



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
Latar Belakang	1
Peran Pasar Tradisional Terhadap Perkembangan Ekonomi Daerah	1
Kota Jogja, Kota Kebudayaan	1
Maraknya Pasar Modern	2
Masa Depan Pasar Tradisional	2
Generasi Z Sebagai Generasi Produktif Masa Depan	2
Pentingnya Masyarakat ke Pasar Tradisional	3
Pasar Online	3
Rumusan Masalah	3
Masalah Umum (Non-Arsitektural)	3
Masalah Khusus (Arsitektural)	3
Tujuan	4
Tujuan Umum (Non-Arsitektural)	4
Tujuan Khusus (Arsitektural)	4
Sasaran	4
Sasaran Umum (Non-Arsitektural)	4
Sasaran Khusus (Arsitektural)	4
Lingkup Pembahasan	4
Metodologi	4
Sistematika Penulisan	5
Kerangka Pemikiran	6
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>7</b>
Pasar	7
Pengertian Pasar	7
Fungsi Pasar	7
Peranan Pasar	8
Jenis Pasar	9
Praktik Terbaik dalam Pembangunan Pasar	12
Kelompok Umur atau Generasi	13
Arsitektur Perilaku	15



Pengertian Arsitektur Perilaku	15
Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	16
Hubungan Arsitektur dengan Perilaku	17
Perilaku User dengan Pemilihan Jenis Pasar (Pasar Tradisional atau Pasar Modern)	17
Studi Preseden	19
Borough Market, London	19
Old Spitalfields Market Holdings, London	25
<b>BAB III: TINJAUAN LOKASI</b>	<b>30</b>
Tinjauan Makro	30
Profil Kabupaten Sleman	30
Kondisi Geografis Kabupaten Sleman	30
Kondisi Klimatologi Kabupaten Sleman	30
Wilayah Administratif Kabupaten Sleman	31
Tinjauan Meso	31
Profil Kecamatan Depok	31
Peraturan Daerah	32
Akses Transportasi	33
Pasar Pesaing Terdekat	33
Demografi dalam Walking Distance	35
Demografi dalam Kategori Generasi	35
Tinjauan Mikro Kawasan	35
Profil Pasar Kolombo	35
Data Existing Pasar Kolombo	36
Batasan Tapak	44
<b>BAB IV: ANALISA PERANCANGAN</b>	<b>45</b>
Strategi Rancangan Pasar	45
Kenyamanan Ruang	45
Faktor Personal	45
Kesehatan dan Kebugaran	45
Kenyamanan Thermal	45
Kualitas Udara Ruangan	45
Kenyamanan Penglihatan atau Visual	46
Kenyamanan Pendengaran atau Audio Visual	46
Ergonomis	46
Memisahkan Kategori Space	46
Hubungan Masyarakat dan Komunikasi	46
Penyelenggaraan Acara	47
Integrasi dengan Teknologi	47
Menciptakan Pengalaman Pengunjung	48



Aktivitas Berkelanjutan	48
Anchor Point	48
Sintesa Strategi Desain dan Program Ruang	49
Analisis Target Utama Pasar	50
Analisis Pengguna	50
Analisa Kegiatan dan Kebutuhan Ruang	50
Organisasi Ruang	52
Pola Aktivitas	52
Kebutuhan Ruang	54
<b>BAB V: KONSEP PERANCANGAN</b>	<b>60</b>
Redesain Pasar Kolombo Sebagai Penunjang Keberlangsungan Pasar di Masa Depan	60
Konsep Massa	60
Konsep Massa Modular (Foodcourt)	60
Konsep Massa Semi Outdoor untuk Plaza/Event Space	61
Konsep Massa Indoor Tempat Belanja	62
Konsep Ruang	63
Konsep Zonasi	63
Konsep Ruang Foodcourt	64
Konsep Ruang Semi Outdoor Plaza/Event Space	66
Konsep Ruang Indoor Tempat Berbelanja	67
Konsep Ruang Plant Nursery	69
Konsep Material	69
Lantai	70
Dinding	71
Vegetasi	73
Konsep Sistem Bangunan	74
Konsep Sistem Sirkulasi	74
Konsep Sistem Struktur	75
Konsep Sistem Utilitas	75
Konsep Sistem Jaringan Listrik	75
Konsep Sistem Air Bersih dan Air Kotor	75
Konsep Sistem Pencahayaan	76
Konsep Sistem Penghawaan	77
Konsep Sistem Pengelolaan Sampah	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>79</b>