

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Lembar pengesahan	ii
Kata pengantar	iii
Daftar isi	iv
Abstrak	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang	1
1.2. Permasalahan	4
1.3. Tujuan dan sasaran	5
1.4. Keaslian penulisan	6
1.5. Lingkup pembahasan	6
1.6. Metode penulisan	7
1.6.1. Kerangka pikir perancangan	8
1.7. Sistematika penulisan	9
BAB II SHOWROOM SITE DAN TINJAUANNYA	
2.1. Showroom sebagai wadah penjualan	10
2.2. Pengertian umum	12
2.2.1. Showroom mobil	12
2.2.2. Karakter pewadahan fisik	12
2.2.3. Aktifitas didalam showroom	13
2.2.4. Fasilitas penunjang	14
2.3. Tinjauan auto showroom terpadu	14
2.3.1. Wadah pelayanan	14
2.3.2. Persyaratan ruang	16
2.3.3. Site, signase, suasana, sirkulasi, dan pencahayaan	19
2.4. Showroom di Jakarta	28
2.4.1. Tinjauan umum	28
2.4.2. Tinjauan site	30
2.4.3. Kegiatan pasar kendaraan	31
BAB III JAKARTA AUTO SHOWROOM	
3.1. Analisa	37
3.1.1. Site	37
3.1.2. Pelaku kegiatan	40
3.1.3. Bentuk pergerakan	40
3.1.4. Kegiatan	42
3.1.5. Sirkulasi	43
3.1.6. Pencahayaan	52
3.1.7. Penampilan bangunan	53
3.1.8. Besaran ruang	64
3.1.9. Gubahan masa	70
3.1.10. Utilitas	74
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	
4.1. Konsep dasar program ruang	80
4.1.1. Organisasi ruang	80

4.2.	Konsep dasar lokasi dan site	80
	4.2.1. Konsep dasar perencanaan lokasi	80
	4.2.2. Konsep dasar perencanaan tapak	81
4.3.	Konsep dasar arsitektur	83
	4.3.1. Pola ruang	83
	4.3.2. Fasade	83
	4.3.3. Geometri bangunan	88
	4.3.4. Sikulasi bangunan	88
	4.3.5. Perletakan masa	91
	4.3.6. Pencahayaan	92
	4.3.7. Penghawaan	94
4.4.	Konsep dasar utilitas	95
	4.4.1. Jaringan air bersih dan sanitasi	95
	4.4.2. Jaringan listrik	95
	4.4.3. Pemadaman kebakaran	96
	4.4.4. Komunikasi	97
	4.4.5. Penanganan polusi dan limbah	97
4.5.	Konsep dasar sistem struktur	98

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

vii
viii

