

**PERANCANGAN INTERIOR JOGJA CREATIVE HUB
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**INTERIOR DESIGN PLANNING OF JOGJA CREATIVE HUB
AT SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

Arini Diar Iswari

Prodi Desain Interior, Fakultas Industri Kreratif, Universitas Telkom

arinidiarismwari@gmail.com, hendianwar333@gmail.com

Abstrak

Selama ini, sektor pariwisata telah menjadi sektor utama dalam perekonomian DIY seperti destinasi wisata alam, peninggalan sejarah, dan juga wisata belanja. Wisata belanja disini didukung oleh peranan para pelaku Industri Kreatif Kriya di DIY. Karena itu apabila para pelaku Industri Kreatif tidak didukung secara optimal, maka potensi wisata belanja pun tidak akan optimal. Selain Kriya, masih banyak sektor Industri Kreatif yang sedang berkembang dan juga berperan dalam Perekonomian DIY. Namun di DIY sendiri, dari 16 subsektor Industri Kreatif baru 4 subsektor saja yang telah didukung secara optimal oleh Pemerintah dan yang lainnya belum didukung secara optimal. Masih sedikit fasilitas yang tersedia untuk subsektor Industri Kreatif yang lain. Berdasarkan permasalahan itulah, perancangan Yogya Creative Hub perlu dilakukan untuk mewadahi kegiatan kreatif para pelaku Industri Kreatif di DIY. Para pelaku Industri Kreatif dapat menyalurkan ide kreatifnya dan juga dapat merasakan bagaimana suatu proses membuat karya berlangsung. Selain itu tempat ini dapat menarik minat para wisatawan untuk ikut belajar dan mengetahui bagaimana proses dan hasil karya Industri Kreatif di DIY sehingga dapat menaikkan nilai perekonomian DIY.

Kata Kunci: Jogja Creative Hub, DIY, Perancangan Interior

Abstract

As we know, tourism sector has been the main sector in Special Region of Yogyakarta's economy all the time, such as natural tourism, historical heritage, and shopping destination that spread in Special Region of Yogyakarta. Here, shopping tourism is supported by Creative Industry Craft perpetrators in Special Region of Yogyakarta. Therefore, if the perpetrators are not optimally supported, then the potential for shopping will not be optimal. Besides Craft, there are still many creative industry sector which is growing, and involved in Special Region of Yogyakarta's economy. However, from 16 creative industry sub-sector, there are only 4 sub-sectors which has been optimally supported by government, while the rest have not. There are still few facilities available for other Creative Industry sub-sector. Based on the problem identified, designing Yogya Creative Hub needs to be done in order to accommodate the activities of Creative Industries perpetrators in Special Region of Yogyakarta. Both Creative Industry perpetrators and citizens can channel their creative ideas, also to know and feel how a process of making a work takes place. Moreover, the other benefits are to attract the interest of tourists to get learn or know how the process and the work of Creative Industry in Special Region of Yogyakarta, so it can increase the economic value of Special Region of Yogyakarta.

Keyword: Jogja Creative Hub, DIY, Interior Design

I. Pendahuluan

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang biasa disingkat DIY merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak julukan, dan salah satunya adalah Yogyakarta kota pariwisata. Hal itu disebabkan karena Yogyakarta memiliki beraneka ragam objek wisata yang dapat dikunjungi. Banyak sekali aktifitas yang dapat dilakukan saat berkunjung ke Jogja, baik untuk berlibur, berbisnis, bahkan belajar. Selain terkenal dengan sebutan Kota Pariwisata, Yogyakarta juga terkenal dengan sebutan Kota Pelajar karena menurut data dari Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga DIY disebutkan bahwa terdapat 128 Pendidikan Tinggi sehingga terdapat banyak kaum remaja dari seluruh penjuru tanah air yang sedang menempuh pendidikan disana.

Selama ini, yang menjadi tulang punggung perekonomian DIY adalah sektor pariwisata. Dan menurut Yuniarto Dwi Sutono selaku Pelaksana Tugas Kepala Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta pada wawancara dengan portal berita republika.co.id pada Selasa (11/7/2017) mengatakan bahwa "Pariwisata tidak bisa dilepaskan dari

ekonomi kreatif. Jika ingin mengembangkan potensi pariwisata dengan optimal, maka peran ekonomi kreatif dan industri kreatif harus dilibatkan secara maksimal". Dan di Yogyakarta sendiri dari 16 subsektor industri kreatif hanya 4 subsektor saja yang telah digarap oleh pemerintah yaitu kerajinan, fashion, film animasi video, dan seni pertunjukan. Sedangkan 12 subsektor lainnya belum digarap oleh pemerintah secara optimal sehingga perkembangannya pun belum optimal. Masih sedikit fasilitas yang tersedia untuk kebutuhan 12 subsektor lainnya, padahal PEMDA DIY telah diminta oleh Presiden Joko Widodo untuk fokus pada pengembangan sektor industri kreatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat dan pembukaan lapangan kerja.

Berdasarkan permasalahan diatas, perancangan yang berjudul "*Jogja Creative Hub*" perlu dilakukan untuk mewadahi kegiatan kreatif di Yogyakarta. Tujuan dibangunnya *Creative Hub* ini adalah agar bisa menjadi sebuah tempat dimana para pelaku industri kreatif, pengusaha industri kreatif dan juga masyarakat umum untuk dapat menyalurkan ide kreatifnya, mengembangkan jaringan, berkolaborasi, memamerkan karya dan juga mempelajari bagaimana membuat suatu karya. Tempat ini dapat digunakan secara gratis sehingga seluruh masyarakat dapat mengunjunginya. Subsektor yang difokuskan dalam *Creative Hub* ini adalah Desain (Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, dan Desain Fesyen), dan Industri Kreatif Digital. Fasilitas yang disediakan berupa *Makerspaces* (studio kayu, studio digital), *Co-working space* (area co-working, co-office), *Creative Space* (Galeri, ruang kelas), Perpustakaan Material, dan Kafe. Manfaat lain dari perancangan *Jogja Creative Hub* ini adalah dapat menarik minat para wisatawan lokal maupun domestik untuk ikut belajar atau mengetahui kegiatan kreatif di Yogyakarta sehingga dapat menaikkan nilai perekonomian Yogyakarta.

1.1 Tahapan Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang berhubungan dengan objek perancangan dan masalah pada objek perancangan. Pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk perancangan interior *Jogja Creative Hub* di Daerah Istimewa Yogyakarta dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

- a. Wawancara
 - Dengan mahasiswa yang berkecimpung di bidang Industri Kreatif di Yogyakarta untuk mengetahui dan mendapat gambaran aktivitas apa saja yang dilakukan dan diperlukan oleh para pelaku Industri kreatif di DIY
 - Dengan dosen yang berkecimpung di bidang Industri Kreatif untuk mengetahui dan mendapat gambaran tentang tahapan aktivitas dan kebutuhan ruang yang diperlukan
- b. Kuisioner
 - Dengan menyebarkan kuisioner ke para mahasiswa yang jurusannya berhubungan dengan Industri Kreatif untuk mengetahui apakah *Jogja Creative Hub* dibutuhkan dan apa saja kebutuhan yang masing masing mahasiswa butuhkan untuk mendukung kegiatannya.
- c. Studi Kepustakaan

Melalui studi literatur dari buku-buku dan sebagainya yang berhubungan dengan perancangan *Jogja Creative Hub* baik untuk standar, teknis, maupun efek yang akan ditimbulkan untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan.
- d. Studi Lapangan atau Survey

Melakukan studi bading pada obyek yang sejenis dengan mengamati lokasi, mengidentifikasi kegiatan yang berlangsung, mengamati pengolahan ruang pada bangunan, dan mengidentifikasi fasilitas yang tersedia sebagai dasar perbandingan dalam pengelompokan kebutuhan dan pembuatan konsep.

II. Kajian Pustaka

a. Pengertian *Creative Hub*

- *Creative* merupakan kata Bahasa Inggris yang artinya Kreatif, dan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi kreatif adalah:
 - Memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan
 - Bersifat (mengandung) daya cipta: pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi.
- *Hub*

Hub merupakan kata Bahasa Inggris, dan menurut *Merriam-Webster Dictionary* artinya adalah:

 - *The Central part of a circular object*
 - *A center of activity (focal point)*
- *Creative Hub* menurut British Council adalah sebuah tempat baik fisik maupun virtual yang menyatukan orang-orang kreatif untuk berkumpul dengan menyediakan ruang dan dukungan untuk mengembangkan

jaringan relasi, pengembangan bisnis, dan keterlibatan masyarakat dalam bidang kreatif, budaya dan sektor teknologi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian *Creative Hub* adalah sebuah tempat pusat kegiatan kreatif yang menyediakan ruang-ruang untuk menampung ide kreatif serta melakukan kegiatan kreatif.

b. Tujuan *Creative Hubs*

Tujuan dari *Creative Hubs* yaitu:

- Untuk mendukung kegiatan industri kreatif dengan menyediakan fasilitas yang disediakan untuk menampung ide-ide kreatif, proyek kreatif, komunitas, dan juga bisnis Industri Kreatif baik jangka panjang maupun jangka pendek seperti acara-acara kreatif, pelatihan *softskill* maupun *hardskill*, pengembangan relasi dan bisnis, dan juga kesempatan global.
- Untuk memfasilitasi kolaborasi dan jaringan relasi antar pelaku industri kreatif dan masyarakat umum

c. Jenis *Creative Hubs*

Berdasarkan buku *Creative HubKit* oleh *British Council*, *creative hubs* memiliki aneka ragam bentuk dan juga ukuran dan memiliki definisi yang bermacam macam seperti lab, inkubator, dunia maya dan lain lain. Dan berikut adalah bentuk-bentuk yang paling umum, yaitu:

- Studio adalah ruang-ruang kecil yang kolektif baik itu milik individu ataupun bisnis skala kecil di sebuah *co-working space*.
- Pusat adalah gedung berukuran besar yang memiliki fasilitas pendukung seperti kafe, bar, bioskop, bengkel kerja, toko, dan tempat pameran.
- Jaringan adalah kelompok/komunitas dalam subsektor industri kreatif tertentu ataupun tempat tertentu.
- *Online Platform* adalah sebuah *creative hubs* yang hanya menggunakan metode online seperti website, social media untuk berhubungan dengan para pelaku industri kreatif.
- Alternatif adalah *creative hubs* yang fokus pada eksperimental dengan komunitas-komunitas baru, subsektor industri kreatif, dan lembaga keuangan.

Selain jenis *creative hubs* yang disebutkan diatas, terdapat juga beberapa tambahan *creative hubs* tradisional Indonesia yaitu:

- Taman Budaya
Taman Budaya adalah sebuah tempat yang menyediakan area *outdoor* maupun *indoor* yang ditujukan untuk kegiatan seni dan budaya. Biasanya digunakan oleh para seniman dan juga institusi.
- Sanggar
Sanggar merupakan tempat yang lebih konvensional, biasanya digunakan untuk tempat latihan, *workshop*, dan untuk pertunjukan seni.
- Gelanggang Olahraga Remaja
Gelanggang merupakan sebuah tempat indoor yang biasa digunakan untuk kegiatan olahraga maupun acara musik. Tempat tersebut biasanya multifungsi dan pengguna utamanya adalah anak-anak muda. Lokasinya biasa berada dekat dengan balai kota.

d. Kategori *Creative Hubs*

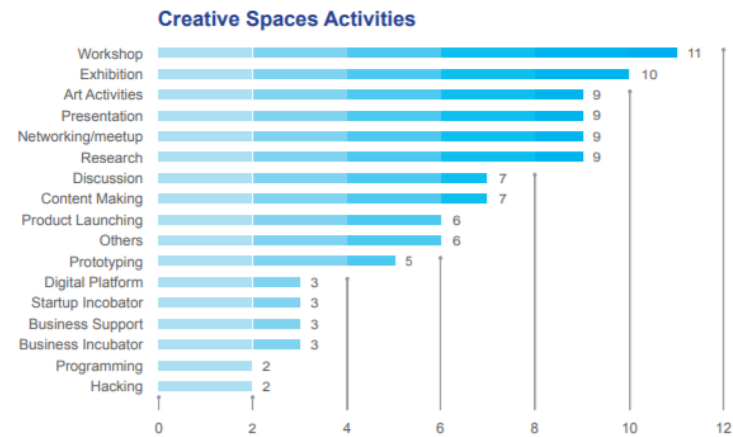
Menurut buku *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia* oleh *British Council*, untuk tujuan analitis dan agar praktis, *British Council* mengkategorikan *creative hubs* yang ada di Indonesia menjadi 3 berdasarkan fungsinya masing masing yaitu:

- *Creative Space*
Creative Space adalah awal dari gerakan seni dan budaya di Jakarta. Biasanya dijalankan oleh individu maupun komunitas seni yang menyediakan tempat untuk menghasilkan karya, memajang karya, maupun menjual karya. Contohnya seperti ruang mes 56, Lawang Wangi, dan ruangrupa.
- *Coworking Space*
Coworking memiliki fungsi yang berbeda dengan *creative space*, tempat ini tidak hanya menyediakan tempat untuk bekerja namun juga sebuah tempat untuk berkumpulnya komunitas dan perorangan yang ingin berkolaborasi dan menambah jaringan relasi.
- *Makerspace*
Makerspace tidak berbeda jauh dengan *coworking*, namun perbedaannya adalah pada *makerspace* terdapat mesin mesin khusus yang digunakan untuk memproduksi atau menghasilkan sebuah produk maupun karya. Sedangkan *coworking* biasanya hanya menyediakan peralatan untuk bekerja.

e. Kegiatan *Creative Hubs*

Kegiatan *creative hubs* dibagi menjadi 3 kategori berdasarkan kategori yang telah dijelaskan, dan dibawah ini adalah rangkuman dari berbagai jenis aktivitas yang biasa dilakukan dalam suatu *Creative Hubs* yaitu:

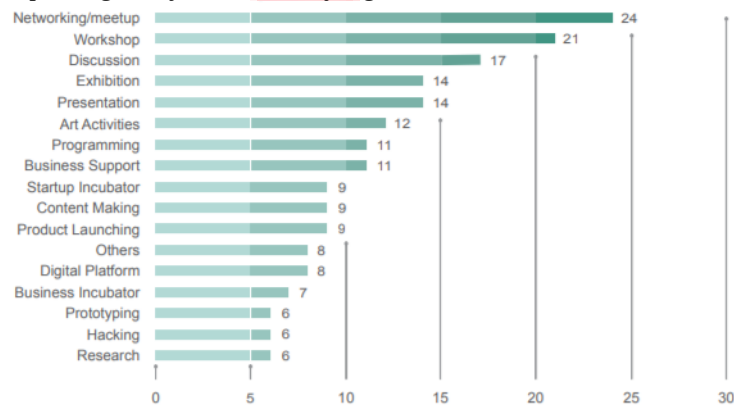
- *Creative Space*
Berikut ini adalah grafik presentasi aktivitas yang dilakukan pada *creative space*:



Gambar 2.1 Grafik Aktivitas *Creative Spaces*
(Sumber: Buku *Enabling Space: Mapping Hub In Indonesia*)

- *Coworking Space*

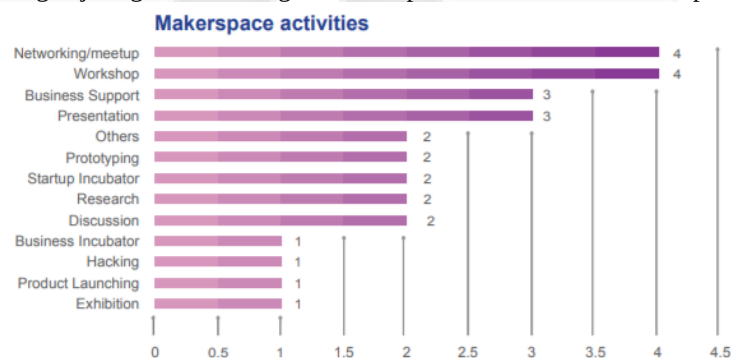
Dibawah ini merupakan grafik jenis aktivitas yang biasa dilakukan dalam suatu *coworking spaces*:



Gambar 2.2 Grafik Aktivitas *Coworking Spaces*
(Sumber: Buku *Enabling Space: Mapping Hub In Indonesia*)

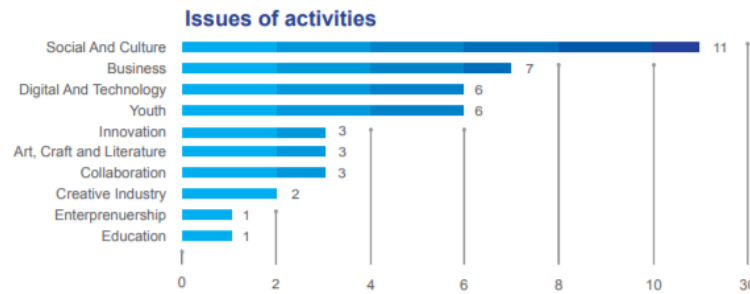
- *Makerspace*

Pada area *makerspace*, apabila sedang tidak ada suatu proyek tertentu biasanya kegiatan yang dilakukan adalah pengembangan jaringan relasi dengan sesama pelaku industri kreatif ataupun pertemuan.



Gambar 2.3 Grafik Aktivitas *Makerspace*
(Sumber: Buku *Enabling Space: Mapping Hub In Indonesia*)

Pada umumnya, kegiatan yang sering dilakukan di atau oleh *creative hubs* di Indonesia adalah kegiatan yang berkaitan dengan isu sosial-budaya. Karena itulah *creative hubs* di Indonesia sering bekerja sama dengan komunitas kreatif yang ada dan juga lingkungan sosial disekitarnya. Setelah sosial-budaya, kegiatan yang sering dilakukan adalah kegiatan dengan isu bisnis dan juga teknologi digital.



Gambar 2.4 Isu Aktivitas pada *Creative Hubs*
(Sumber: Buku *Enabling Space: Mapping Hub In Indonesia*)

III. Konsep Desain

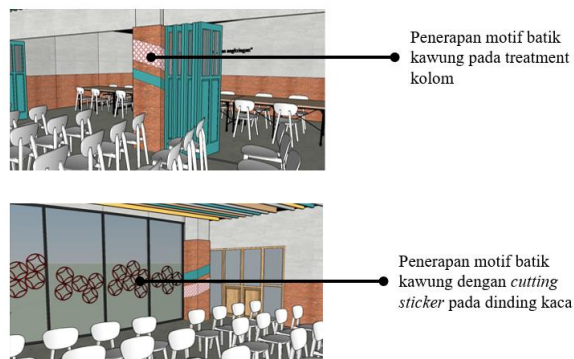
3.1 Tema Perancangan

Tujuan utama dari perencanaan dan perancangan interior *Jogja Creative Hub* adalah sebagai tempat yang dapat digunakan untuk belajar, berkarya, dan bekerja. Selain itu tujuan lainnya adalah merencanakan suatu desain yang dapat memberi stimulasi bagi kreativitas para pengguna, dan memberikan suasana khas Jogja pada desain interiornya.

Melalui penjelasan tersebut, tema yang dipilih adalah "*Jogja Sensation*". Dengan pencapaian suasana akhir untuk memberikan suasana yang nyaman untuk bekerja serta berkarya dengan sentuhan suasana khas Jogja namun dengan gaya yang modern atau masa kini.

3.2 Penerapan Tema

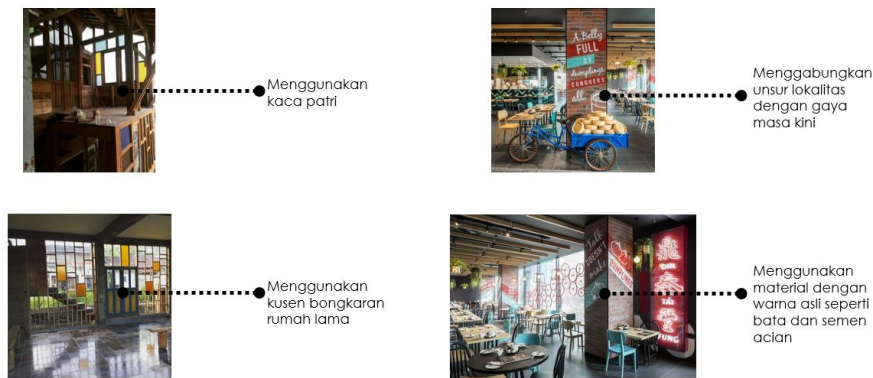
Sensasi Jogja yang ingin dibawa dalam perancangan interior ini adalah dengan menerapkan elemen elemen khas Jogja seperti penggunaan beberapa material yang digunakan pada rumah Jogja jaman dahulu, penggunaan aksesoris khas Jogja, penggunaan warna khas keraton Jogja yaitu hijau dan kuning, serta penggunaan motif batik khas Jogja pada beberapa elemen interior seperti penggunaan motif batik kawung dan grompol pada dinding kaca, dan penggunaan motif batik kawung pada treatment kolom.



Gambar 3.1 Contoh penerapan
(Sumber: Data pribadi)

3.3 Pencapaian Suasana

Capaian suasana dari perencanaan dan perancangan interior *Jogja Creative Hub* adalah membawa suasana khas Jogja dengan menerapkan beberapa material khas Jogja pada treatment dinding, lantai, dan juga furniture dengan sentuhan gaya modern. Karena pengguna dari *Jogja Creative Hub* mayoritas berasal dari kalangan anak muda, maka suasana yang diharapkan adalah suasana ruang yang *enjoyable and cheerful*.

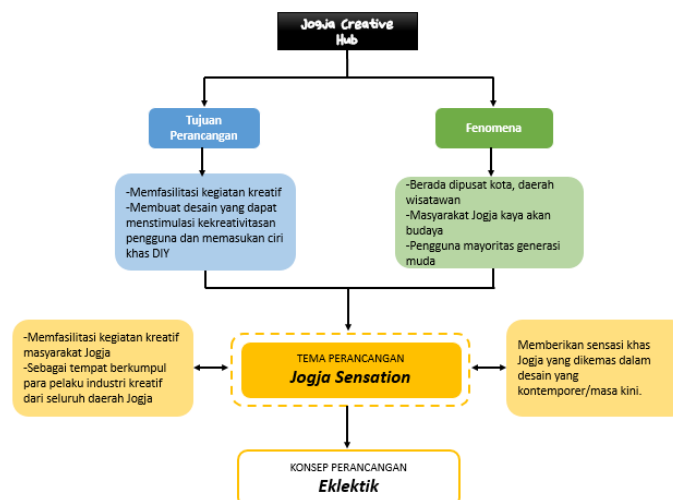


Gambar 3.2 Contoh suasana yang diinginkan
(Sumber: Data pribadi)

3.4 Konsep Perancangan

Secara umum konsep yang diangkat pada perancangan ini adalah konsep eklektik. Gaya ini menggabungkan unsur gaya desain dari masa lalu untuk menciptakan sesuatu yang baru. Dalam Desain Interior, elemen-elemen ini mencakup furnitur yang digunakan, motif dekorasi, ornamen, motif budaya tradisional atau gaya dari negara lain. Dengan dasar gaya desain masa lalu, lalu di padukan dengan berbagai macam gaya yang akhirnya menghasilkan suatu desain yang baru. Eklektisme tidak selalu menggabungkan, tetapi kadang hanya menerapkan salah satu gaya saja, hanya saja dalam bentuk konstruksi, fungsi, dan sisi konseptual berbeda dari sistem yang asli.

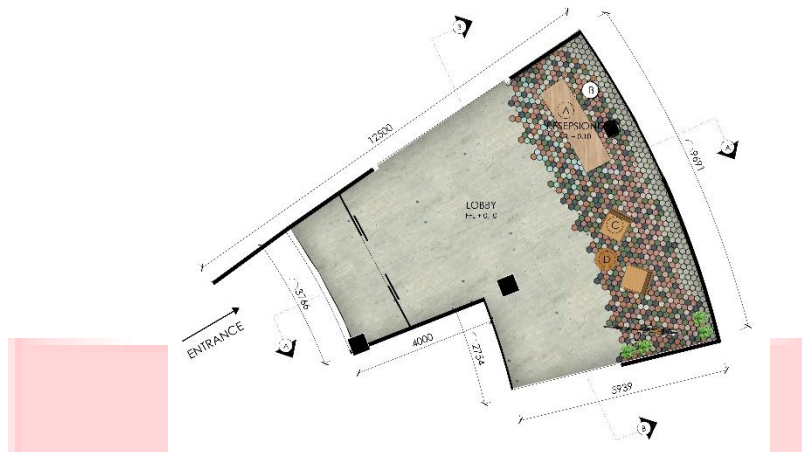
Gaya Eklektisme yang dipakai pada perancangan ini adalah dengan menerapkan material khas Jogja, perabotan khas Jogja, dan juga aksesoris khas Jogja. Selain itu terdapat juga motif batik khas Jogja yang digunakan sebagai elemen dekoratif dalam perancangan interiornya. Dan berikut ini adalah pola pikir perancangan dari tema perancangan ini:



IV. Hasil Desain

a. Denah Khusus

Area ini merupakan area lobi yang mewakili keseluruhan tema untuk Jogja Creative Hub. Area Lobi berukuran tidak terlalu besar, area ini merupakan area publik yang terbagi menjadi dua area yaitu area Informasi dan juga area tunggu. Area ini di desain terinspirasi dari ruang tamu rumah Jogja jaman dahulu. Elemen Jogja yang diterapkan berupa lantai tegel berbentuk hexagonal dengan beragam warna polos, jenis kursi jengki yang digunakan pada ruang tunggu, kusen jendela bekas bongkahan rumah lama, dan juga sepeda onthel sebagai pemanis ruang. Selain itu bentuk ceiling pada area lobi juga terinspirasi dari ceiling rumah joglo yang bentuknya memusat.



Gambar 4.1 Layout Lobi
(Sumber: Data pribadi)



Gambar 4.2 Tampak Lobi
(Sumber: Data pribadi)



Gambar 4.3 Penerapan konsep
(Sumber: Data pribadi)

b. Denah Final

Desain pada area ruang kelas dan makerspace dibuat dengan suasana yang cerah dan juga *enjoyable* sehingga para pengunjung dapat merasa nyaman saat melakukan kegiatan. Ruang kelas terbagi menjadi dua area yaitu area kelas biasa dan juga workshop. Area workshop ditujukan untuk kegiatan workshop yang tidak memerlukan alat berat dan dengan kapasitas sedikit.



Gambar 4.4 Perspektif Ruang Kelas
(Sumber: Data pribadi)

Untuk area makerspace, ruangan terbagi menjadi 4 yaitu ruang kerja umum, woodworking area untuk pekerjaan yang berhubungan dengan kayu dan mesin kayu, digital area yang menyediakan beberapa komputer serta

beberapa macam printer untuk desain, textile area untuk kegiatan yang berhubungan dengan kain dan mesin untuk kain seperti mesin jahit, mesin obras, dan lain lain.



Gambar 4.5 Perspektif Makerspace
(Sumber: Data pribadi)

Sedangkan untuk area kafe terbagi menjadi dua yaitu area kafe indoor dan area kafe outdoor. Material lantai pada area indoor menggunakan lantai tegel kunci bentuk persegi dengan beragam warna polos. Furniturnya ada yang menggunakan kursi jenis jengki, dan pada area ceiling terdapat treatment berbentuk motif batik kawung. Sedangkan untuk area outdoor terdapat dinding panjang yang diberi kusen jendela bekas bongkaran rumah lama yang disusun secara acak.



Gambar 4.6 Perspektif Makerspace
(Sumber: Data pribadi)

V. Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan ini adalah perancangan dan perancangan interior Jogja Creative Hub di DIY bertujuan untuk mewadahi kegiatan Industri Kreatif di Yogyakarta serta memberikan nuansa khas Jogja pada interiornya agar para pengunjung dapat mengetahui bahwa elemen khas Jogja dapat dipadu padankan dengan elemen modern secara harmonis. Manfaat lain dari perancangan Jogja Creative Hub adalah dapat menjadi daya tarik sendiri untuk para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk belajar tentang industri kreatif yang berkembang di Jogja.

Perancangan Jogja Creative Hub merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah DIY dan juga BEKRAF. Yogyakarta merupakan sebuah daerah yang lekat akan budayanya, karena itulah konsep Eklektik digunakan untuk tetap menjaga lokalitasnya namun dikemas dengan gaya yang modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Creative HubKit: Made by Hubs for emerging hubs* karya British Council
Valentina Kris Utami (2017), *Landasan Konseptual Perancangan dan Perencanaan Coworking Space di Yogyakarta*
Dika Ardi Irawan (2016), *Perancangan Co-Working Space di Yogyakarta dengan Pendekatan Ruang Interaksi Kreatif*
Fian Akhya (2017), *Perancangan Jogja Creative Hub*
Lutfiana Nurwadhani (2017), *Perancangan Pusat Kreatif Bandung*
Human Dimension and Interior Planning
Neufert Architech Data Third Edition
Time Saver Standards for Building Type, Standard for Gallery

Shigenobu Kobayashi (2009), *Color Image Scale*, Kondansha International
Tri Nugroho (2013), *Bandung City Gallery*, Available at elib.unikom.ac.id
Enabling Spaces (Mapping Creative Hubs in Indonesia) karya British Council (2017)
How to create a co-working space handbook karya Duygu Ergin

Sumber Web:

<https://adhisthanahotel.com/>

<http://www.domisilium.com/>

<http://jogja.tribunnews.com/tag/industri-kreatif>

<https://kumparan.com/>

