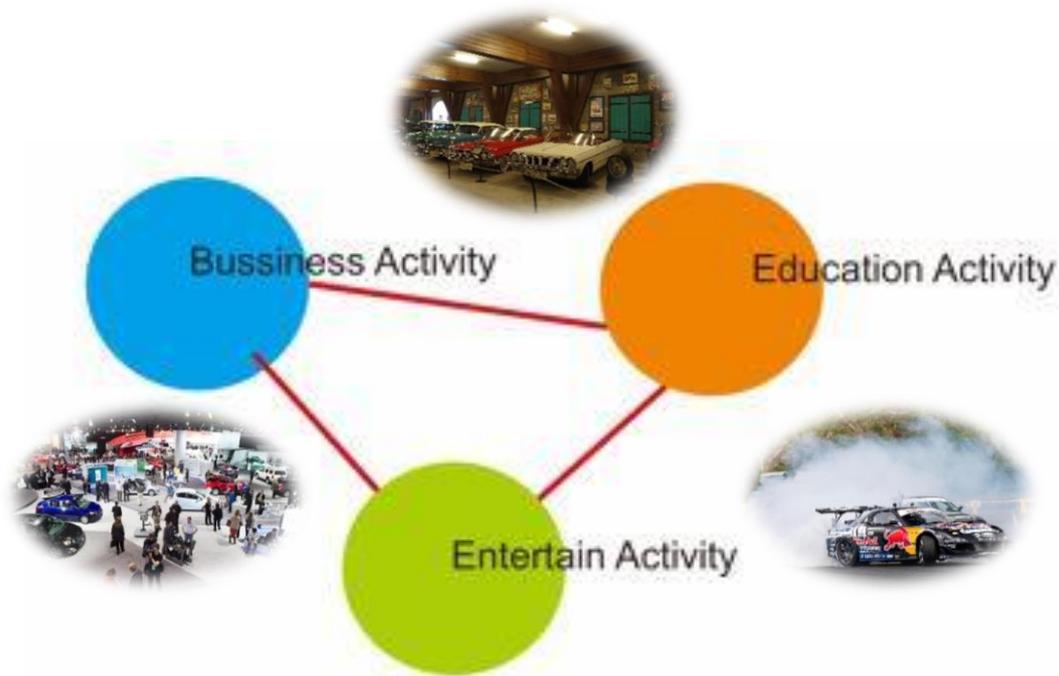
Adanya marketing galeri di museum menjadi media promosi untuk mengenalkan produk-produk baru yang hadir di pasaran industri otomotif indonesia. Dengan di angkatnya komunitas mobil ke permukaan menjadikan daya tarik dari museum ini. Ruang perkumpulan disediakan sebagai solusi menghimpun pecinta otomotif khususnya merek toyota.



AKTIVITAS ENTERTAIN

Aktivitas hiburan yang berada di Toyota Automobile Museum Center berwawasan teknologi dan inovasi yang penuh dengan pilihannya baik hiburan dengan merasakannya cinema teknologi VR, driving simulation, game stations hingga aktivitas berkendara langsung di areana lintasan berkendara. Pengunjung dapat merasakan pengalaman ruang serta aksi menarik lainnya.

Sasarannya tidak terbatas untuk umur semua generasi diberikan pilihan kunjungan aktivitas hiburan menarik di dalam maupun luar museum.



Gambar 3.1 Intepretasi Tema “ Connectivity Space”

3.3. STUDI BANDING TEMA SEJENIS

Studi banding yang di angkat dengan tema sejenis perlu dijadikan set plot yang menarik untuk direplikasikan ke dalam desain dan elemen-elemen arsitektural. Untuk itu berikut perihal studi banding bangunan dengan tema sejenis. Dari tema perancangan museum otomotif yang akan di desain di ambilah salah satu contoh bangunan museum yang dirasa sesuai kriteria yakni museum mercedez benz di jerman.

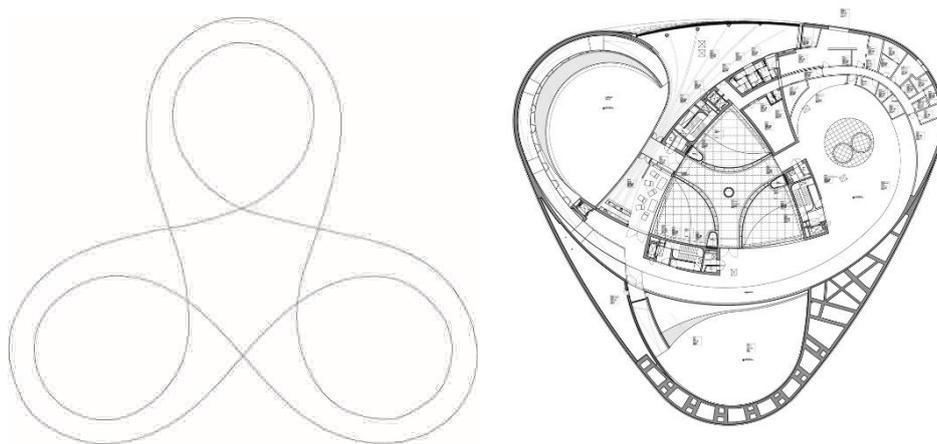


Gambar 3.2 Tampak Bangunan Museum Mercedes Benz
 Sumber : <https://www.mercedes-benz.com>

Mercedez Benz Museum

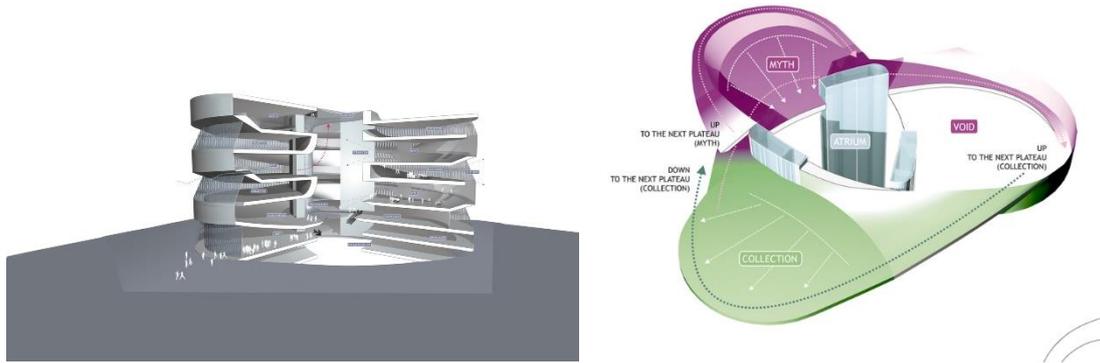
| | |
|--------------|--------------------------------------|
| Arsitek | : UNStudio (Ben Van Berkel) |
| Lokasi | : Stuttgart, Jerman |
| Luas Area | : 35.000 m ² |
| Fase Proyek | : Terbangun |
| Tahun Proyek | : 2006 |
| Klien | : DaimlerChrysler Immobilien, Berlin |

Museum ini memiliki desain yang sangat menarik dan memaksimalkan ruangan menjadi lebih sinergis. Konektivitas antar ruang yang saling terhubung dengan balutan konsep yang menceritakan historikal dari benz and partner menciptakan maha karyanya hingga menjadikan meredez benz sebagai pabrikan raksasa otomotif di dunia.

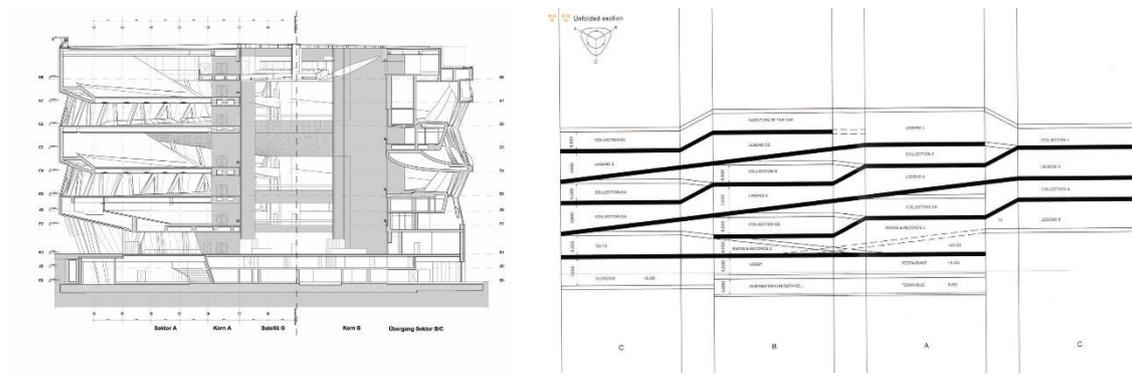


Gambar 3.3 Konsep Gubahan massa
Sumber : <https://www.unstudio.com>

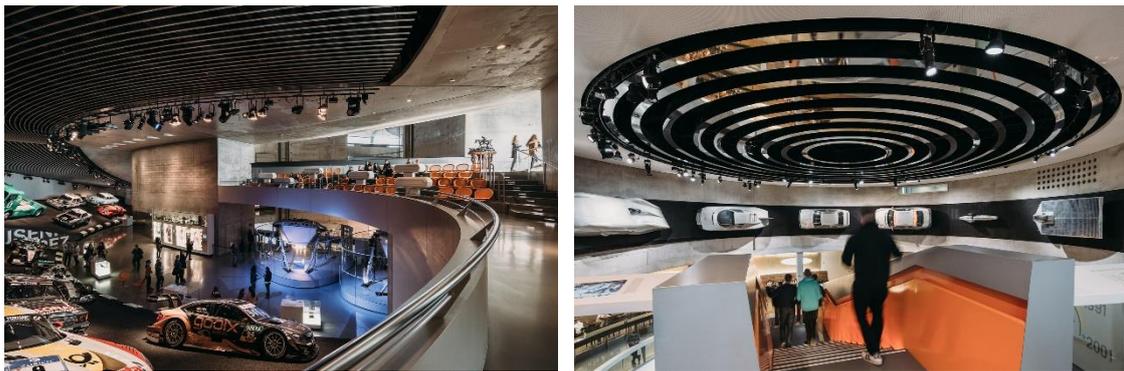
Dari konsep gubahan massa dibuat bentuk geometrik dengan struktur double helix. Bentuk bangunan seperti di twist / diputar. Gubahan massa dikondisikan sesuai pembagian zonasi ruang guna menciptakan fungsi dari masing-masing ruangan baik zona pengelola dan servis maupun zona ruang pameran dan komersil. Bentuk ini memaksimalkan orientasi view massa dari luar ke dalam dan begitu pula sebaliknya.



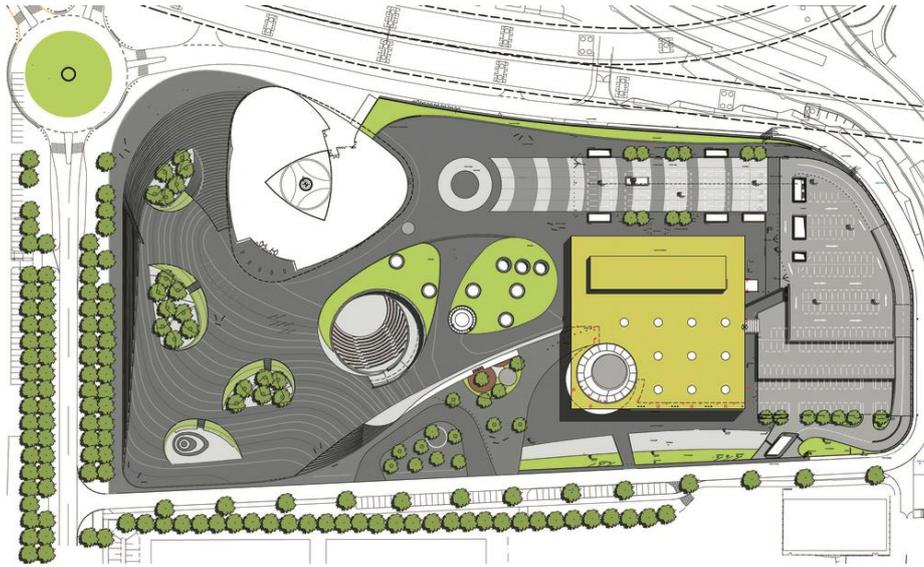
Gambar 3.4 Sirkulasi dan zonasi
 Sumber : <https://www.unstudio.com>



Gambar 3.5 Potongan Bangunan
 Sumber : <https://www.unstudio.com>



Gambar 3.5 Interior Bangunan Museum Mercedes Benz
 Sumber : <https://www.mercedes-benz.com>



Gambar 3.7 Site plan museum mercedes benz
Sumber : <https://www.unstudio.com>

Site plan pada bangunan museum mercedes benz dibuat dengan memaksimalkan kondisi lahan sebesar 35.000 m². seluruh aktivitas ruangan di museum ini saling terkoneksi dan terhubung dengan baik. Dimana terdapat gedung parkir , amfiteater terbuka, plaza untuk acara gathering komunitas dan beberapa ruang utilitas lainnya yang saling terkoneksi dengan bangunan museum.