

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019, Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Bandung sebagai gudangnya insan kreatif mencakup semua aspek dari pengertian ekonomi kreatif tersebut. Dari hampir 2.5 juta penduduk kota Bandung, 60% diantaranya adalah anak muda. Oleh karenanya pemerintah Kota Bandung menghimbau anak muda yang memiliki ide dan kreativitas untuk mengembangkan perekonomian kreatif yang ada di kota Bandung. Dalam upaya mengembangkan potensi ekonomi kreatif di kota Bandung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mendirikan suatu fasilitas publik sebagai pusat kegiatan ekonomi kreatif di kota Bandung.

Bandung Creative Hub merupakan suatu fasilitas pusat kreatif bersifat publik yang mendukung pesatnya pertumbuhan ekonomi kreatif dan semakin maraknya pelaku industri kreatif di kota Bandung yang didirikan dan diresmikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada Tahun 2017. Berlokasi di Jl. Laswi No. 7, Kacapiring. Bandung Creative Hub memiliki 5 lantai, dengan beberapa fasilitas seperti perpustakaan, *coworking space*, ruangan auditorium dan juga ruang rapat. Dari hasil wawancara yang didapatkan, pengunjung Bandung Creative Hub mayoritas berusia 17-24 tahun yang merupakan pelajar, mahasiswa serta pekerja di industri kreatif kota Bandung.

Bandung Creative Hub sebagai suatu *creative hub* memiliki berbagai fungsi diantaranya adalah Menyediakan ruang bagi para pelaku industri kreatif yang membutuhkan tempat untuk mengerjakan dan mengembangkan kegiatan kreatifnya (Tandyo, 2019). Dikutip dari laman resmi KEMENPAREKRAF, terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif yang dapat dinaungi oleh Creative Hub, begitu pula di Bandung Creative Hub. 17 subsektor tersebut diantaranya adalah, Pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, musik, senirupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan vidio, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan. Namun dilansir dari [bandung.go.id](http://bandung.go.id) Kota

Bandung memiliki tiga subsektor ekonomi kreatif unggulan yaitu subsektor kriya, kuliner dan fashion. Namun dengan hadirnya subsektor unggulan tersebut, Bandung Creative Hub belum mendukung kegiatan terkait subsektor kuliner dengan belum hadirnya penyediaan fasilitas area workshop yang sesuai dengan subsektor tersebut. Selain itu, terdapat beberapa permasalahan lain, diantaranya adalah belum optimalnya desain studio tari, layout antar ruangan yang berjauhan, kurangnya pencahayaan serta penghawaan, belum diterapkannya pengkondisian akustik khusus pada ruang tari, serta kekurangan pada konsep bentuk, konsep material serta konsep warna.

Dari permasalahan yang telah dijabarkan, maka diperlukan adanya redesain interior Bandung Creative Hub guna lebih mengoptimalkan kegiatan yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di kota Bandung secara keseluruhan sesuai dengan predikat kota Bandung yang diberikan oleh UNESCO sebagai Creative Cities Network atau Kota Bandung, Kota Kreatif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari hasil observasi dan studi lapangan ditemukan permasalahan pada Bandung Creative Hub, antara lain :

### **a. Organisasi Ruang & Lay out**

- Organisasi Ruang : Kurang optimalnya studio tari untuk kegiatan terkait di dalamnya dengan belum hadirnya treatment akustik khusus untuk meredam suara
- Belum hadirnya fasilitas yang menyesuaikan kebutuhan kegiatan salah satu subsektor ekonomi kreatif unggulan, yaitu subsektor kuliner.
- Lay Out : Organisasi antar ruang yang berjauhan, atau tidak sesuai dengan kategorisasi fungsi ruang. Ruang rapat diletakkan berdekatan dengan area pameran, juga ruangan fotografi dan videografi yang diletakkan berjauhan dengan area subsektor kreatif lainnya. Menyebabkan kurang optimalnya kegiatan di masing-masing ruang.

### **b. Persyaratan Umum Ruang**

- Pencahayaan : Kurangnya akses bukaan pada sebagian ruangan di lantai

1 hingga 3 membuat kekurangan pencahayaan alami pada ruangan.

- Penghawaan : Penghawaan pada tempat-tempat di lantai 1 hingga 3 yang tidak memiliki bukaan alami terlalu tergantung kepada penghawaan buatan berupa kipas angin atau AC. Selain itu, hanya beberapa tempat yang memiliki panel jendela yang dapat dibuka untuk mendapatkan akses penghawaan alami.
- Akustik : Belum hadirnya treatment akustik khusus menyebabkan kebocoran suara dari studio tari dan studio musik di lantai 3

#### c. Konsep Visual

- Konsep Material : Konsep material ruangan yang belum tersusun dan terlihat apa adanya, material pada ruangan juga belum dapat menampilkan suatu ciri khas dari Bandung *Creative Hub* dan ada material yang belum sesuai dengan kategori ruangnya masing-masing.
- Konsep Warna : Konsep warna pada ruang masih acak dan kurang terkonsep, beberapa ruangan masih belum menyesuaikan penggunaan warna agar sesuai dengan aktivitas pada ruangnya. Warna pada furniture pun masih kurang sesuai dengan ruangnya.
- Konsep Bentuk : Konsep bentuk masih standar dan belum memiliki banyak eksplorasi bentuk ruang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijabarkan, maka rumusan masalah dari perancangan interior untuk Bandung *Creative Hub* adalah sebagai berikut

- a. Bagaimana cara mengakomodasi fasilitas yang belum memadai pada subsektor kuliner?
- b. Bagaimana cara membuat desain dengan tata ruang yang lebih efektif dan optimal untuk masing-masing ruangan?
- c. Bagaimana cara mengatasi masalah penghawaan dan pencahayaan pada lantai 1 hingga 3 yang bergantung pada penghawaan dan pencahayaan

artifisial didalam bangunan?

- d. Bagaimana cara mengatasi kebocoran suara yang terjadi pada latihan musik dan aktivitas suara pada ruang tari?

#### **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

##### **a. Tujuan**

Tujuan dari redesain interior Bandung Creative Hub adalah untuk menciptakan sebuah interior fasilitas publik yang mendukung ekonomi kreatif Kota Bandung yang sesuai dengan kebutuhan kegiatan berbagai komunitas dari subsektor-subsektor yang dinaungi Bandung Creative Hub dengan suasana antusiasme

##### **b. Sasaran**

Sasaran dari Bandung *Creative Hub* ini adalah:

- a). Untuk memberikan fasilitas yang sesuai dengan kegiatan yang dilakukan di tiap ruangan dengan mempertimbangkan kenyamanan, keamanan, serta nilai budaya Bandung
- b). Untuk memberikan kenyamanan dalam ruang dari segi penghawaan, pencahayaan dan akustik pada ruangan yang disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan.
- c). Mengatur organisasi ruangan sesuai dengan sifat aktivitas ruangan.

#### **1.5 Batasan Perancangan**

Didalam perancangan ini terdapat batasan perancangan untuk menghindari adanya masalah yang dapat melebar dan agar jalan perancangan lebih mudah terarah, serta memudahkan pembahasan agar tujuan perencanaan dapat tercapai.

Beberapa batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Bangunan Bandung *Creative Hub* terdiri dari 5 lantai, dengan bangunan yang akan dilakukan perancangan ulang terdiri dari lantai 1 sampai lantai 3 dengan luas total lantai sekitar 2100 m<sup>2</sup>.
- b. Objek perancangan berada di Jl. Laswi No. 7, Kacaping, Kec.

Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271.

c. Ruangan yang akan dipilih untuk redesign adalah

Lantai 1 : *Exhibition Area* dan *Meeting Room* Lantai 1

Lantai 2 : Perpustakaan, *Meeting Room* Lantai 2, *Public Coworking Space*

Lantai 3 : Ruang Tari

Perancangan bertujuan supaya banyak generasi muda yang memanfaatkan fasilitas *Creative Hub* dengan berkreasi, menunjukkan bakat, mempelajari dan menunjukkan karya seni mereka, dan hal-hal lainnya

## **1.6 Manfaat Perancangan**

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

Terdesainnya fasilitas *Creative Hub* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau komunitas dalam bidang ekonomi kreatif.

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

Memberi pendidikan tambahan atau sebagai sumber mencari ilmu dan informasi baru.

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

Memberi manfaat berupa referensi untuk pengamatan interior, sumber pembelajaran, dan sebagai studi kasus serta untuk diamati.

## **1.7 Metode Perancangan**

Metode pengumpulan data yang digunakan ialah data primer dikumpulkan survey lokasi secara langsung dengan memperoleh surat izin dan memperoleh izin untuk melakukan tanya-jawab dan meminta foto sebelumnya, melaksanakan kuisisioner kepada orang-orang yang mengunjungi dan menggunakan fasilitas Bandung *Creative Hub* sebelumnya, dan juga wawancara kepada staf Bandung *Creative Hub*. Sementara data sekunder didapatkan dari melalui survey secara online yang dilakukan dengan cara browsing internet pada situs-situs internet dan studi literature.

Berdasarkan semua metode yang dilakukan, maka didapat poin-poin

permasalahan yang kemudian disesuaikan dengan kondisi eksisting, sehingga membuktikan rumusan masalah yang sebenarnya.

### **1.7.1 Tahap Pengumpulan Data**

#### **a. Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada Kasubag TU UPT PSKK, Arini Mustika Dewi. Wawancara dilakukan secara online dengan menggunakan fitur chatting dan voicenote pada aplikasi pesan, pada Januari 2022.

Secara garis besar dari hasil wawancara dengan pihak Kasubag TU UPT PSKK, diketahui bahwa konsep sebenarnya Bandung *Creative Hub* yang didirikan oleh Ridwan Kamil dan Oded M Danial adalah sebagai satu ruang kreatif yang dapat digunakan oleh seluruh pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat Bandung. Selain itu, diketahui bahwa terjadi beberapa perubahan yaitu struktur organisasinya yang mengalami penggabungan dengan Padepokan Seni Mayang Sunda, serta perkembangan fasilitas yang akan dibangun mendatang.

#### **b. Observasi**

Observasi ialah kegiatan mengamati / mempelajari sesuatu dalam aspek-aspek yang telah ditentukan. Observasi dapat dilakukan secara *online* dan *offline*, dengan teknologi yang saat ini berkembang memungkinkan untuk melaksanakan observasi dari internet.

Observasi dilaksanakan pada bangunan Bandung Creative Hub sebagai studi utama dan bangunan Bogor Creative Center dan Jakarta Creative Hub sebagai studi banding. Lingkupnya ialah aspek-aspek standar persyaratan umum ruang, dengan menggunakan sumber internet sebagai media observasi.

#### **1.7.1.1 Studi Lapangan**

Studi Lapangan merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara langsung kepada site /tempat tujuan untuk mempelajari aspek-aspek yang diinginkan. Studi Lapangan dilaksanakan pada Bandung Creative Hub, pada hari dan jam operasionalnya. Surat izin telah dibawa dan perjanjian untuk melaksanakan studi telah dibuat sebelumnya, sehingga didapatkan salah seorang staf yang menemani untuk melaksanakan studi dan untuk

membawa berjalan-jalan mengamati sekitar gedung. Lingkup dari pengamatan yang dilakukan ialah lantai satu hingga lantai tiga Bandung Creative Hub, dengan obyek pengamatan seluruh bagian bangunan.

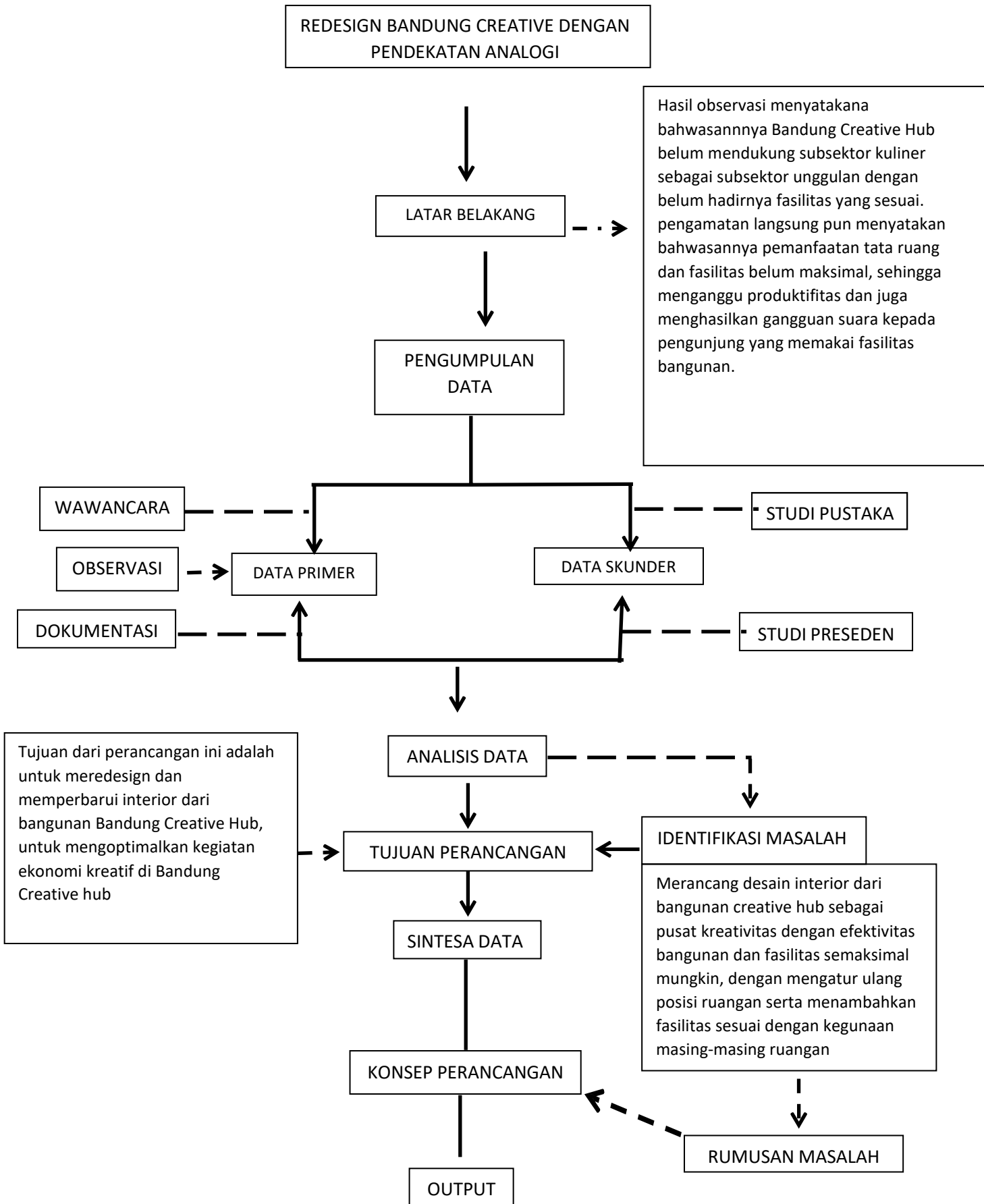
Hasil yang didapat ialah foto-foto pengamatan, data primer berupa hasil pengamatan secara langsung, serta hasil kuisisioner yang dijalankan kepada orang-orang yang mengunjungi fasilitas Bandung Creative Hub.

#### **1.7.1.2 Kuisisioner**

Kuisisioner dilakukan dengan pengunjung serta pengguna Bandung Creative Hub sebagai pengisi hasil kuisisioner, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang pengguna, alasan pengguna datang ke Bandung Creative Hub dan kekurangan yang mereka rasakan pada bangunan Bandung CreativeHub.

Berdasarkan kuisisioner yang telah dilaksanakan, mayoritas dari pengguna Bandung Creative Hub ialah mahasiswa atau pekerja dengan rentang usia 17-24 tahun, dengan rata-rata mengunjungi bangunan untuk melaksanakan take audio, kumpul komunitas ataupun menggunakan public coworking space yang disediakan. Kekurangan yang terletak pada bangunan ialah tata ruangnya yang tidak efektif dan gangguan suara yang kadang terjadi apabila ada perkumpulan musik di lantai tiga.

## 1.8 Kerangka Berpikir





## **1.9 Sistematika Pembahasan**

### **Bab 1 – Pendahuluan**

Berisi uraian tentang latar belakang diangkatnya desain interior Bandung Creative Hub, identifikasi masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan..

### **Bab 2 – Kajian Literatur dan Standarisasi**

Berisi tentang standarisasi dan sumber literature dari keseluruhan proyek.

### **Bab 3 – Analisis Studi Banding, Deskripsi dan Analisis Proyek**

Berisi tentang analisis secara realisasi / eksisting dari BCH itu sendiri, kemudian dibandingkan dengan sumber literature dan dipikirkan mengenai dampak dari masalah tersebut ( kepada pengguna ) sehingga didapat hasil analisis.

### **Bab 4 – Tema, Konsep Perancangan dan Aplikasi Perancangan**

Berisi tema dan konsep dari proyek yang tengah dijalankan, serta aplikasinya dalam perancangan secara langsung.

### **Bab 5 – Kesimpulan**

Berisi kesimpulan dari keseluruhan proyek, dengan pendekatan desain yang diimplementasikan kedalam pengembangan desain proyek serta kontribusi proyek ini dalam desain.

## **Daftar Pustaka**

## **Lampiran**