

# BAB I

## PENDAHULUAN

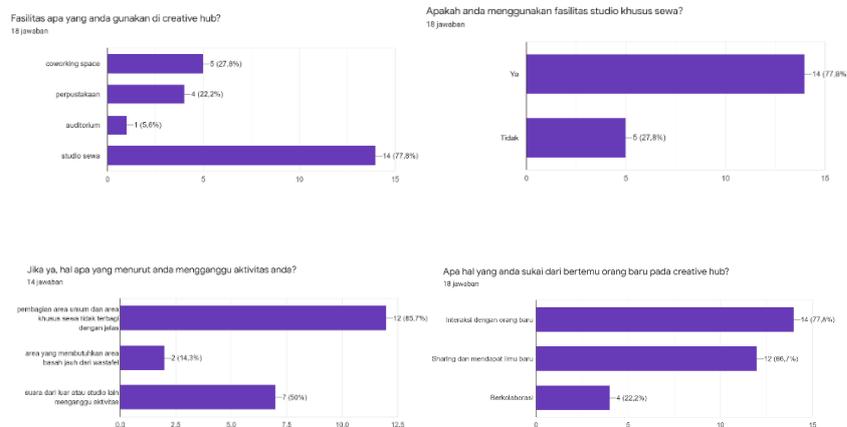
### 1.1 Latar Belakang

Kota Depok memiliki berbagai potensi dalam industri kreatif. Wali Kota Depok tahun 2012 H Nur Mahmudi Ismail menyebutkan, banyak cara menjemput kesuksesan, yakni dengan mengembangkan industri kreatif. Pada dasarnya, industri kreatif menghasilkan sebuah produk yang unik yang merupakan hasil ide dari pelaku industri kreatif itu sendiri. Secara geografis, Kota Depok terletak dekat dengan pusat perekonomian di ibukota dan beberapa kota satelit lainnya. Kota Depok juga sudah memiliki berbagai jaringan komunikasi yang tertarik pada hasil produk kreatif Kota Depok Menurut Diskominfo.depok pada tahun 2016. Potensi ekonomi kreatif dapat terus dikembangkan, terutama di Kota Depok, Jawa Barat. Wali Kota Depok Mohammad Idris mengatakan Adanya Creative Center/Creative Hub akan dapat mengurangi penyimpangan sosial yang dilakukan anak-anak muda di Kota Depok, baik itu geng motor, dan vandalisme. Berdasarkan proporsi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) ekonomi kreatif kota Depok, memperkenalkan 3 sektor industri kreatif paling diminati di Kota Depok, diantaranya sektor Fashion, sektor Desain Produk, dan sektor Seni Kriya.

Karena kesadaran bahwa industri kreatif memerlukan inovasi dan SDM yang berkualitas pada masing-masing sub sektor industri kreatif, agar mampu bersaing dan mengikuti perkembangan zaman, maka gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil berencana membangun pusat kreatif berupa Gedung yang berisi ruang-ruang tempat memproduksi kreativitas di Kota Depok dengan design yang dapat menarik minat pengguna dan pengunjung dalam industri kreatif dan menstimulus pola perilaku kreatif dan produktif dalam menuangkan ide kreatifnya. Fasilitas didalamnya bisa berupa makerspace, perpustakaan, galeri, auditorium, coworking space hingga pameran yang menampilkan produk hasil kreativitas para pelaku kreatif. Dengan begitu Creative Hub di Kota Depok sangat dibutuhkan dengan harapan industri kreatif di Kota Depok mampu unggul dalam kualitas produk dan berdaya

saing tinggi serta tetap mampu melestarikan industri kreatif. Selain itu juga Kota Depok telah diusulkan menjadi salah satu kota kreatif, sehingga menjadi alasan kuat lainnya mengapa di Kota Depok diperlukan sarana yang dapat mendukung berkembangnya sektor sektor industri kreatif.

Berdasarkan studi lapangan dan survey yang dilakukan pada pengunjung Bandung Creative Hub, pembagian area khusus penyewa dan area pengunjung umum tidak terbagi secara jelas sehingga mengganggu aktivitas pada area khusus penyewa, fasilitas yang ada tidak memadai untuk pelaku industri kreatif melakukan kegiatan sesuai jenis subsektor yang ada berdasarkan standar ruang industri Fashion, Desain Produk, dan Seni kriya. Ruang pada sektor tersebut cenderung kosong dan tidak ada fasilitas penunjang yang dibutuhkan seperti tidak ada drafting area dan ruang jahit yang terpisah dari studio fashion, dan tidak ada makerspace sebagai ruang produksi karya pada Creative Hub.



Gambar 1. 1 Hasil Kuisisioner Pengunjung terhadap Fasilitas Bandung Creative Hub

Sumber : Dokumen Pribadi

Berdasarkan hasil observasi dan data diatas pertimbangan serta isu utama mengenai belum adanya sarana untuk mengembangkan sektor-sektor industri kreatif dengan desain yang menarik minat pengguna dan pengunjung pada industri kreatif dan menstimulus pola perilaku kreatif dan produktif menjadi dasar perancangan Creative Hub di Kota Depok. Fasilitas pada studi lapangan yang dilakukan di Bandung Creative Hub tidak

memadai untuk memaksimalkan kegiatan industri kreatif pada Creative Hub. Untuk itu perlu dilakukan *new design*, sebagai wadah dan sarana dengan fasilitas yang dibutuhkan bagi para pelaku industri kreatif agar mampu menghadapi perkembangan zaman dan menyambut perkembangan industri kreatif di masa yang akan datang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena dan Analisis yang dikemukakan di atas, serta kesimpulan dari studi banding yang meliputi: Bandung Creative Hub dan Jakarta Creative Hub permasalahan yang didapat adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pemikiran gubernur Jawa Barat dan wali kota Depok, perlu diwujudkan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan industri kreatif di Kota Depok dengan design yang menarik minat pengguna dan pengunjung pada industri kreatif dan menstimulus pola perilaku kreatif dan produktif.
- b. Berdasarkan survey yang dilakukan pada beberapa pengunjung Bandung Creative Hub, Bandung Creative Hub belum memenuhi standar privasi ruang yang baik, seperti tidak adanya pembagian yang jelas antara area pengunjung umum dan area khusus penyewa.
- c. Fasilitas pada studi lapangan (Bandung Creative Hub) tidak lengkap dimana tidak adanya ruang makerspace sebagai ruang produksi karya pada Creative Hub sedangkan pada studi banding (Jakarta Creative Hub), hanya menyediakan 1 ruang makerspace untuk seluruh subsektor industri kreatif.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan analisa identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dari perancangan Creative Hub di Kota Depok adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menciptakan fasilitas yang mampu mewadahi aktivitas dan kegiatan para pelaku industri kreatif di Kota Depok, dengan design yang menarik minat pengguna dan pengunjung pada industri kreatif dan menstimulus pola perilaku kreatif dan produktif?

- b. Bagaimana menghadirkan organisasi ruang yang mementingkan privasi bagi pengguna Creative Hub?
- c. Bagaimana memaksimalkan ruang pada Creative Hub dengan fasilitas yang dibutuhkan pengguna untuk menunjang kegiatan yang dilakukan pada Creative Hub?

## **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

### **1.4.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan Creative Hub di Kota Depok ini adalah dengan harapan sebagai berikut:

- a. Menjadi fasilitas yang dapat menampung Pelaku industri kreatif di Kota Depok, agar dapat bekerja dengan lebih produktif, dan memberi kesempatan masyarakat umum untuk belajar dan melatih skill, agar tercipta sumber daya manusia yang kreatif dan produktif.
- b. Menjadi wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk dapat melihat lebih luas subsektor industri kreatif dan dapat mengetahui subsektor kreatif yang belum pernah dikenal sebelumnya, juga sebagai wadah sharing dan interaksi para pelaku industri kreatif.
- c. Menjadi sarana kolaborasi antara umkm dengan pelaku industri kreatif untuk menciptakan produk baru berdasarkan subsector yang ada.

### **1.4.2 Sasaran Perancangan**

Sasaran target dari perancangan Creative Hub di Kota Depok ini adalah:

- a. Memudahkan para Startup menemukan tempat yang ideal untuk bekerja, belajar, sharing, berfikir, berinteraksi, mengenal hal baru, dan menciptakan sesuatu yang baru demi menunjang tingkat produksi startup kreatif di Kota Depok.

- b. Memudahkan user dalam beraktivitas, serta sebagai tempat untuk mewadahi aktivitas pengunjung terhadap pengetahuan mengenai industri kreatif.

### **1.4.3 Batasan Perancangan**

Batasan perancangan pada Creative Hub ini berupa:

- a. Objek desain pada lingkup industri kreatif yang berupa bangunan fiktif yaitu Creative Hub. Lokasi perancangan berada di Jl. Akses UI, Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Bertempat pada wilayah yang strategis, dekat dengan beberapa universitas, dan pemukiman warga.
- b. Luas bangunan +- 2.300 m<sup>2</sup> sedangkan luas perancangan +- 2.228 m<sup>2</sup>.
- c. Ruang yang akan tersedia terdiri dari R. co working, R. Resepsionis, R. meeting private, R. Kelas, Toilet, R. Maker Space, Perpustakaan, Café, dan Auditorium.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

### **a. Manfaat bagi Masyarakat / Komunitas**

Memberi edukasi kepada masyarakat dan lebih mendekatkan masyarakat dengan perkembangan teknologi yang bergerak sangat cepat dengan salah satu solusinya adalah dengan menyediakan Creative Hub sebagai langkah awal pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Depok.

### **b. Manfaat Bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan**

- Data hasil Analisa dapat digunakan sebagai referensi ketika membutuhkan sebagian atau sepenuhnya data primer yang telah diperoleh.
- Dapat menghasilkan lulusan interior yang berkualitas dan menambah referensi proyek desain yang beragam untuk dipelajari.

### **c. Manfaat bagi Keilmuan Interior**

Dapat mewujudkan konsep perancangan Creative Hub yang lebih nyaman dan ergonomis dengan penerapan material furniture ergonomis sesuai kebutuhan pengguna dan menerapkan psikologi warna yang

sesuai dengan jenis kegiatan, agar kegiatan yang dikerjakan memperoleh hasil yang maksimal.

## **1.6 Metode Perancangan**

Tahapan metode perancangan yang digunakan untuk perancangan Creative hub ini adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Tahap Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data pada Creative Hub ini yang merupakan bangunan fiktif, maka pengumpulan data dilakukan melalui analisa studi literatur dan Analisa.

#### **1.6.1.1 Observasi**

Observasi adalah proses pengamatan langsung pada lokasi site, untuk mendapatkan informasi mengenai Batasan dan potensi site yang akan dilakukan perancangan dan masalah yang timbul pada lokasi dan sekitar lokasi yang mempengaruhi perancangan. Hasil yang didapat berupa SWOT Analysis, kondisi eksisting, potensi lingkungan sekitar tapak, Analisis aksesibilitas dan sirkulasi, Analisis View, Analisis matahari, dan Analisis kebisingan.

#### **1.6.1.2 Studi Lapangan / Banding**

Studi Lapangan adalah metode pengumpulan data dengan melakukan studi banding terhadap beberapa Brand Creative Hub berbeda yang ada di beberapa kota dengan perbandingan yang hampir sama, sehingga dari perbedaan tersebut, diidentifikasi kelebihan dan kekurangan yang akan menjadi standar pada perancangan. Studi banding dilakukan di beberapa tempat yaitu:

- Nama Tempat : Bandung Creative Hub  
Alamat : Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Batununggal,  
Kota Bandung, Jawa Barat 4027.

Kegiatan : Fokus utama kegiatan yang dilakukan di Bandung Creative Hub adalah pelaku-pelaku usaha kreatif sesuai sub-sektor ekonomi kreatif.

- Nama Tempat : Jakarta Creative Hub

Alamat : Jl. Kb. Melati 5 No.20, RT.2/RW.8, Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10230

Kegiatan : JCH mengadakan kelas-kelas khusus sebagai bentuk perhatian pemerintah terhadap kemajuan ekonomi kreatif. Setiap harinya JCH akan mengadakan berbagai kegiatan-kegiatan kreatif seperti, seminar, bedah buku, pameran, dan lain sebagainya.

- Nama Tempat : Thailand Creative And Design Centre (TCDC)

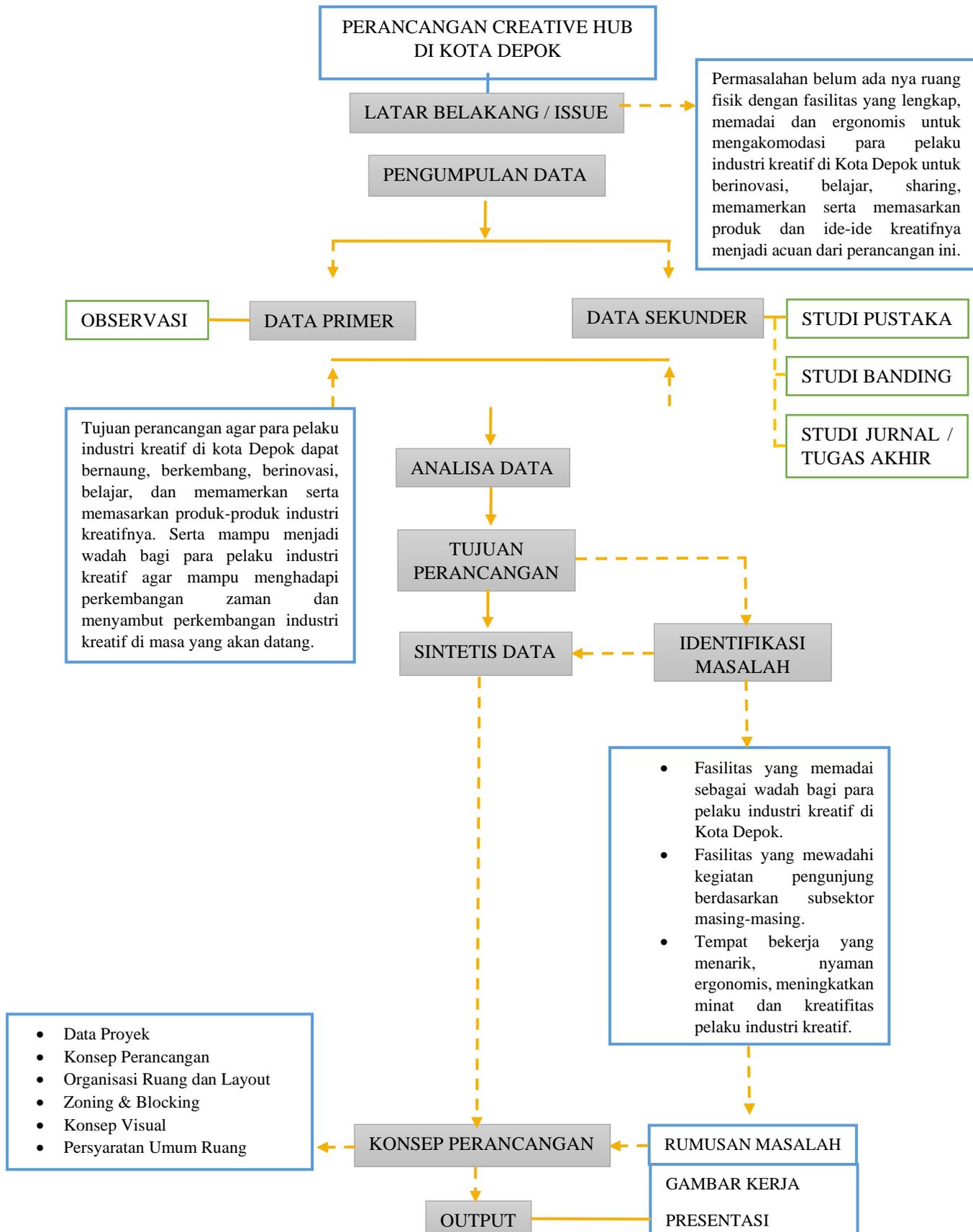
Alamat : Central Post Office, 1160 Charoen Krung Rd, Bang Rak, Bangkok 10500, Thailand

Kegiatan : TCDC dirancang untuk mendorong terjadinya interaksi sosial

### **1.6.1.3 Studi Literatur**

Pengumpulan data Pustaka, serta mengolah data dan referensi yang dijadikan acuan atau standar perancangan. Referensi diambil dari artikel, buku, jurnal, makalah penelitian, dan situs terpercaya lainnya. Beberapa aturan-aturan pendukung dalam perancangan design Creative Hub ini.

## 1.7 Kerangka Berpikir



## **1.8 Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan pada proposal ini antara lain sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi uraian-uraian latar belakang pengangkatan perancangan interior Creative Hub di kota Depok, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berfikir, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN**

Berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur Creative Hub serta kajian literatur mengenai pendekatan, analisa studi kasus bangunan sejenis, dan analisa data proyek.

### **BAB III KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR**

Berisi uraian-uraian tema perancangan, konsep perancangan, organisasi ruang, layout, bentuk, material, warna, pencahayaan dan penghawaan, keamanan dan akustik beserta pengaplikasiannya pada Creative Hub.

### **BAB IV KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS**

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang dan elemen interior.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**