

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I	
HALAMAN PENGESAHAN	II	
KATA PENGANTAR	III	
ABSTRAKSI	IV	
DAFTAR ISI	V	
DAFTAR TABEL	X	
DAFTAR GAMBAR	XI	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	BATASAN PENGERTIAN JUDUL	1
1.2	LATAR BELAKANG PERMASALAHAN	2
1.2.1	Perkembangan usaha furniture di Yogyakarta.	2
1.2.2	Kebutuhan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture di Yogyakarta Sebagai Wadah Kegiatan Promosi Produk Furniture ...	2
1.2.3	Perlunya perwujudan Karakter Atraktif, Informatif, dan Rekreatif pada Ruang Promosi dan Penampilan Bangunan ..	3
1.3	PERMASALAHAN	4
1.3.1	Permasalahan umum	4
1.3.2	Permasalahan khusus	4
1.4	TUJUAN DAN SASARAN	5
1.4.1	Tujuan Umum dan Khusus	5
1.4.2	Sasaran Umum dan Khusus	6
1.5	LINGKUP PEMBAHASAN	6
1.5.1	Pembahasan Non Arsitektural	6
1.5.2	Pembahasan Arsitektural	6
1.6	METODOLOGI	6
1.6.1	Pengumpulan Data	6
1.6.2	Analisis	7
1.6.3	Sintesa	7
1.6.4	Kesimpulan	7
1.7	SISTEMATIKA PENULISAN	8

1.8	KEASLIAN PENULISAN	9
1.9	DIAGRAM POLA PIKIR	10

**BAB II TINJAUAN USAHA FURNITURE DAN PERKEMBANGANNYA DI
YOGYAKARTA SERTA KAJIAN TEORITIS RUANG PROMOSI ,
KARAKTER ATRAKTIF, INFORMATIF, REKREATIF.**

2.1	KAJIAN FAKTUAL USAHA FURNITURE DAN POTENSI KEGIATAN PROMOSI DI YOGYAKARTA.	11
2.1.1	Perkembangan Usaha Furniture di Yogyakarta	11
2.1.2	Kondisi Fasilitas Ruang Promosi Furniture di Yogyakarta	11
2.1.3	Kajian Fasilitas Ruang Promosi (Interior) dan Penampilan bangunan (Eksterior) Usaha Furniture di Yogyakarta	12
2.1.4	Potensi Kegiatan Promosi Furniture di Yogyakarta	12
2.1.5	Potensi Pengunjung Kegiatan Promosi Furniture di Yogyakarta.	12
2.2	KAJIAN TEORITIS FUNGSI, DESAIN, BENTUK, BAHAN DAN DIMENSI FURNITURE	13
2.2.1	Perkembangan fungsi furniture.	13
2.2.2	Perkembangan desain furniture.	13
2.2.3	Perkembangan bentuk dan bahan furniture.	14
2.2.4	Dimensi furniture	15
2.3	KAJIAN TEORITIR RUANG PROMOSI FURNITURE.	15
2.3.1	Hubungan ruang terhadap furniture	15
2.3.2	Bentuk Promosi, Pelaku kegiatan dan macam kegiatan pada pusat promosi dan perdagangan furniture.	16
2.3.2.1	Bentuk Promosi	16
2.3.2.2	Pelaku kegiatan	17
2.3.2.3	Macam kegiatan	17
2.3.3	Persyaratan standard ruang promosi furniture.	18
2.3.3.1	Sirkulasi	18
2.3.3.2	Pengkondisian udara	19
2.3.3.3	Pencahayaan	20
2.3.3.4	Proteksi kebakaran	22

2.3.3.5	Sistem jaringan utilitas	22
2.3.3.6	Sistem Struktur	22
2.3.5	Tata Ruang Dalam Promosi (Interior).	23
2.3.6	Penampilan Bangunan (Eksterior).	23
2.4	Kajian Teoritis Karakter Atraktif, Informatif, dan Rekreatif	24
2.4.1	Kriteria sebagai Pedoman Penentu Atraktif	24
2.4.2	Kriteria sebagai Pedoman Penentu Informatif	25
2.4.3	Kriteria sebagai Pedoman Penentu Rekreatif	26

BAB III ANALISIS DAN PENDEKATAN KONSEP PUSAT PROMOSI FURNITURE

3.1	PENENTUAN LOKASI PUSAT PROMOSI DAN PERDAGANGAN FURNITURE DI YOGYAKARTA	28
3.1.1	Penentuan dan penilaian alternatif lokasi	28
3.1.2	Lokasi terpilih	29
3.1.3	Penentuan dan penilaian alternatif site	30
3.1.4	Site terpilih	31
3.1.5	Analisis tapak	31
3.2	ANALISIS DAN PENDEKATAN RUANG PROMOSI FURNITURE.	34
3.2.1	Analisis Hubungan Ruang dan Furniture	34
3.2.2	Analisis Bentuk Promosi	35
3.2.3	Analisis Karakteristik Kegiatan	36
3.2.4	Analisis Macam Ruang dan Besaran Ruang	37
3.2.5	Analisis Hubungan Ruang	39
3.2.6	Analisis Penentu Pola Sirkulasi Ruang Dalam	41
3.3	ANALISIS PENDEKATAN PENATAAN INTERIOR RUANG PROMOSI YANG ATRAKTIF,INFORMATIF DAN REKREATIF	42
3.3.1	Karakter atraktif pada interior ruang promosi.	42
3.3.2	Karakter Informatif pada interior ruang promosi.	43
3.3.3	Karakter rekreatif pada interior ruang promosi.	44
3.4	ANALISIS PENDEKATAN EKSTERIOR PENAMPILAN BANGUNAN YANG ATRAKTIF, INFORMATIF DAN REKREATIF	46

3.4.1	Karakter atraktif pada eksterior penampilan bangunan.	46
3.4.2	Karakter informatif pada eksterior penampilan bangunan	47
3.4.3	Karakter rekreatif pada eksterior penampilan bangunan	48
3.4.4	Kajian Bangunan sebagai Obyek pembandingan	48
3.4.4.1	Studi komparasi Bangunan berkarakter Atraktif, Informatif, dan Rekreatif.	48
1.	Bangunan (Atraktif) Rock, and Roll hall Of fame Cleveland, Ohio.	49
2.	Bangunan (Informatif) Big Donut Drive-in. Los angeles.	49
3.	Bangunan (Rekreatif) Apartemen The Beach, New Mexico.	49
3.4.4.2	Studi komparasi Bangunan yang berfungsi sebagai kegiatan promosi furniture.	50
1.	Bangunan Vitra International Furniture Manufacturing Facility and Museum, Weillam Rein, Germany.	50
2.	Bangunan CV. ASRAM ,Yogyakarta.	51
3.5.5	Analisis Persyaratan Ruang Promosi.	51
3.5.5.1	Sirkulasi.	51
3.5.5.2	Pengondisian Udara	52
3.5.5.3	Pencahayaan	53
3.5.5.4	Proteksi kebakaran.	54
3.5.5.5	Sistem Utilitas	55
3.5.6	Analisis Struktur	56

BAB IV KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN PUSAT PROMOSI FURNITURE DI YOGYAKARTA.

4.1	KONSEP DASAR PERENCANAAN	57
4.1.1	Lokasi	57
4.1.2	Site	57
4.1.3	Konsep Penzonningan dan pemintakatan site	57
4.1.4	Konsep pencapaian dan sirkulasi	58

4.2	KONSEP DASAR PERANCANGAN.	58
4.2.1	Konsep kebutuhan dan besaran ruang.	58
4.2.2	Konsep organisasi ruang.	59
4.2.3	Konsep tata ruang dalam (interior)	60
4.2.4	Konsep penampilan bangunan (eksterior).....	62
4.2.4.1	Konsep tata massa	62
4.2.4.2	konsep struktur.....	64
4.2.4.3	Konsep persyaratan ruang.	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peningkatan jumlah kegiatan promosi furniture di Yogyakarta.	12
Tabel 2.2 Peningkatan jumlah pengunjung kegiatan promosi furniture di Yogyakarta.	13
Tabel 3.1 penilaian alternatif lokasi.	29
Tabel 3.2 penilaian alternatif site.	31
Tabel 3.3 Analisis Sistem Struktur	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Imperessive.	24
Gambar 2.2 Spectacular.	24
Gambar 2.3 Bold.	24
Gambar 2.4 Admirable.	24
Gambar 2.5 Movement.	25
Gambar 2.6 Exotic.	25
Gambar 2.7 Pattern.	25
Gambar 2.8 Buka an	25
Gambar 2.9 Warna.	26
Gambar 2.10 Simbol.	26
Gambar 2.11 Dinamis .	26
Gambar 2.12 Skala.	27
Gambar 2.13 Unsur alam.	27
Gambar 2.14 Pencahaya an.	27
Gambar 2.15 Transparan.	27
Gambar 3.1 Alternatif lokasi	28
Gambar 3.2 Alternatif Site.	30
Gambar 3.3 Eksisting site.	31
Gambar 3.4 Alternatif zonning 1	32
Gambar 3.4 Alternatif zonning 2.	32
Gambar 3.5 Alternatif pemintakatan ruang fungsional pada site 1	32
Gambar 3.5 Alternatif Pemintakatan ruang fungsional pada site 2	33
Gambar 3.6 Alternatif sirkulasi ruang luar 1	33
Gambar 3.6 Alternatif sirkulasi ruang luar 2	34
Gambar 3.7 Hubungan ruang dan furniture.	35
Gambar 3.8 A Karakteristik kegiatan pengunjung.	36
Gambar 3.8 B Karakteristik kegiatan pengelola.	36
Gambar 3.8 c Karakteristik Kegiatan penyewa.	36
Gambar 3.9 A Hubungan ruang pada kegiatan promosi.	40
Gambar 3.9 B Hubungan ruang pada kegiatan pendukung.	40
Gambar 3.9 C Hubungan ruang pada kegiatan pengelola.	40
Gambar 3.10 Sirkulasi pada kegiatan promosi.	41

Gambar 3.11 Sirkulasi pada kegiatan pendukung.	41
Gambar 3.12 Sirkulasi pada kegiatan pengelola.	42
Gambar 3.13 Penggunaan teknologi mesin.	43
Gambar 3.14 Penggunaan penataan elemen ruang	43
Gambar 3.15 Meminimalkan dinding tertutup.	44
Gambar 3.16 Pemilihan Warna.	44
Gambar 3.17 Perletakan ruang dan sirkulasi.	45
Gambar 3.18 Perbedaan Skala.	45
Gambar 3.19 Penggunaan Vegetasi.	45
Gambar 3.20 Ragam struktur	46
Gambar 3.21 Pengelolahan bentuk.	47
Gambar 3.22 Penggunaan simbol metafor	47
Gambar 3.23 Pemilihan warna yang berbeda	48
Gambar 3.24 Penggunaan bahan material.	48
Gambar 3.25 Rock and Rock Hall of Fame Cleveland.	49
Gambar 3.26 Big donut Drive-in.	49
Gambar 3.27 Apartemen The Beach.	50
Gambar 3.28 Vitra internasionalfurniture Manufacturing Facility and Museum.	50
Gambar 3.29 Gedung CV. ASRAM.	51
Gambar 3.30 Sirkulasi pengunjung dan pengelola.	52
Gambar 3.31 Kondisi udara ruang umum.	53
Gambar 3.32 Pencahayaan pada ruang pameran.	54
Gambar 4.1 Site	57
Gambar 4.2 Konsep penzonningan dan pemintakatan site	58
Gambar 4.3 Konsep pencapaian dan sirkulasi	58
Gambar 4.4 Organisasi ruang linier	59
Gambar 4.5 Organisasi ruang memusat	60
Gambar 4.6 Organisasi ruang cluster	60
Gambar 4.7 Organisasi ruang intergral	60
Gambar 4.8 Skema sistem AC	65
Gambar 4.9 Skema pencahayaan	65
Gambar 4.10 Skema Proteksi kebakaran	66
Gambar 4.11 Skema distribusi air	66
Gamabr 4.12 Skema sanitasi dan drainasi	66
Gambar 4.13 Skema sistem power supply	66
Gambar 4.14 Skema Telekomunukasi	66