



DAFTAR ISI

Daftar Isi.....	ii
Daftar Gambar.....	iii
Abstrak.....	iv
Bab 1.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Tren Kegiatan Berbelanja.....	1
1.1.2 Potensi Ekonomi Lokal di Kota Bontang.....	3
1.1.3 Bontang Sebagai Kota yang Potensial.....	4
1.1.4 Kurangnya Fasilitas Kegiatan Jual Beli yang Menarik	4
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Permasalahan Khusus.....	5
1.2.2 Permasalahan Arsitektural.....	5
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Sasaran.....	6
1.4.1 Sasaran Umum.....	6
1.4.2 Sasaran Khusus.....	6
1.5 Lingkup Pembahasan.....	7
1.6 Metode Pembahasan.....	7
1.6.1 Pencarian Data.....	7
1.6.2 Analisis Data.....	7
1.6.3 Perumusan Konsep.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
1.8 Kerangka Pemikiran.....	9
Bab 2.....	9
Tinjauan Pustaka.....	9
2.1 Tinjauan Community Market.....	9
2.1.1 Pengertian Pasar.....	9
2.1.2 Pengertian Pasar Fisik.....	10
2.1.3 Fungsi Pasar.....	10
2.1.4 Sejarah Pasar.....	12
2.1.5 Pengertian Community Market.....	14



2.1.6 Perbedaan Pasar Tradisional dengan Community Market.....	15
2.1.7 Pentingnya Infrastruktur Sebagai Wadah Komunitas.....	16
2.2 Tinjauan Wisata.....	16
2.2.1 Pengertian Wisata.....	16
2.2.2 Jenis-Jenis Wisata.....	17
2.2.2.1 Berdasarkan Letak Geografisnya.....	17
2.2.2.2 Berdasarkan Alasan/ Tujuan.....	18
2.2.2.3 Berdasarkan Wisata Yang Dikunjungi.....	18
2.2.3 Daya Tarik Wisata.....	20
2.3 Pengertian Sustainable Tourism.....	20
2.4 Tinjauan Preseden.....	22
2.4.1 Baltic Station Market, Estonia.....	22
2.4.2 Manifesto Market, Praha.....	26
Bab 3.....	28
Tinjauan Lokasi.....	28
3.1 Tinjauan Lokasi.....	28
3.1.1 Tinjauan Makro.....	28
3.1.2 Letak Geografis Kota Bontang.....	30
3.1.3 Wilayah Administratif Kota Bontang.....	30
3.1.4 Moda Transportasi.....	31
3.1.4.1 Transportasi Pribadi.....	32
3.1.4.2 Tranoportasi Umum.....	33
3.2 Tinjauan Pemilihan Lokasi.....	35
3.2.1 Kriteria Lokasi.....	35
3.2.2 Alternatif Lokasi.....	36
3.2.2.1 Alternatif Site.....	37
3.3 Tinjauan Messo.....	38
3.3.1 Kecamatan Bontang Utara.....	39
3.3.2 Gambaran Umumj Demografi.....	41
3.4 Tinjauan Mikro.....	42
3.4.1 Peraturan.....	43
3.4.2 View.....	44
3.4.3 Sumber Kebisingan.....	45
3.4.4 Sumber Angin.....	45
3.4.5 Posisis Matahari.....	46



3.4.6. Suhu Udara.....	46
Bab 4.....	47
Analisis dan Pendekatan Konsep.....	47
4.1 Analisis Pendekatan Tapak.....	47
4.1.1 Zonasi Pada Tapak.....	47
4.1.2 Akses Masuk Tapak.....	48
4.2 Analisis Pendekatan Massa.....	50
4.2.1 Peletakkan Massa.....	51
4.2.2 Orientasi Massa Bangunan.....	51
4.2.3 Ketinggian Massa Bangunan.....	51
4.3 Perilaku dan Aktivitas.....	51
4.3.1 Analisis Perilaku dan Aktivitas.....	52
4.3.2 Analisis Zonasi.....	53
4.3.3 Kebutuhan Organisasi Zona.....	54
4.4 Alur Kegiatan.....	55
4.5 Kebutuhan Besaran Ruang.....	57
4.6 Konsep Makro.....	57
4.7 Konsep Messo.....	58
4.8 Program Ekonomi.....	58
Bab 5.....	59
Konsep Rancangan dan Perancangan.....	59
5.1 Konsep Umum.....	59
5.2 Konsep Pencapaian Tapak.....	59
5.2.1 Akses Masuk Tapak.....	59
5.2.2 Akses Keluar Tapak.....	61
5.3 Konsep Massa Bangunan.....	62
5.3.1 Bentuk Massa Bangunan.....	62
5.3.2 Ketinggian Massa Bangunan.....	64
5.3.3 Fasad Bangunan.....	65
5.4 Konsep Tata Ruang Luar.....	66
5.4.1 Zonasi Ruang Luar.....	67
5.4.2 Sirkulasi.....	67
5.4.3 Vegetasi.....	68
5.5 Konsep Tata Ruang Dalam.....	68
5.5.1 Zonasi Ruang Dalam.....	68



Community Market dengan Pendekatan Sustainable Tourism di Kota Bontang

TAQIY YAHYA S N, Nur Zahrotunnisaa Zagi, S.T., M.T.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

5.5.2 Sirkulasi Ruang Dalam.....	72
5.6 Peletakan Ruang.....	73
5.7 Sistem Pencahayaan.....	76