

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Persembahan	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia	1
1.1.2 Keberadaan Industri Kreatif di Indonesia	5
1.1.3 Wirausaha Muda di Indonesia	6
1.1.4 Fenomena Thematic Market	7
1.1.5 Jogja sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia	8
1.1.6 <i>Youth Business Park</i> sebagai pusat bisnis industri kreatif	9
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Rumusan Masalah Umum	9
1.2.2 Rumusan Masalah Khusus	10
1.3 Tujuan dan sasaran	10
1.3.1 Tujuan Pembahasan	10
1.3.2 Sasaran Pembahasan	10
1.4 Lingkup Pembahasan	10
1.5 Metode Pengumpulan Data	11
1.5.1 Teknik Mendapatkan Data	11
1.5.2 Teknik Analisis	11
1.5.3 Teknik Sintesis	11
1.6 Sistematika Pembahasan	12
1.7 Keaslian Penulisan	13
1.8 Kerangka Pemikiran	14

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA 15

2.1. Ekonomi kreatif	15
2.2. Industri Kreatif	16
2.2.1. Pengertian industri kreatif	16
2.2.2. Bidang – bidang yang masuk kategori Industri Kreatif	17
2.2.3. Kegiatan yang berhubungan dengan industry kreatif	21
2.3. Pengertian Bangunan <i>Mixed Use</i>	24
2.4. Pengertian Pusat Bisnis	24
2.5. Pengertian dan Fasilitas dalam <i>Youth Bussiness Park</i>	24
2.5.1. Definisi umum <i>Youth Business Park</i>	24
2.5.2. Fungsi dan Tujuan <i>Youth Business Park</i>	25
2.5.3. Fasilitas secara umum dalam <i>Youth Bussiness Park</i>	25
2.5.3.1. Ruang Publik	25
2.5.3.2. Area Retail	26
2.5.3.3. Area Produksi Industri	27
2.5.3.4. Area Perkantoran	28
2.5.4. Kegiatan Pokok <i>Youth Business Park</i>	28
2.5.5. Pengguna <i>Youth Business Park</i>	30
2.5.6. Potensi Pengelolaan <i>Youth Business Park</i>	30
2.5.7. Fasilitas dan Konfigurasi <i>Youth Business Park</i>	31
2.5.7.1. Fasilitas utama <i>Youth Business Park</i>	31
2.5.7.2. Fasilitas pendukung <i>Youth Business Park</i>	32
2.5.8. Pengguna / User ruang dan Fasilitas	32
2.6. Kajian Preseden	33
2.6.1. The Breeze	33
2.6.2. Daegu Color Square Stadium Mall	34

BAB III

ANALISIS SITE 36

3.1 Konteks Lokasi dalam perancangan	36
3.2 Pemilihan Lokasi	38
3.2.1 Alternatif 1	38
3.2.2 Alternatif 2	39
3.2.3 Alternatif 3	41
3.3 Kriteria Pemilihan Lokasi	42
3.4 Lokasi Terpilih	43
3.5 Analisis Site	45
3.5.1 Tapak secara Makro	45
3.5.2 Tapak secara Mezzo	47
3.5.3 Tapak secara Mikro	48

BAB IV

PENDEKATAN KONSEP PERANCANGAN 52

4.1 Teori <i>Urbanscape</i>	52
4.1.1 Pengertian <i>Urbanscape</i>	52
4.2 Contoh penerapan <i>Urbanscape</i>	53
4.3 Pendekatan <i>Urbanscape</i> dalam <i>Youth Business Park</i>	55
4.3.1 Pendekatan konsep secara umum	55
4.3.1.1 Analisis Ekonomi Bangunan	55
4.3.1.2 Pendekatan Psikologis	61
4.3.2 Pendekatan Massa Bangunan	63
4.3.3 Pendekatan pada Desain Interior	64
4.3.4 Pendekatan Organisasi Ruang	66
4.3.5 Pendekatan tata lansekap	66
4.3.6 Pendekatan Sirkulasi	67
4.3.6.1 Pencapaian menuju Bangunan	67
4.3.6.2 Sirkulasi dalam Bangunan	68

BAB V 70

KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

5.1 Konsep Perancangan Makro	70
5.2 Konsep Perancangan Mezzo	70
5.3 Konsep Perancangan Mikro	70
5.3.1 <i>One Stop Creative Business Activity</i>	70
5.3.2 Konsep Organisasi Ruang	71
5.3.3 Konsep Eksterior dan Interior Bangunan	75
5.3.4 Konsep Zonasi Bangunan	80
5.3.5 Konsep Alur dan Sirkulasi	81
5.3.5.1 Sirkulasi /Pencapaian Bangunan	81
5.3.5.2 Sirkulasi Dalam kawasan <i>Youth Business Park</i>	82
5.3.6 Konsep Lansekap	83
5.3.6.1 Konsep secara umum	83
5.3.6.2 Konsep ruang terbuka	83
5.3.6.3 Pemilihan Vegetasi	84
5.3.7 Konsep Sistem Bangunan	84
5.3.7.1 Sistem Pencahayaan	84
5.3.7.2 Sistem Penghawaan	85
5.3.7.3 Sistem Akustika	86
5.3.7.4 Sistem Struktur	87
5.3.8 Konsep Bahan dan Finishing	88

DAFTAR PUSTAKA 89

LAMPIRAN 91