

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan dan banyaknya pelaku industri kreatif mulai terjun ke Industri Kreatif memunculkan sebuah kebutuhan baru untuk terus berkarya di Kota Bandung, yang kemudian hal tersebut direspon oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan membangun sebuah fasilitas Pusat Kreatif Bandung BCH (Bandung Creative Center) yang diresmikan pada tahun 2017.

Fakta yang didapat berdasarkan dari pengamatan, survey lapangan dan wawancara menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang ditemukan, diantaranya adalah kondisi interior BCH yang belum dapat mendukung pengguna secara optimal. Hal ini disebabkan oleh fasilitas yang tersedia belum kebutuhan komunitas industri kreatif di Bandung. Kemudian ruang interior BCH memiliki pengalaman ruang yang tidak dapat merespon pola perilaku kreatif dan menstimulus tingkat kreativitas pengguna di dalamnya.

Salah satu solusinya adalah dengan merancang *Creative hub* di Kota Bandung dengan pendekatan *Cinematic Experience* yang memiliki konsep *optical illusion*, Film memiliki dua unsur pembentuk yaitu unsur naratif dan unsur sinematik yang saling berkesinambungan dan berkaitan untuk membentuk sebuah film menurut Pratista (2008). *The Collins English Dictionary* mendefinisikan '*immerse*' sebagai "untuk terlibat secara mendalam". Menurut Jackson (2018), terlibat secara mendalam dalam suatu pengalaman dapat membantu pengembangan wawasan, kepercayaan diri, dan kemampuan untuk belajar hidup dan bekerja. Manusia cenderung akan bekerja secara efektif dan kreatif di ruangan yang *immersive*. Menurut Bankole (2015), secara harfiah, istilah lingkungan *immersive* mengacu pada seseorang terlibat secara mendalam dalam lingkungan dimana mereka berada. Menurut Lorentz (2006)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan kreatif. Dengan disajikannya *Creative hub* Bandung dengan pendekatan *Cinematic Experience* yang berkaitan dengan salah satu unsur pembentuk film unsur sinematik, dapat menarik para pelaku kreatif untuk

merasakan pengalaman ruang dengan *Optical Illusion* dan bersifat *Immersive* yang meyakinkan bahwa mereka sedang berada di ‘dunia lain’ menggunakan salah satu konsep dari persepsi visual, *Optical Illusion* sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai solusi yang efektif dan efisien yang dapat memulihkan kondisi prima fisik dan mental pegiat kreatif dari permasalahan yang mempengaruhi kreatifitas dan menciptakan testimoni yang baik dari generasi millennials.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang didapatkan dari hasil observasi dijadikan pembahasan dalam perancangan ulang Bandung *Creative hub* antara lain

- a. BCH belum menjadi fasilitas yang mampu menjadi faktor pendukung dan pendamping dalam proses pengembangan Industri Kreatif serta mampu mewadahi aktivitas dan kegiatan yang dilaksanakan oleh pelaku Kreatif secara keseluruhan.
- b. Bandung *Creative hub* belum memenuhi fasilitas komunitas Kreatif unggulan dari segi interiornya secara optimal sehingga kegiatan tidak dapat berjalan dengan sepenuhnya.
- c. Bandung *Creative hub* tidak memiliki pengalaman ruang yang menstimulasi kreativitas dari pengguna nya
- d. Belum terdapat ruang di Bandung *Creative hub* yang menawarkan interior desain dengan pendekatan sinematik
- e. Belum terdapat *Creative hub* yang menggunakan konsep sinematik

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan, maka rumusan permasalahan untuk Perancangan Ulang Interior Bandung *Creative hub* sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang ulang sebuah fasilitas yang mampu mewadahi aktivitas dan kegiatan Kreatif unggulan secara keseluruhan dan mendukung serta mendampingi individu di komunitas tersebut?
2. Bagaimana merancang fasilitas yang mampu merespon pola perilaku kreatif penggunaanya sehingga dapat memberikan stimulus untuk meningkatkan tingkat kreativitas?

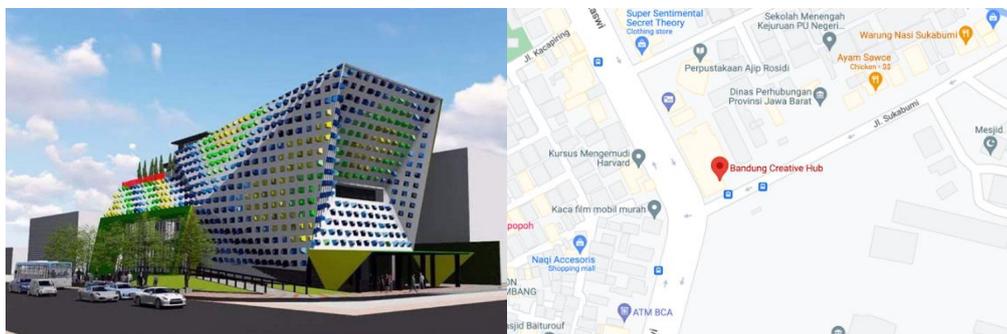
3. Bagaimana cara mendesain interior Bandung *Creative hub* dengan konsep Sinematik?
4. Bagaimana cara mendesain Bandung *Creative hub* dengan atmosfer *Immersive* dengan Teknik Montage?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini yaitu untuk menciptakan rancangan lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi pilihan, harapan, kepuasan yang sesuai dengan standar untuk memenuhi keefektifan dari konsumen. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan sebuah rancangan interior Bandung *Creative hub* yang diperuntukan untuk Pelaku Kreatif di Kota Bandung dan diharapkan bisa memberikan efek positif dari untuk komunitas yang ada di dalamnya dengan sasaran dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi sebuah tempat berkumpul untuk pelaku Kreatif Kota Bandung yang diharapkan mendukung dan mendamping terhadap perkembangan pelaku Kreatif.
- b. Memberikan fasilitas yang mampu menunjang event & kegiatan komunitas kreatif berdasarkan kebutuhannya.
- c. Menerapkan pendekatan sinematik sehingga dapat memberikan stimulus terhadap pengguna dalam meningkatkan tingkat kreativitas yang mengedepankan proses kolaboratif.
- d. Mengoptimalkan zoning ruang dengan kajian standar desain interior agar tercipta hubungan antar ruang yang baik.

1.5 Batasan Perancangan



Gambar 1. 1 Lokasi Denah
Sumber: Google.com, 2019

Denah eksisting memiliki batasan sebagai berikut:

- Data Objek:

1. Nama : Bandung Creative Hub
2. Lokasi : Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271
3. Luas Bangunan : 6000 m²
4. Bidang : Pusat Kreatif
5. Pengguna : Publik, semua umur
6. Jam operasional : Senin-Minggu 10.00-22.00 WIB
7. Penggagas : Pemda Kota Bandung
8. Tipologi Site : Bangunan Keseluruhan
9. Fasilitas : - Workshop
- *Makerspace*
- Co-Office
- Concept Store
- Classroom
- Meeting Room
- Lounge Room
- Café
10. Kegiatan : Pengenalan proses produksi produk dan edukasi Komunitas

1.6 Manfaat Perancangan

- a. Manfaat Bagi Masyarakat/ Komunitas
- b. Manfaat Bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan
- c. Manfaat Bagi Keilmuan Interior

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Penentuan Objek

Menentukan objek berdasarkan fenomena yang sedang terjadi kemudian didapatkan sebuah isu yang dijadikan latar belakang penentuan objek, kemudian objek yang didapat akan diidentifikasi beberapa inti permasalahan yang menghasilkan rumusan masalah dan Batasan perancangan interior yang akan dibuat, tujuan dari perancangan serta sasaran perancangannya.

1.7.2 Tahap Pengumpulan Data

Terbagi atas dua kelompok, yaitu:

a. Data Primer

Data primer didapatkan dari hasil pengamatan dan observasi pada studi preseden serupa, survey, wawancara, dan mengamati kebutuhan berdasarkan kegiatan dan pengguna ruang. Studi banding yang di pilih untuk di analisis yaitu Jakarta *Creative hub* dan Studi Preseden yang di pilih untuk di analisis adalah *Mbloc Space*

b. Data Sekunder

Data sekunder didapat dari hasil studi dan pengumpulan standar serta literatur mengenai perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dan program pemerintah setempat mengenai industri kreatif yang didapat dari website pemerintah, literatur/jurnal, dan *YouTube*.

1.7.2.1 Wawancara

Wawancara dilakukan pada 6 ruangan untuk mengetahui bagaimana behavior pelanggan yang ada pada ruangan tersebut sebagai bahan referensi dalam perancangan interior apa yang diperlukan.

a. Cafe

b. Co-Working *Space*

c. Studio Fotografi

d. Studio Musik

e. Studio Fashion

f. Studio Tari

1.7.2.2 Observasi

Observasi dilakukan dengan mendatangi 6 ruangan yang menyerupai objek perancangan, lalu mengambil beberapa gambar *scene* yang diperlukan dan memberikan analisis tentang kejadian tersebut.

1.7.3 Analisa Data

Merupakan penggabungan dari Data Primer serta Data Sekunder dan menghasilkan jawaban untuk pemecahan masalah yang ditemukan pada perancangan. Hasil dari Analisa data berupa rumusan kebutuhan ruang, fasilitas dan standar yang dibutuhkan, penempatan dan hubungan ruang, serta blocking dan zona ruang.

1.7.4 Menentukan Tema dan Konsep

Tema dan Konsep dijadikan sebuah acuan suasana dan bentuk ruang dalam perancangan serta berperan sebagai pemecahan permasalahan yang ada dalam perancangan.

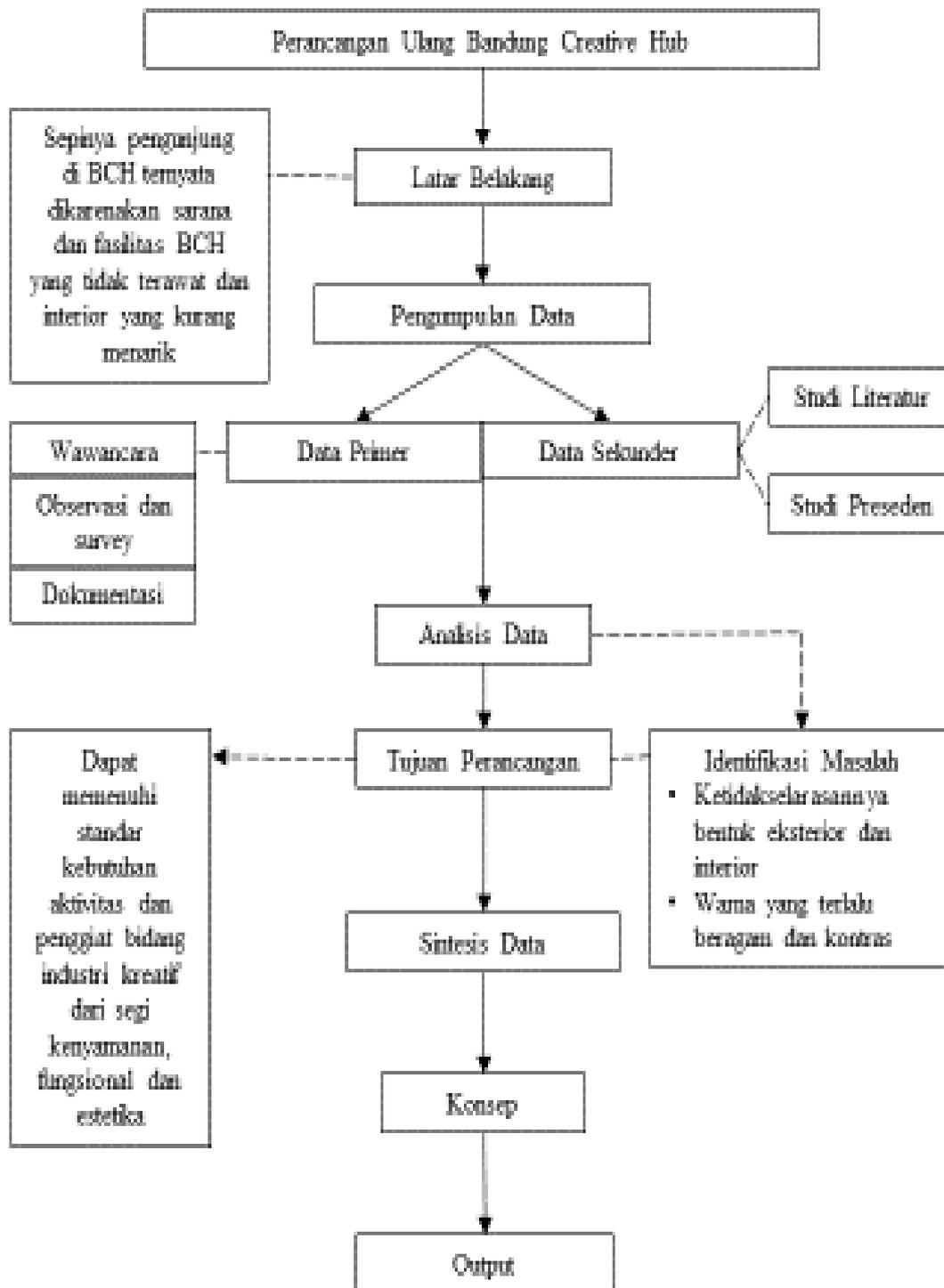
1.7.5 Proses Implementasi Desain

Penerapan Tema dan Konsep dalam perancangan dituangkan ke dalam bentuk gambar kerja dan persentasi yang kemudian dibuat beberapa alternatif guna memperoleh hasil desain yang paling mendekati sempurna untuk kebutuhan perancangan.

1.7.6 Hasil Akhir Perancangan

Hasil akhir desain perancangan berupa sebuah gambar kerja yang terdiri dari setiap segmen yang dibutuhkan, *Prototype* maket sebagai visual nyata, skema material asli sebagai contoh material yang digunakan pada perancangan, dan gambar persentasi render.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir
Sumber: Data Pribadi

1.9 Sistematika Pembahasan

Berikut merupakan sistematika dari penulisan perancangan yang dilampirkan dalam beberapa poin.

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, batasan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, pembaban, dan kerangka piker dalam perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang definisi proyek, klasifikasi proyek, standardisasi proyek, dan pendekatan desain yang meliputi teori desain serta preseden desain yang akan digunakan dalam perancangan.

BAB III STUDI BANDING DAN STUDI EKSISTING

Membahas tentang analisis studi banding 1, analisis studi banding 2, analisis studi banding 3, tabel komparasi, dan deskripsi proyek yang meliputi analisis site, analisis bangunan eksisting, analisis alur aktivitas, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang, matriks, bubble diagram, zoning dan blocking pada perancangan.

BAB IV TEMA DAN KONSEP

Membahas tentang keputusan pemilihan tema dan konsep yang sesuai dan didukung oleh pendekatan desain yang telah ditentukan sebagai solusi dari perancangan.

BAB V KESIMPULAN

Membahas tentang kesimpulan dari seluruh proses perancangan yang telah dilaksanakan.