

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1. Ruana Design	1
1.1. Ringkasan Eksekutif	1
1.1.1. Latar belakang dan ringkasan usaha	1
1.1.2. Visi.....	2
1.1.3. Misi	2
1.2. Gambaran Usaha	3
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan	3
1.2.2. Fase Usaha	4
1.2.3. Perolehan Modal	11
1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha	11
1.2.5. Inovasi Usaha.....	12
1.3. Analisa Lingkungan Bisnis	13
1.3.1. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i>	13
1.3.1.1. Suppliers and other value chain actors.....	13
1.3.1.2. <i>Stakeholder</i>	17
1.3.1.3. Competitor (Incumbents)	21
1.3.1.4. New Entrants (Insurgents)	25
1.3.1.5. Substitute Products and Services	25
1.3.2. <i>Market Forces</i>	26
1.3.2.1. <i>Market Issues</i>	26

1.3.2.2. <i>Market Segment</i>	28
1.3.2.3. <i>Needs and Demand</i>	30
1.3.2.4. <i>Switching Cost</i>	31
1.3.2.5. <i>Revenue Attractiveness</i>	32
1.3.3. <i>Key Trends</i>	32
1.3.3.1. <i>Technology Trends</i>	32
1.3.3.2. <i>Regulatory Trends</i>	33
1.3.3.3. <i>Societal and Cultural Trends</i>	37
1.3.4. <i>Macro-Economic Forces</i>	38
1.3.4.1. <i>Global Market Condition</i>	38
1.3.4.2. <i>Economic Infrastructure</i>	39
1.3.5. <i>Kesimpulan</i>	39
1.3.5.1. <i>Masalah dan Peluang</i>	39
1.3.5.2. <i>Inovasi Usaha, targeting market</i>	40
1.4. <i>Model Bisnis</i>	41
1.4.1. <i>Ringkasan model bisnis</i>	41
1.4.2. <i>Value Proposition</i>	42
1.4.3. <i>Customer Relationship</i>	43
1.4.4. <i>Customer Segment</i>	43
1.4.5. <i>Channel</i>	43
1.4.6. <i>Key Activities</i>	44
1.4.7. <i>Key Partner</i>	47
1.4.8. <i>Key Resources</i>	47
1.4.9. <i>Cost Structure and Revenue Stream</i>	48
BAB 2. PERANGANCAN INTERIOR KANTOR SEWA & KAFE	51
2.1. <i>Pendahuluan</i>	51
2.1.1. <i>Judul Perancangan</i>	51
2.1.2. <i>Latar Belakang Permasalahan</i>	51
2.1.3. <i>Perumusan Masalah</i>	54
2.1.4. <i>Tujuan Perancangan</i>	54
2.1.5. <i>Manfaat Perancangan</i>	55

2.1.5.1. Manfaat Teoretis	55
2.1.5.2. Manfaat Praktis	55
2.1.6. Ruang Lingkup Perancangan	55
2.2. Tinjauan Data Lapangan	56
2.2.1. Data Proyek.....	56
2.2.1.1. Data Tapak Grand Fullerton.....	59
2.2.1.2. Data Pengguna Grand Fullerton.....	62
2.2.1.3. Aspek Pembentuk Ruang Grand Fullerton	63
2.2.2. Data Tipologi	63
2.2.2.1. Data Tipologi Olka Office / Habif Architects	63
2.2.2.2. Data Tipologi ES Office / Saransh	66
2.2.2.3. Data Tipologi Scenic Adviseement Offices / Feldman Architecture	69
2.3. Tinjauan Literatur.....	72
2.3.1. Batasan-batasan Perancangan	72
2.3.1.1. Definisi Kantor Sewa	72
2.3.1.2. Definisi Kafe	73
2.3.1.3. Definisi Human-Centered Design	74
2.3.2. Sistem Pelayanan dalam Grand Fullerton.....	75
2.3.3. Pendekatan Perancangan Grand Fullerton	75
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Arsitektur/Arsitektur Interior.....	76
2.3.4.1. Selubung Bangunan	76
2.3.4.2. Tata Letak dan Organisasi Ruang	77
2.3.4.3. Ruang Dalam.....	78
2.3.4.4. Struktur	79
2.3.4.5. Sistem Penghwaan	79
2.3.4.6. Sistem Pencahayaan	80
2.3.4.7. Sistem Akustik	80
2.3.4.8. Sistem Keamanan.....	81
2.3.4.9. Sistem Proteksi Kebakaran	81
2.3.4.10. Sistem Plambing	82
2.3.4.11. Sistem Sirkulasi Vertikal	82

2.3.4.12. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi	83
2.3.4.13. Sistem Pendukung Lain (jika ada)	84
2.3.5 Antropometri dan Ergonomi	85
2.4. Analisa	89
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai	89
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang	96
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang	97
2.4.4. Hubungan Antar Ruang	97
2.4.5. Besaran Ruang	98
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan	101
2.4.7. Analisa Tapak	102
2.5. Konsep dan Aplikasi	105
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan	105
2.5.2. Konsep Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi	107
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang	107
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup	108
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior	108
2.5.6. Konsep Aplikasi Finishing pada Interior	108
BAB 3. PENUTUP	108
3.1. Kesimpulan	108
3.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110