

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri kreatif adalah proses menciptakan sebuah karya berdasarkan kreatifitas dari seseorang atau sekelompok orang. Industri kreatif dapat memberikan lapangan kerja yang baru, dan bila dikembangkan secara terus menerus dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut (Howkins, 1997) ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang input dan output nya adalah gagasan kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide. Berdasarkan data laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, ekonomi kreatif berkontribusi sebesar Rp.1.211 triliun atau 7,44% terhadap total perekonomian nasional Indonesia.

Menanggapi fenomena meningkatnya industri kreatif di Indonesia, Pemerintah Prov. Jawa Barat membuat rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif daerah Jawa Barat tahun 2021 – 2025 yang terangkum dalam Pergub 44/2021. Rencana itu direalisasikan dengan membangun bangunan pusat kreatif (*Creative Center*) di 27 Kab/Kota di Jawa Barat. Diharapkan dengan pembangunan pusat kreatif ini dapat memberikan ruang bagi para pelaku ekonomi kreatif agar dapat saling berinteraksi dan mengembangkan ide, bakat dan kreatifitas nya. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil menuturkan bangunan pusat kreatif ini dapat menstimulus persaingan para pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat untuk meningkatkan kreatifitas ke level yang lebih tinggi.

Berdasarkan kutipan dari laman Kemenparekraf, terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. Diantaranya, pengembangan permainan, kriya, desain interior, music, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan dan aplikasi. Sejauh ini sudah terdapat 7 bangunan pusat kreatif yang didirikan oleh pemerintah Prov. Jawa Barat untuk mewadahi 17 subsektor tersebut. Diantaranya Bandung, Bogor, Purwakarta, Cirebon, Bekasi, Subang, dan Sumedang. Bangunan-bangunan pusat kreatif ini dipergunakan untuk berkolaborasi, berkreasi, dan beraktivitas bagi 17 sub sektor ekonomi kreatif.

Berdasarkan analisa observasi terhadap beberapa bangunan pusat kreatif yang sudah didirikan, terdapat beberapa permasalahan yang serupa antar bangunan pusat kreatif. Permasalahan utama yang muncul adalah terkait dengan fungsi ruang yang tidak sesuai dengan subsektor yang unggul dan fasilitas yang kurang mendukung aktivitas para pelaku ekonomi kreatif, permasalahan ini dapat ditemukan salah satunya di *Bogor Creative Center*. Bangunan pusat kreatif yang sudah diresmikan pada tahun 2021 ini masih belum bisa menarik minat pengunjung khususnya di Kota Bogor. Berdasarkan data infografis yang diunggah dilaman Kreasi Jabar yaitu [kreasijabar.id](http://kreasijabar.id), terdapat 102 komunitas ekonomi kreatif yang terbagi menjadi 3 subsektor paling tinggi, yaitu subsektor kuliner, fashion, dan kriya. Selain itu terdapat 5 subsektor lainnya yaitu seni rupa, desain interior, film animasi video, DKV, dan pengembangan aplikasi.

Berdasarkan hasil wawancara kepada staff Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, *Bogor Creative Center* masih belum siap menjadi wadah untuk para pelaku ekonomi kreatif di Kota Bogor karena fasilitas yang kurang memadai. Bangunan pusat kreatif ini sempat berhenti beroperasi karena Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada tahun 2021. Ruangan yang sudah ada tidak memiliki fungsi yang spesifik untuk mengadakan aktivitas pelaku ekonomi kreatif. Selain permasalahan terkait fungsi ruang, permasalahan lainnya adalah fasilitas penunjang untuk mendukung aktivitas pelaku ekonomi kreatif.

Dapat disimpulkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap pihak terkait, *Bogor Creative Center* masih belum dapat memwadahi aktivitas utama para pelaku ekonomi kreatif di Kota Bogor yang sesuai dengan subsektor yang unggul. Selain itu belum adanya fasilitas penunjang lainnya guna mencapai tujuan dari pusat kreatif yaitu menyediakan ruang dan fasilitas agar pelaku ekonomi kreatif dapat berkolaborasi, mengembangkan ide, dan menghasilkan nilai ekonomi dari kreativitas nya. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan pengembangan desain perancangan ulang ini dengan pendekatan perilaku komunitas kreatif (*behaviour creative community*), pendekatan perilaku dari cara kerja dan aktivitas pengguna serta menyesuaikan fasilitas dengan kebutuhan aktivitas pengguna agar dapat bekerja secara efektif, nyaman, dan dapat berkolaborasi antar pengguna dengan perbedaan subsektor ekonomi kreatif. Sehingga terwujudnya tujuan dari *Creative Center* dan program Pemerintah Prov. Jabar dalam memwadahi para pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat.

## 1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan analisa observasi ke site eksisting ditemukan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Fungsi ruang yang belum sesuai dengan subsektor ekonomi kreatif yang unggul di Kota Bogor, yaitu subsektor kuliner, fesyen, dan kriya.
2. Pengelompokan ruang belum sesuai dengan tahapan aktivitas para pelaku ekonomi kreatif, yaitu *planning*, *production*, dan *promotion*.
3. Belum disediakannya fasilitas penunjang yang sesuai dengan kebutuhan aktivitas para pelaku ekonomi kreatif yang dapat menstimulus pengguna agar lebih produktif dan kreatif

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan pada eksisting *Bogor Creative Center*, maka muncul lah beberapa rumusan masalah pada perancangan ulang ini. Diantaranya:

1. Bagaimana membuat fungsi ruangan yang sudah ada sesuai dengan subsektor ekonomi kreatif yang unggul, dan mewadahi seluruh pelaku atau komunitas ekonomi kreatif di Kota Bogor ?
2. Bagaimana pengelompokan ruang dan pemograman ruang yang sesuai dengan tahapan aktivitas pengguna, sehingga tidak mengganggu kenyamanan dan lingkungan sekitar ?
3. Bagaimana perancangan ulang *Bogor Creative Center* ini dapat menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku para pelaku ekonomi kreatif (*Behaviour Creative Community*) di Kota Bogor ?

## 1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

### 1.4.1 Tujuan Perancangan

Membuat daya tarik masyarakat untuk menggunakan fasilitas pusat kreatif ini untuk mengembangkan minat dan bakat mereka. Memfasilitasi dan memberikan wadah bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk memproduksi ataupun memasarkan hasil karya mereka ke level regional maupun internasional. Membuat ruang yang nyaman bagi para pengunjung ataupun pelaku ekonomi kreatif untuk berinteraksi, beraktivitas dan membuat karya. Memberikan pemahaman dan pembelajaran bagi masyarakat umum yang baru ingin terjun ke dalam industri kreatif.

### 1.4.2 Sasaran Perancangan

1. Menciptakan fungsi ruangan yang sesuai dengan subsektor ekonomi kreatif yang unggul di Kota Bogor.
2. Memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan aktivitas para pelaku ekonomi kreatif.
3. Menyediakan area *Makerspace*, *Community Space*, dan *Co-Working Space* untuk para pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan, sesuai dengan aktivitas yang dilakukan.
4. Menciptakan program ruangan yang efisien dan sesuai dengan tingkat aktivitas pelaku ekonomi kreatif demi memberikan rasa nyaman dan aman terhadap sesama pengguna ruang.
5. Menciptakan suasana ruang yang dapat menstimulus kerja, berkreasi, dan berinovasi para pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat umum di *Bogor Creative Center*

### 1.5 Batasan Perancangan



Gambar 1. 1 Batasan Perancangan  
Sumber: dokumen pribadi, 2023

Luasan minimal yang harus dirancang	: 800 – 1000 m <sup>2</sup>
Nama Bangunan	: Bogor Creative Center (BCC)
Luasan Bangunan	: 1.200 m <sup>2</sup>
Lokasi	: Jl. Ir. H. Juanda No.4, Pabaton, Bogor, Jawa Barat
Jenis Bangunan	: Public Space
Fungsi Utama	: Pusat aktifitas ekonomi kreatif warga Kota Bogor
Pendekatan	: <i>Behaviour in Creative Community</i>

### 1.6 Manfaat Perancangan

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak yang berkepentingan.

#### 1.6.1 Manfaat Bagi Komunitas dan UMKM

Hasil perancangan ini diharapkan dapat mewadahi keseluruhan sub sektor ekonomi kreatif yang menjadi target pemerintah Provinsi Jawa Barat. Ruang kreatif ini juga diharapkan dapat menjadi tempat kolaborasi, informasi, dan pertukaran ide ide kreatif sesama pelaku industri kreatif, sehingga setiap sub sektor di wilayah Kota Bogor berkembang dan berdampak kepada pertumbuhan nilai ekonomi di Kota Bogor.

#### 1.6.2 Manfaat Bagi Akademisi

Hasil perancangan ini diharapkan dapat mengisi literatur perpustakaan dengan menjelaskan mengenai perancangan ulang *Bogor Creative Center* dengan pendekatan perilaku komunitas kreatif. Sehingga dapat dijadikan sebagai referensi pembaca dalam perancangan *Creative Hub*.

#### 1.6.3 Manfaat Bagi Pemerintah Daerah

Hasil perancangan ulang ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada pengelola atau pemilik bangunan yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor untuk memberikan fasilitas yang sesuai dengan pelaku ekonomi kreatif yang ada di Kota Bogor

#### 1.6.4 Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Hasil perancangan ulang ini diharapkan dapat dijadikan media pembelajaran bagi masyarakat umum yang ingin mencoba membuat sebuah karya dan dapat terdukasi dengan aktivitas yang diselenggarakan oleh pihak pengelola maupun komunitas yang menyelenggarakan event di *Bogor Creative Center*.

## **1.7 Metode Perancangan**

Pada perancangan kali ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Pada metode ini menyelidiki suatu isu, peristiwa, proses, aktifitas sekelompok individu melalui beberapa tahapan. Diantaranya:

### **1.7.1 Penentuan Objek**

Menentukan objek perancangan berdasarkan tipologi dan fenomena yang terjadi. Latar belakang dari fenomena yang terjadi dapat menghasilkan rumusan masalah, batasan perancangan, tujuan, dan sasaran perancangan.

### **1.7.2 Pengumpulan Data**

Pada tahapan pengumpulan data ini terbagi menjadi dua hasil data. Yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil observasi pada survey studi kasus, wawancara langsung pengguna pada studi kasus, dan juga studi banding terhadap tipologi bangunan sejenis atau setingkat. Data sekunder merupakan data yang mendukung dari data primer. Dapat berupa literatur mengenai studi kasus yang digunakan dari beberapa sumber, ataupun standarisasi yang perlu digunakan saat perancangan.

### **1.7.3 Analisis Data dan Sintesa**

Pada tahapan ini melakukan analisa terkait dengan data primer maupun sekunder yang sudah didapatkan. Sehingga menghasilkan hasil analisa berupa programming yang terkait dengan aktifitas, kebutuhan ruang, kebutuhan fasilitas, standar ergonomi dan antropometri, matriks hubungan ruang, zoning dan blocking. Pada tahapan ini juga penulis membuat solusi dalam pemecahan masalah dan menerapkan pendekatan desain yang akan digunakan sebagai acuan dalam penentuan tema konsep perancangan sebagai solusi desain yang baru.

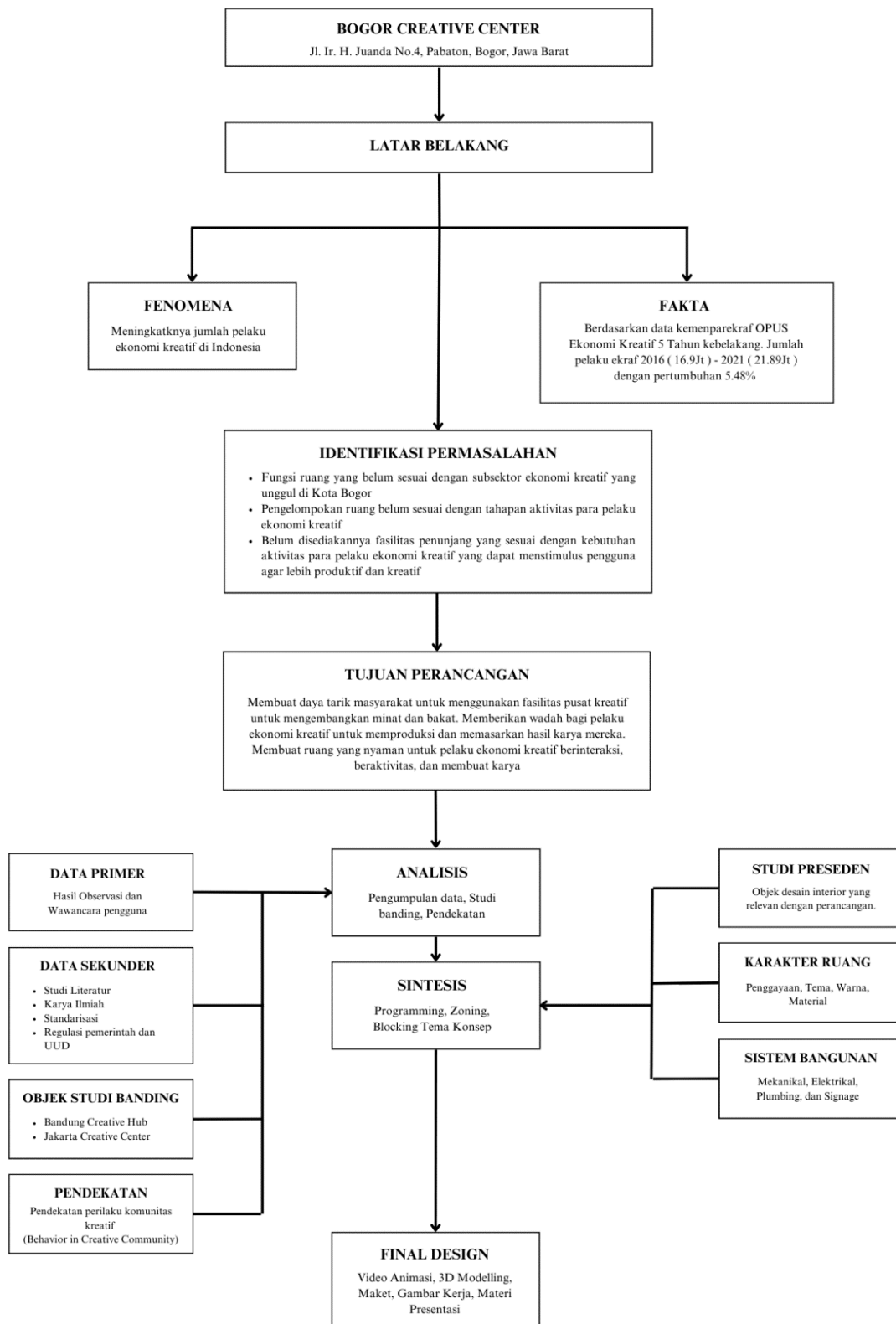
### **1.7.4 Proses Implementasi**

Menerapkan pendekatan, tema, konsep yang digunakan pada proses perancangan. Dibuat beberapa alternatif desain sehingga menghasilkan desain yang sesuai dalam memfasilitasi kebutuhan pengguna.

### **1.7.5 Hasil Perancangan**

Setelah melalui proses desain perancangan alternatif yang dibuat, selanjutnya masuk ke tahap pembuatan gambar kerja, dan didukung dengan skema material dan model 3D sebagai sarana bentuk informasi dan bahan presentasi.

## 1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir  
Sumber: dokumen pribadi, 2023

## **1.9 Pembaban**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang secara ringkas mengenai fenomena dan isu yang mendasari perancangan ulang *Bogor Creative Center*, mengidentifikasi masalah, dan perumusan masalah umum yang ada pada *Creative Center*. Batasan dan ruang lingkup masalah, tujuan, manfaat, metode pengumpulan data dan kerangka berpikir.

### **BAB II : KAJIAN LITERATUR DAN ANALISA DATA**

Berisikan teori-teori pendukung dari berbagai sumber sebagai acuan dalam perancangan maupun dalam penyusunan laporan.

### **BAB III : DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS DATA**

Berisi tentang data dan hasil analisis pada *Bogor Creative Center* (BCC) serta penerapan standarisasi furniture ruangan yang akan dirancang dan penerapan konsep pendekatan yang diambil.

### **BAB IV : KONSEP PERANCANGAN CREATIVE CENTER**

Pada bab ini berisi konsep layout, pencahayaan, penghawaan, sirkulasi, zoning blocking, material, furniture, dan konsep warna yang diaplikasikan pada perancangan *creative center*.

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

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan ringkasan tiap bab sehingga dapat diperoleh kesimpulan. Saran menjadi sebuah masukan untuk penulis agar dapat memperbaiki kekurangan dalam mendesain untuk menghasilkan rancangan yang lebih baik kedepannya.