

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	III
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG BUSINESS PLAN .....	IV
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG PROYEK AKHIR.....	V
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	VI
UCAPAN TERIMA KASIH.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR BAGAN.....	XX
DAFTAR TABEL.....	XXI
DAFTAR SINGKATAN.....	XXIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXV
BAB 1. LV STUDIO .....	1
1.1. RINGKASAN EKSEKUTIF .....	1
1.1.1. Ringkasan.....	1
1.1.2. Visi .....	4
1.1.3. Misi.....	4
1.2. GAMBARAN USAHA.....	5
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan.....	5
1.2.2. Fase Usaha .....	6
1.2.3. Perolehan Modal .....	11
1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha .....	12
1.2.5. Inovasi Usaha.....	14
1.3. ANALISA LINGKUNGAN BISNIS .....	16
1.3.1. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i> .....	16
1.3.1.1. <i>Suppliers and Other Value Chain Actors</i> .....	16
1.3.1.2. <i>Stakeholder</i> .....	18
1.3.1.3. <i>Competitor (Incumbents)</i> .....	21
1.3.1.4. <i>New Entrants (Insurgents)</i> .....	27
1.3.1.5. <i>Substitute Products and Services</i> .....	30
1.3.2. <i>Market Forces</i> .....	32
1.3.2.1. <i>Market Issues</i> .....	32

1.3.2.2. <i>Market Segment</i> .....	36
1.3.2.3. <i>Needs and Demand</i> .....	42
1.3.2.4. <i>Switching Cost</i> .....	45
1.3.2.5. <i>Revenue Attractiveness</i> .....	47
1.3.3. <i>Key Trends</i> .....	48
1.3.3.1. <i>Technology Trends</i> .....	48
1.3.3.2. <i>Regulatory Trends</i> .....	56
1.3.3.3. <i>Societal and Cultural Trends</i> .....	57
1.3.3.4. <i>Socio Economic Trends</i> .....	62
1.3.4. <i>Macro Economic Forces</i> .....	65
1.3.4.1. <i>Global Market Condition</i> .....	65
1.3.4.2. <i>Capital Market</i> .....	69
1.3.4.3. <i>Commodity and Other Resources</i> .....	71
1.3.4.4. <i>Economic Forces</i> .....	75
1.3.5. <i>Model Bisnis</i> .....	76
1.3.5.1. <i>Value Proposition</i> .....	76
1.3.5.2. <i>Customer Relationship</i> .....	78
1.3.5.3. <i>Customer Segment</i> .....	79
1.3.5.4. <i>Channel</i> .....	81
1.3.5.5. <i>Key Activities</i> .....	83
1.3.5.6. <i>Key Partner</i> .....	88
1.3.5.7. <i>Key Resources</i> .....	89
1.3.5.8. <i>Cost Structure and Revenue Stream</i> .....	94
<b>BAB 2. PERANGANCAN ARSITEKTUR INTERIOR TOKO DMP MUSIK</b> .....	<b>100</b>
2.1. <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>100</b>
2.1.1. <b>Judul Perancangan</b> .....	<b>100</b>
2.1.2. <b>Latar Belakang Permasalahan</b> .....	<b>102</b>
2.1.3. <b>Perumusan Masalah</b> .....	<b>103</b>
2.1.4. <b>Tujuan Perancangan</b> .....	<b>104</b>
2.1.5. <b>Manfaat Perancangan</b> .....	<b>104</b>
2.1.5.1. <b>Manfaat Teoretis</b> .....	<b>104</b>
2.1.5.2. <b>Manfaat Praktis</b> .....	<b>104</b>
2.1.6. <b>Ruang Lingkup Perancangan</b> .....	<b>105</b>
2.2. <b>TINJAUAN DATA LAPANGAN</b> .....	<b>106</b>
2.2.1. <b>Data Proyek</b> .....	<b>106</b>
2.2.1.1. <b>Tinjauan Umum Toko DMP Musik</b> .....	<b>107</b>
2.2.1.2. <b>Tinjauan Khusus Toko DMP Musik</b> .....	<b>109</b>
2.2.1.3. <b>Data Tapak Toko DMP Musik</b> .....	<b>111</b>
2.2.1.4. <b>Data Pengguna Toko DMP Musik</b> .....	<b>124</b>
2.2.1.5. <b>Aspek Pembentuk Ruang Toko DMP Musik</b> .....	<b>124</b>
2.2.2. <b>Data Tipologi</b> .....	<b>126</b>
2.2.2.1. <b>Data Tipologi Victor McMahon <i>Music Centre</i></b> .....	<b>126</b>
2.3. <b>TINJAUAN LITERATUR</b> .....	<b>138</b>
2.3.1. <b>Batasan-batasan Perancangan</b> .....	<b>138</b>
2.3.2. <b>Perbedaan Definisi</b> .....	<b>138</b>
2.3.2.1. <b>Definisi Toko Alat Musik</b> .....	<b>138</b>

2.3.2.2. Definisi Sekolah Musik .....	139
2.3.2.3. Definisi <i>Sense of Place</i> .....	139
2.3.3. Sistem Pelayanan dalam Toko DMP Musik .....	139
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior.....	140
2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang.....	140
2.3.4.2. Lantai .....	144
2.3.4.3. Dinding .....	144
2.3.4.4. Plafon.....	145
2.3.4.5. Furnitur .....	145
2.3.4.6. Sistem Penghawaan .....	146
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan.....	147
2.3.4.8. Sistem Akustik .....	150
2.3.4.9. Sistem Keamanan .....	151
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran .....	152
2.3.4.11. Sistem Plambing.....	154
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal .....	155
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi.....	155
2.3.4.14. Sistem Teori dan Aplikasi Warna.....	156
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi .....	158
2.4. ANALISIS DATA .....	161
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai.....	161
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang .....	163
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang.....	164
2.4.4. Hubungan Antar Ruang .....	168
2.4.5. Besaran Ruang .....	169
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruang .....	177
2.4.7. Analisa Tapak .....	180
2.5. KONSEP DAN APLIKASI.....	200
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan.....	200
2.5.1.1. Definisi Dunia Musik .....	202
2.5.1.2. Definisi <i>Open Space</i> .....	202
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi.....	203
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang .....	208
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup.....	211
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior .....	215
2.5.6. Konsep Aplikasi <i>Finishing</i> pada Interior.....	217
2.5.7. Konsep Aplikasi <i>Sense of Place</i> pada Fasad Bangunan.....	217
2.5.8. Konsep Aplikasi <i>Sense of Place</i> pada Bentuk Ruang .....	218
2.5.9. Konsep Aplikasi Pendukung <i>Sense of Place</i> .....	221
2.5.10. Konsep Aplikasi Sistem Pendukung Lainnya.....	224
2.5.10.1. Sistem Pencahayaan.....	224
2.5.10.2. Sistem Penghawaan .....	225
2.5.10.3. Sistem Akustik .....	226
2.5.10.4. Sistem Keamanan .....	228
2.5.10.5. Sistem Proteksi Kebakaran .....	229
2.5.10.6. Sistem Plambing.....	229

2.5.10.7. Sistem Sirkulasi Vertikal .....	230
2.5.10.8. Sistem Mekanikal, Elektrikal dan Teknologi Informasi.....	230
BAB 3. PENUTUP .....	231
3.1. KESIMPULAN .....	231
3.2. SARAN.....	232
DAFTAR PUSTAKA.....	234
LAMPIRAN.....	239

