

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam rentang waktu 5 tahun terakhir, Indonesia sebagai negara berkembang dikawasan Asia Tenggara mengalami beberapa kemajuan dan perkembangan, salah satunya pada bidang infrastruktur. Perkembangan pembangunan infrastruktur di Indonesia disebabkan oleh adanya pertumbuhan ekonomi, dimana hal ini didukung dengan pembangunan infrastruktur menjadi pondasi utama dalam APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) tahun 2023. Sehingga semakin bertambah nilai ekonomi sebuah negara/wilayah otomatis sarana prasarana penunjang juga harus mewadahi hal tersebut.

Peningkatan ekonomi dan Pembangunan infrastruktur di Indonesia ternyata juga berdampak terhadap gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei dari *World Bank* (Institusi Finansial Internasional) yang dilakukan berdasar pada *Household Final Consumption Expenditure* (HFCE) yang menunjukkan pengeluaran konsumen secara nominal, disebutkan bahwa Indonesia menjadi negara peringkat ke 17 paling konsumtif dengan jumlah nominal HFCE yaitu 734,858 usd pada tahun 2023. Berikut merupakan data peringkat tingkat konsumtif negara-negara dunia.

No.	Country	HFCE (millions of USD, nominal)	% of GDP	Year
1	 United States ^[2]	18,526,973	69%	2023
2	 European Union	8,762,887	51%	2023
3	 China	6,804,921	38%	2023
4	 Japan	2,356,919	55%	2023
5	 India ^[3]	2,316,866	62%	2023
6	 Germany	2,154,427	50%	2023
7	 United Kingdom	2,000,593	64%	2023
8	 France	1,526,060	52%	2023
9	 Brazil	1,311,778	63%	2023
10	 Italy	1,280,149	59%	2023
11	 Canada	1,149,319	56%	2023
12	 Mexico	1,147,583	69%	2023
13	 Russia	1,110,145	53%	2023
14	 Australia	853,774	50%	2023
15	 South Korea	843,735	49%	2023
16	 Spain	790,988	58%	2023
17	 Indonesia	734,858	53%	2023

Gambar 1.1 Data Peringkat Tingkat Konsumtif Dunia 2023
Sumber: World Bank (2023)

Data ini juga didukung dengan adanya peningkatan jumlah pusat perbelanjaan pada kota-kota besar apalagi di pulau Jawa, dari survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat pada tahun 2020 saja ada 649 pusat perbelanjaan yang tersebar di Indonesia dan 75% dari jumlah tersebut berada diwilayah Jawa. Rasio jumlah pusat perbelanjaan di Indonesia tentunya mengalami peningkatan setiap tahunnya, apalagi setelah pandemi COVID-19 berakhir. Lumpuhnya sarana publik termasuk pusat perbelanjaan pada rentang waktu 2 tahun (2020 – 2021) yang kemudian mulai membaik dengan berakhirnya pandemi COVID-19 membuat banyak investor – investor kembali menghidupkan sarana publik termasuk dengan membuat bangunan pusat perbelanjaan baru demi menarik perhatian masyarakat untuk berkumpul, berbelanja, dan berinteraksi pada pusat perbelanjaan. Berikut merupakan data jumlah pusat perbelanjaan di Indonesia pada tahun 2020 oleh BPS.

Tabel 1.1 Jumlah Pusat Perbelanjaan di Indonesia Tahun 2020

No.	Wilayah	Jumlah
1	Jawa Barat	118 unit
2	DKI Jakarta	96 unit
3	Jawa Timur	77 unit
4	Jawa Tengah	51 unit
5	Banten	43 unit

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan tabel 1.1, diperoleh informasi bahwa Provinsi Jawa Tengah menempati peringkat ke 4 di wilayah Indonesia dengan jumlah pusat perbelanjaan sebanyak 51 unit. Namun, persebaran pusat perbelanjaan tidak sepenuhnya merata pada setiap wilayah dan umumnya lebih banyak terdapat di kota besar seperti Semarang, Solo dan Tegal. Ibu Kota provinsi Jawa Tengah, Semarang terdapat setidaknya 26 pusat perbelanjaan seperti Paragon City Mall, DP Mall, Living Plaza dll. Sedangkan pada daerah di Jawa Tengah seperti Cilacap, Kebumen, Brebes masih jarang didapati adanya pusat perbelanjaan yang mampu mewadahi aktivitas konsumen sekaligus tempat hiburan secara maksimal. Dengan adanya fenomena

terkait persebaran pusat perbelanjaan yang tidak merata, salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu penyediaan fasilitas komersial berupa pusat perbelanjaan yang memadai.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 23 tahun 2021 pasal 3 ayat 2 disebutkan bahwa “ pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah Pasar Rakyat dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan”, mengacu pada peraturan dari Kemendag bahwa jumlah Pusat Perbelanjaan pada suatu wilayah harus seimbang baik itu dari segi jumlah masyarakat, tingkat ekonomi maupun kebutuhan penggunaannya. Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

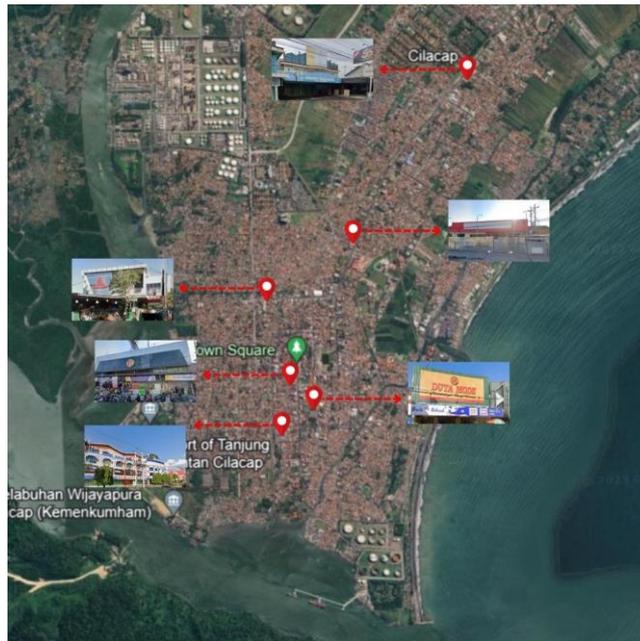
Kabupaten / Kota	Luas Wilayah Menurut Kabupaten/Kota (km ²)	Persentase		
		2019	2020	2021
PROVINSI JAWA TENGAH	32800.69	32800.69	32800.70	100.00
Kabupaten Cilacap	2124.47	2124.47	2124.50	6.48
Kabupaten Banyumas	1335.30	1335.30	1335.30	4.07
Kabupaten Purbalingga	677.55	677.55	677.50	2.07
Kabupaten Banjarnegara	1023.73	1023.73	1023.70	3.12
Kabupaten Kebumen	1211.74	1211.74	1211.70	3.69
Kabupaten Purworejo	1091.49	1091.49	1091.50	3.33

Gambar 1.2 Data peringkat luas wilayah Provinsi Jawa Tengah
Sumber: Badan Pertanahan Nasional (2023)

Dari gambar 1.2, Cilacap merupakan wilayah paling luas di Provinsi Jawa Tengah yang berbasis kota Industri dengan jumlah penduduk mencapai 1,9 juta jiwa pada tahun 2023. Perekonomian kota Cilacap dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat ke 2 setelah Semarang sebagai wilayah yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi provinsi. Cilacap menyumbang 9,22 persen yang didukung dengan banyaknya pusat industri seperti migas atau Pertamina. Perekonomian tinggi dan jumlah penduduk yang

digolongkan padat nyatanya tidak mengatasi ketidakseimbangan dari segi penyediaan fasilitas publik. Cilacap yang didominasi oleh pabrik-pabrik dinilai masih kurang dalam hal fasilitas publik atau pada pembahasan spesifiknya tentang keberadaan pusat perbelanjaan. Pada peraturan daerah Kabupaten Cilacap tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten (RTRW) tahun 2011 -2031 yang disusun oleh Bupati Cilacap beserta jajaran pemerintahannya, dijelaskan bahwa RTRW Kabupaten Cilacap yang berisi tujuan, kebijakan, strategi penataan ruang wilayah, rencana struktur ruang wilayah, rencana pola ruang, penetapan kawasan strategis, arah pemanfaatan ruang wilayah dan ketentuan pengendalian pemanfaatan ruang mencakup beberapa kawasan yang utamanya adalah Kawasan Industri. Dijelaskan juga pada Rencana Detail Tata Ruang Kawasan Perkotaan Cilacap (RDTRK) yang berlaku mulai tahun 2021 - 2041 bahwasannya rencana wilayah yang diperuntukkan untuk industri dengan kode KPI (Kawasan Perhatian Investasi) pada Kota Cilacap seluas 943,46 hektar. Hal tersebut sejalan dengan RTRW bab II pasal 2 bahwasannya penataan ruang wilayah bertujuan untuk menjadikan ruang kabupaten sebagai pusat ekonomi skala nasional berbasis industri, pertanian dsb yang berkelanjutan guna pemerataan pembangunan wilayah. Strategi yang tercantum pada RTRW Kabupaten Cilacap pasal 3 huruf e tentang strategi untuk mewujudkan peningkatan dan pemerataan pembangunan prasarana wilayah terdiri atas meningkatkan kualitas jaringan prasarana wilayah. Namun nyatanya pada hal penyediaan fasilitas publik atau pusat perbelanjaan pada wilayah Kota Cilacap dinilai masih kurang memadai. Didalam RDTRK juga belum ditemukan adanya pembahasan spesifik mengenai zona perdagangan dan jasa skala kota. Wujud pusat perbelanjaan yang tersedia di Kota Cilacap pun masih sederhana sekedar *swalayan*, *department store* atau plaza.

Swalayan, *department store* atau plaza yang ada di wilayah Kota Cilacap umumnya hanya berbentuk bangunan 1 lantai hingga bangunan 3 lantai tetapi olah fungsi ruang dalam pada bangunan masih kurang sehingga tidak bisa maksimal dalam menyediakan fasilitas yang mampu menarik antusiasme masyarakat Kota Cilacap secara maksimal.



Gambar 1.3 Pusat Perbelanjaan di Kota Cilacap
 Sumber: Analisa Penulis (2023)

Gambar diatas menunjukkan lokasi dari 6 pusat perbelanjaan di Kota Cilacap yaitu Rita Pasaraya, Plaza Cilacap, Sami Laris Swalayan, Abadi Makmur Toserba, Duta Mode Department Store dan Ace Hardware.

Tabel 1.2 Kondisi Pusat Perbelanjaan di Cilacap Tahun 2023

No.	Nama Objek	Kategori	Komponen	
			Fasilitas	Pelayanan
1	Rita Pasaraya	Swalayan	Kurang Baik	Baik
2	Plaza Cilacap	Plaza	Cukup Baik	Baik
3	Sami Laris Swalayan	Swalayan	Kurang Baik	Baik
4	Abadi Makmur Toserba	Toserba	Kurang Baik	Kurang Baik
5	Duta Mode	Swalayan	Kurang Baik	Baik
6	Ace Hardware	Swalayan (Perabot)	Kurang Baik	Baik

Sumber: Analisa Penulis, 2023

Menurut hasil riset, Kota Cilacap jika dibandingkan dengan luasan wilayah serta jumlah populasinya masih sangat sedikit terkait adanya ketersediaan fasilitas retail dan hiburan, ditambah dengan fasilitas yang disediakan oleh beberapa pusat perbelanjaan (swalayan, plaza, toserba dsb) yang berada dibawah kategori baik. Hal ini tentunya semakin menunjukkan urgensi adanya sebuah fasilitas yaitu *Shopping Center* yang mampu memadai tingginya sifat konsumtif masyarakat kota Cilacap. Peningkatan fasilitas komersial yaitu retail dan hiburan penting untuk direalisasikan pada wilayah Kota Cilacap, selain itu perkembangan secara positif sarana prasarana yang mencakup fasilitas dan pelayanan juga dibutuhkan karena mampu menimbulkan dampak negatif terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bappeda (Badan Perencanaan, Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah) Kabupaten Cilacap terkait dengan indeks kepuasan masyarakat melalui Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) pada tahun 2022, menunjukkan adanya indikator capaian rendah yang diberikan oleh masyarakat Kota Cilacap terkait dengan penyediaan sarana prasarana jika dibandingkan dengan 8 indikator lainnya (NRR atau nilai rata – rata 3,55) pada lingkungan fasilitas publik karena dirasa belum mampu memfasilitasi dengan baik keperluan pengguna. Hal ini yang juga perlu dimasukkan ke dalam catatan terkait penyediaan *Shopping Center* pada wilayah Cilacap agar mampu memuaskan kebutuhan pengguna / masyarakat Cilacap nantinya. Ketidakpuasan atau tingkat kepuasan rendah juga berpengaruh pada tingkat kebosanan dan daya tarik yang rendah, dimana isu ini sering terjadi pada wilayah di Kota Cilacap. Antusiasme masyarakat yang tinggi cenderung berkurang dari waktu ke waktu, hal ini dapat diamati pada saat minggu awal pembukaan Ace Hardware yang mendapatkan antusiasme tinggi dari warga Kota Cilacap namun minggu – minggu setelahnya presentase pengunjung mulai menurun. Bahkan pasca pandemi COVID-19 salah satu swalayan besar yaitu Giant Supermarket gulung tikar dari Kota Cilacap akibat sepi pengunjung. Tingkat kepuasan dan daya tarik yang rendah terbukti berpengaruh pada lingkungan sekitar wilayah Cilacap, dimana banyak bangunan-bangunan kosong akibat banyaknya gerai yang tutup. Pengaruh negatif dari

kurangnya sarana prasarana pada lingkungan sosial adalah lingkungan kerja yang padat tetapi minimnya fasilitas publik guna melepaskan stres.

Sebagai kota Industri, mata pencaharian hampir dari 80% warga Kota Cilacap adalah pegawai perusahaan seperti PT Pertamina, PT Solusi Bangun Indonesia, PLTU, maupun institusi lainnya. Jam kerja yang ditawarkan oleh perusahaan diatas juga berkisar antara 8 – 9 jam kerja per harinya, sehingga efek stres sangat mudah didapatkan dari kebanyakan individu. Penelitian yang dilakukan pada karyawan Pertamina RU V Balikpapan menunjukkan hasil bahwa tingkat stres individu mencapai 57,1% dimana karyawan dituntut untuk menjalankan pekerjaan dengan sebaik mungkin agar tidak ada kesalahan dan kecelakaan dalam bekerja. Dengan terbatasnya fasilitas retail dan hiburan seperti *Shopping Center* pada Kota Cilacap, menjadikan masyarakatnya kurang dapat merasakan salah satu manfaat penting dari sebuah pusat perbelanjaan yaitu hiburan/ rekreatif berjalan - jalan untuk melepas stres atau dikenal dengan *window shopping*.

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah fasilitas berupa *Shopping Center* yang tidak hanya mampu mewadahi kegiatan retail, kegiatan berbelanja, transaksi jual beli dan hiburan namun bangunan *Shopping Center* juga mampu memberikan dampak positif terhadap aspek sosial dan lingkungan pada Kota Cilacap. Hal ini dapat didukung menggunakan implementasi dari *The Attention Restoration Theory* (Berman, Jonides, & Kaplan, 2008) dimana teori ini memberikan sebuah kerangka berharga untuk menunjukkan bagaimana alam dapat berperan dalam menciptakan sebuah ruang yang mendukung kesejahteraan fisik dan psikologis, sekaligus mendorong pemulihan perhatian yang terarah yang diperlukan untuk fungsi manusia sehari – hari. Hal tersebut kemudian diwujudkan dengan rancangan *Shopping Center* menggunakan Arsitektur Biofilik. Arsitektur Biofilik yang merupakan sebuah pendekatan rancangan desain arsitektur dimana elemen alam dihadirkan kembali pada bangunan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan untuk membina hubungan positif antara manusia dan alam. Pada penerapannya, arsitektur Biofilik telah diterapkan pada bangunan Funan DigitaLife Mall yang terletak di Singapura. Bangunan ini merupakan sebuah area komersial pada kawasan *mixed use development* yang terdiri dari *mall*, perkantoran dan apartemen,

dimana pada tahun 2019 diresmikan kembali setelah proses rekonstruksi. *Mall* ini terletak di area Downtown Core Singapura, bangunan ini menggunakan arsitektur biofilik yang menciptakan lingkungan kolaboratif dan pengalaman otentik dari pengguna dengan aspek komunitas, konektivitas dan kenyamanan sebagai intinya. Funan DigitaLife Mall mencoba menerapkan gerakan “*farm to table*” atau pertanian ke meja dengan menampilkan berbagai jenis vegetasi pada *rooftop* bangunan seluas 2.500 m², bangunan ini juga mendukung peralihan Singapura untuk bebas kendaraan pribadi dengan menciptakan lingkungan jalanan yang kreatif dan aksesibilitas penuh bahkan untuk pesepeda pada lantai dasar.

Penerapan arsitektur biofilik pada Funan DigitaLife Mall Singapura membuktikan bahwa pada penerapannya bisa menciptakan sebuah ekosistem aktivitas gaya hidup yang mendorong generasi baru / konsumen untuk mencari inspirasi, pengalaman dan kreativitas dengan elemen alam yang terdapat pada bangunan sebagai pendukungnya. Dari studi preseden diatas, diharapkan juga untuk rancangan desain *Shopping Center* di Kota Cilacap nantinya mampu tercipta sebuah *Shopping Center* yang tidak hanya sebagai pusat retail dan hiburan pada Kota Cilacap, namun juga mampu mendorong kemunculan ekosistem baru dan hubungan positif antara alam/lingkungan dengan manusia sehingga bangunan tersebut dalam jangka waktu kedepannya tetap bisa dinikmati oleh berbagai golongan masyarakat serta generasi yang akan datang.

1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan *AquaBay Shopping Center* dengan pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap ini diantaranya :

1. Membantu mewisuda tingginya tingkat konsumtif masyarakat dalam pengembangan pusat industri pada bidang retail dan hiburan di Kota Cilacap
2. Menciptakan ekosistem dan hubungan positif yang dibina antara manusia dan alam terhadap fasilitas komersial yaitu *Shopping Center*.
3. Menghadirkan fasilitas komersial yang mampu memacu tingkat produktivitas kegiatan ekonomi, kegiatan retail, dan kegiatan hiburan melalui integrasi elemen-elemen air dan alam yang menenangkan di

Aquabay, serta mendorong kemajuan sarana prasarana yang ideal kepada seluruh masyarakat, khususnya di Kota Cilacap, dan pelaku industri kreatif sekitarnya.

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dengan dirancangnya *AquaBay Shopping Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap ini diantaranya :

1. Menciptakan sarana komersial berupa pusat perbelanjaan yang berpedoman pada penerapan Arsitektur Biofilik dan standar bangunan Pusat Perbelanjaan.
2. Membangun sebuah *Shopping Center* yang menjadikan hubungan alam dan manusia sebagai konsep dasar sebagai sebuah solusi dalam menyelesaikan isu-isu terkait bangunan, pengguna dan lingkungan sekitarnya.
3. Menghadirkan *Shopping Center* yang tidak hanya mampu memfasilitasi aktivitas pengguna, namun juga mampu memacu produktivitas atau kemajuan dari segi ekonomi, sarana prasarana hingga lingkungan sosial melalui penggunaan unsur dari berbagai penerapan arsitektur biofilik.
4. Memberikan fasilitas publik bagi masyarakat yang mampu menampung kegiatan masyarakat secara arsitektural melalui penataan tapak, penciptaan ruang, bentuk, ruang dalam, maupun ruang luarnya, dengan integrasi elemen-elemen air dan alam khas Aquabay yang menenangkan dan estetis.

1.3. Batasan dan Asumsi

Batasan dalam perancangan *AquaBay Shopping Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap adalah :

1. *Shopping Center* atau Pusat Perbelanjaan diperuntukkan sebagai fasilitas yang tidak hanya mengakomodasi kegiatan retail (berbelanja atau transaksi jual beli) , tetapi juga kegiatan masyarakat lainnya, sehingga ditujukan bagi kalangan masyarakat (anak-anak, pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum) kelas menengah ke atas.
2. Investor/ Pengelola, pemilik tenant maupun pengunjung dapat berasal dari berbagai daerah.

3. Jam operasional *Shopping Center* pada jam 10.00 – 22.00 WIB untuk memberikan kesempatan kepada pengunjung karena memiliki waktu berkunjung yang berbeda-beda setiap individunya, selain itu juga supaya lebih maksimal dalam upaya menarik minat masyarakat.
4. Lokasi akan berada di daerah yang strategis dengan pencapaian akses mudah dijangkau seperti pada daerah pusat Kota Cilacap.

Asumsi dalam perancangan *AquaBay Shopping Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap adalah :

1. *Shopping Center* dengan pendekatan arsitektur biofilik di Kota Cilacap dikelola oleh pihak swasta.
2. *Shopping Center* akan mengaplikasikan Arsitektur Biofilik dengan penggunaan beberapa prinsip yang mampu mendukung keberlanjutan hubungan manusia dengan alam dari segi arsitekturalnya.
3. Proyek Rancangan diasumsikan dapat digunakan hingga 20 tahun mendatang.
4. Daya tampung fasilitas diasumsikan mampu menampung minimal 10.000 pengunjung per harinya untuk memenuhi kebutuhan aktivitas masyarakat dalam kegiatan berbelanja, mencari hiburan maupun aktivitas lainnya.

1.4. Tahapan Perancangan

Untuk merealisasikan gagasan tersebut, dibutuhkan tahapan yang jelas dan runtut pada proses perancangan. Tahapan perancangan “ *AquaBay Shopping Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap” adalah sebagai berikut :

1. Interpretasi Judul
Penjelasan tentang judul perancangan *AquaBay Shopping Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Kota Cilacap
2. Pengumpulan Data

Proses mengumpulkan data-data baik data primer maupun data sekunder yang membantu proses perancangan berupa studi literatur, studi kasus, peraturan, hasil observasi, wawancara, informasi dari internet dan lainnya.

3. Analisis Data

Analisis data-data yang telah diperoleh kemudian akan diolah dan dianalisis untuk membantu memecahkan permasalahan serta acuan dalam perancangan.

4. Azas dan Metode Perancangan

Dari hasil analisis kemudian akan dihasilkan rumusan dan metode rancang yang membantu dalam penentuan tema rancangan.

5. Konsep Perancangan

Menyusun tema, pendekatan, dan gagasan sebagai dasar perancangan agar tetap dalam batasan, maksud dan tujuan rancangan.

6. Gagasan Ide Rancang

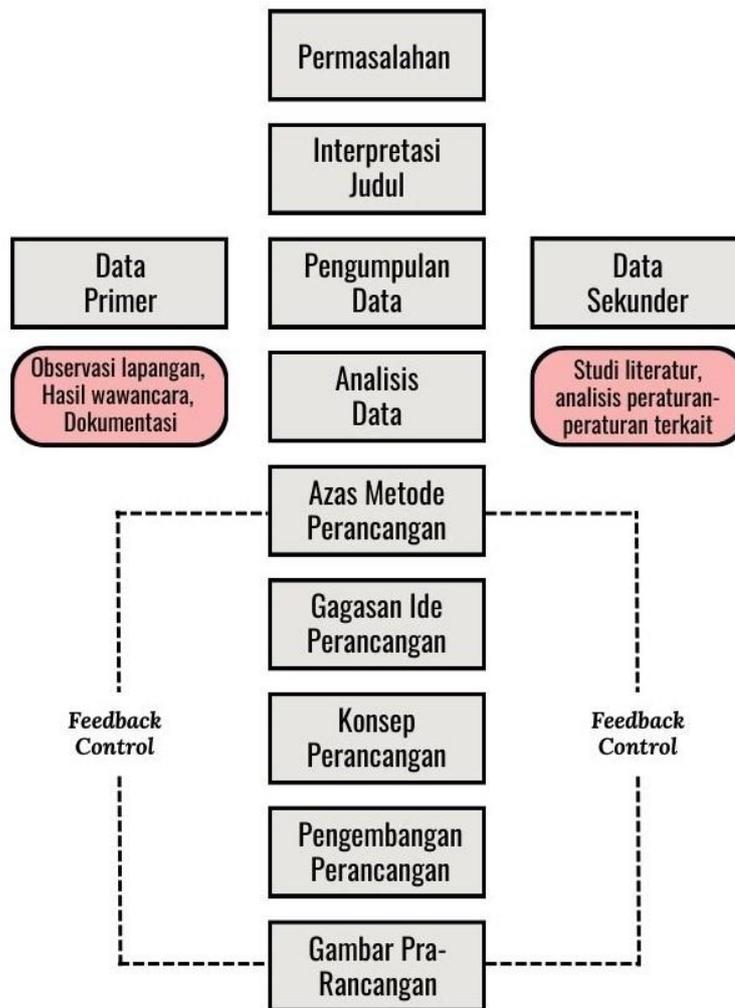
Gagasan ide merupakan proses olah pikir untuk memperoleh konsep ide bentuk yang sesuai dengan tema dan konsep yang akan diterapkan dalam rancangan.

7. Pengembangan Rancangan

Proses pengaplikasian rancangan yang sesuai dengan tema dan konsep yang telah didapat dari berbagai pemikiran hingga menjadi gagasan rancangan.

8. Gambar Pra-rancang

Desain pra-rancang akan diwujudkan ke dalam gambar pra-rancangan (layout, siteplan, denah, tampak, potongan, perspektif, dll).



Gambar 1.4 Diagram Tahapan Perancangan
Sumber: Analisis Pribadi (2023)

1.5. Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan laporan tugas akhir ini meliputi beberapa bab dengan pembahasan pokok yang memiliki bahasannya masing-masing, antara lain:

- BAB I: Pendahuluan yang berisi penjelasan terkait latar belakang judul, tujuan dan sasaran perancangan, Batasan dan asumsi rancangan serta tahapan perancangan dan sistematika pembahasan.
- BAB II: Tinjauan Objek Perancangan yang berisikan interpretasi terhadap judul dan tinjauan literatur yang mendukung proses dan pemahaman rancangan, serta studi kasus yang dijadikan acuan dalam rancangan.

- BAB III: Tinjauan Lokasi Perancangan yang berisikan penjelasan dan hasil analisis terkait pemilihan lokasi dan tapak yang terletak di Kota Cilacap.
- BAB IV: Analisis Perancangan yang berisikan hasil olahan data dan hasil dari analisis terhadap tapak, ruang, bentuk dan tampilan pada bangunan serta kajian literatur.
- BAB V: Konsep Perancangan yang berisikan rumusan fakta, isu, dan tujuan serta penentuan tema rancangan, metode rancangan yang meliputi konsep struktur, pencahayaan, utilitas, penghawaan, dan sebagainya.
- BAB VI: Aplikasi Perancangan yang berisikan hasil aplikasi dalam rancangan desain yang berisikan tapak/zoning, letak bangunan, sirkulasi, ruang luar, dan dalam, bentuk tampilan, struktur material, dan sistem bangunan.