DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR		i
UCAPAN TERIMAKASIH		ii
DAFTAR ISI		iv
DAFTAR GAMBAR		vi
DAFTAR TABEL		viii
BAB 1 PENDAHULUAN		
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Fokus Permasalahan	2
1.3	Permasalahan Perancangan	3
1.4	Maksud dan Tujuan Perancangan	4
BAB II TINJAUAN TEORI dan DATA		
2.1.	Tinjauan Umum Pusat Bisnis di Bandung	5
	2.1.1 Pengertian Bisnis	5
	2.1.2 Pengertian Mode	11
	2.1.3 Sejarah dan Perkembangan Mode	13
	2.1.4 Bisnis Mode	14
	Sejarah Bisnis Mode	14
	Sejarah Bisnis Mode di Bandung	17
	2.1.5 Pusat Bisnis Mode di Bandung	18
	Perkembangan Bisnis Mode di Bandung	18
	2.1.6 Konsep Desain	19
2.2.	Studi Antropometri	22
	2.2.1 Panggung *Catwalk*	22
	2.2.2 Antropometri Manusia	31
2.3.	Studi Banding	34
	Pusat Pembelanjaan di kota Bandung	36
	Bandung Indah Plaza	36

ITC Kebon Kelapa 39
Pasar Baru Trade Center 43

BAB III KONSEP PERENCANAAN
3.1 Deskripsi Proyek 47
3.2 Data dan Karakteristik User 47
3.2.1 Analisa Pengguna 47
3.2.2 Karakteristik Pengguna 48
3.2.3 Sasaran Pengunjung 52
3.3 Aktivitas Fasilitas Yang Berlaku 52
3.4 Struktur Organisasi 73
3.5 Alur Sirkulasi 77
3.6 Program Kedekatan Antar Ruang 79
3.7 Zoning – Blocking 84
3.7.1 Zoning 84
3.7.2 Blocking 87
3.8 Studi Image 89

BAB IV KONSEP PERANCANGAN
4.1 Konsep Perancangan 92
4.1.1 Konsep Desain 92
4.2 Implementasi Konsep 96
4.2.1 Konsep Bentuk 96
4.2.2 Konsep Warna 97
4.2.3 Konsep Material 99
4.2.4 Konsep Ruang 102
4.3 Teknis dan Penerapan 102
4.3.1 Teknis Pencahayaan 102
4.3.2 Teknis Penghawaan 105
4.3.3 Konsep Akustik 106
4.3.4 Teknis Keamanan 108

DAFTAR PUSTAKA