

BAB 2

TINJAUAN OBJEK STUDI

2.1 Tinjauan *Creative Hub*

2.1.1 Definisi *Creative*

Creative merupakan sebuah kata dalam Bahasa Inggris yang dalam Bahasa Indonesia berarti kreatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kreatif berarti memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan; bersifat (mengandung) daya cipta: pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi.

Proses munculnya pemikiran kreatif berlangsung melewati beberapa tahapan. Tahapan ini dinamakan 4P dalam berpikir kreatif oleh Wallas (dalam bukunya berjudul *The Art of Thought*, 1992). Beberapa tahapan menurut Wallas dalam bukunya tersebut, adalah sebagai berikut :

1. Tahap persiapan : merupakan tahap manusia mengumpulkan informasi dan mempelajari berbagai hal, contohnya seperti bersekolah, mempelajari pelajaran tertentu, serta mengalami berbagai pengalaman dalam berinteraksi dengan sesama. Banyaknya pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan dalam proses ini akan mempengaruhi tingkat kematangan seseorang dalam berpikir kreatif.
2. Tahap inkubasi : Proses akumulasi pengetahuan, informasi, dan pengalaman yang sudah didapat dalam tahap sebelumnya yang kemudian digabungkan dan akhirnya akan memunculkan inspirasi dan ide kreatif. Tahap ini disebut juga sebagai ‘pengeraman ide’ karena berisi proses pematangan dan pengolahan ide. Untuk menetaskan ide yang telah dierami tersebut, dibutuhkan proses relaksasi dan perenungan kembali atas informasi yang sudah didapat sebelumnya sehingga akan melahirkan suatu solusi/ide.
3. Tahap iluminasi : tahap pengekspresian ide kreatif. Tahap ini merupakan fase dimana seseorang telah menemukan suatu pemecahan masalah untuk menyelesaikan suatu permasalahan, kemudian mengekspresikan /mewujudkannya. Pada fase ini pula mulai timbul wawasan, inspirasi, dan gagasan baru mengikuti munculnya ide kreatif.

4. Tahap verifikasi : merupakan tahap pemeriksaan atas ide kreatif yang telah diekspresikan. Dalam fase ini, semua data, informasi, dan ide yang sudah didapatkan sebelumnya akan diuji dalam suatu eksperimen. Eksperimen bisa dengan cara membandingkan dengan hasil karya orang lain, sekaligus meminta kritik serta saran. Eksperimen penting untuk dilakukan karena berfungsi sebagai tolak ukur apakah ide yang telah didapat merupakan ide kreatif atau bukan.

Munculnya pola pikir kreatif dalam diri individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor dari dalam diri dan dari lingkungan. Menurut Hurlock (1978) beberapa faktor yang mendorong munculnya kreativitas seseorang dapat disebabkan oleh :

1. Waktu : waktu yang cenderung bebas dan tidak terburu-buru akan lebih memudahkan munculnya ide kreatif seseorang.
2. Kesempatan menyendiri : Menyendiri akan memberikan seseorang waktu untuk merenungkan dan merelaksasikan pikiran sehingga muncul ide inspirasi.
3. Dorongan/semangat : dorongan bisa dipengaruhi dari dalam diri maupun dari lingkungan.
4. Sarana dan fasilitas yang mendukung munculnya kreativitas dan perwujudan ide kreatif.
5. Lingkungan : lingkungan berhubungan dengan sarana dan suasana yang mendukung munculnya ide kreatif.
6. Kesempatan untuk memperoleh pengetahuan : semakin banyak pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang, maka tingkat berpikir kreatif seseorang akan semakin matang.

Selain faktor yang mendorong ada pula faktor yang dapat menghambat munculnya pola pikir kreatif seseorang. Faktor penghambat tersebut dapat disebabkan oleh :

1. Kegagalan : pengalaman kegagalan dalam menemukan ide kreatif dapat menghambat motivasi seseorang dalam upaya memunculkan ide kreatif ke depannya.
2. Sikap sosial dari dalam diri maupun lingkungan yang tidak mendukung
3. Kondisi lingkungan sekitar yang tidak mendukung akan menghambat munculnya ide kreatif seseorang.

2.1.2 Definisi Hub

Hub merupakan kata dari Bahasa Inggris yang memiliki arti pusat/pangkal. Menurut Kamus Online Inggris Oxford, *hub* juga dapat diartikan sebagai pusat/bagian yang penting pada suatu tempat atau kegiatan. Dalam konteks Balikpapan *Creative Hub*, *hub* memiliki arti yaitu suatu tempat yang berperan sebagai pusat aktivitas dan kegiatan dari sekelompok masyarakat.

2.1.3 Definisi Creative Hub

Dalam konteks Balikpapan *Creative Hub* dan berdasarkan definisi yang telah dijabarkan, maka *creative hub* secara umum dapat didefinisikan sebagai tempat yang berperan sebagai pusat kegiatan masyarakat dalam menciptakan suatu hal yang baru. Suatu hal yang baru tersebut merupakan produk/aktivitas industri kreatif. Adapun pengertian lain menurut *Creative Economy British Council*, *creative hub* merupakan tempat/fasilitas baik berupa fisik maupun virtual yang dapat menyatukan dan memfasilitasi masyarakat yang bekerja di bidang industri kreatif.

2.1.4 Klasifikasi Creative Hub

Creative hub memiliki beberapa klasifikasi bentuk yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Jenis Creative Hub	Definisi	Fasilitas Fisik	Fasilitas Servis
<i>Co-working space</i>	Berupa ruang kerja bersama yang memfasilitasi beberapa komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi dan menciptakan kolaborasi	<ul style="list-style-type: none">• Space yang disewakan (meja/ruang/bilik)• Ruang meeting• Studio• Pelayanan online/virtual	<ul style="list-style-type: none">• Jaringan informal• Komunitas yang diminati• Hubungan transaksional• Pertukaran pengetahuan• Dukungan bisnis
<i>Maker space</i>	Hampir sama dengan co-working space, namun memiliki fungsi/fasilitas penunjang di dalam ruang kerja bersama.	<ul style="list-style-type: none">• Studio/space yang dilengkapi dengan furniture pendukung sesuai fungsi (contoh : mesin jahit, meja gambar, dll)• Laboratorium + fasilitas• Pelayanan online/virtual	<ul style="list-style-type: none">• Jaringan informal• Komunitas yang diminati• Peluang kolaboratif• Networking• Dukungan bisnis
Pelatihan institusi/ bidang tertentu	Institusi yang dimaksud bisa berupa perguruan tinggi, sekolah, mata pelajaran, program,	<ul style="list-style-type: none">• Studio• Laboratorium• Pelayanan online/virtual	<ul style="list-style-type: none">• Pertukaran pengetahuan• Peluang kolaboratif

	atau pun suatu komunitas.	<ul style="list-style-type: none"> • Classroom 	<ul style="list-style-type: none"> • Networking • Dukungan bisnis
Inkubator / co-office	Inkubator berfungsi sebagai penyedia dukungan bisnis atau <i>start-up</i> awal dalam melakukan suatu usaha.	<ul style="list-style-type: none"> • Studio space • Unit inkubator • Pelayanan online/virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan bisnis • Peluang kolaboratif • Pertukaran pengetahuan • Konsultasi • Jaringan • Mentoring
Pusat pelayanan bagi perusahaan	Bersifat publik/privat yang berfungsi mendukung inovasi teknologi dan pengetahuan di tingkat lokal, melalui kursus pelatihan, layanan konsultasi, pemasaran, dll.	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratorium • Pelayanan virtual / online 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi • Dukungan bisnis • Pertukaran pengetahuan
Forum informasi online/ platform virtual	Tipe hub yang baru yang berbasis online. Hub virtual menyediakan dukungan berbasis forum dan komunitas online.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan virtual / online 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi • Dukungan bisnis • Jaringan • Peluang kolaboratif

Tabel 2. 1 Klasifikasi Bentuk Creative Hub
Sumber : Tarek Virani, 2015

Dari beberapa bentuk *creative hub* yang sudah dijabarkan di atas, maka yang sesuai dengan konteks industri kreatif adalah bentuk *co-working space*, dan *maker space*. *Co-working space* akan berfungsi sebagai ruang kerja dan diskusi komunitas, sementara *maker space* digunakan sebagai ruang produksi terutama dalam subsektor digital.

Sedangkan menurut *British Council* (2017), *creative hub* dapat dibedakan menjadi beberapa model :

1. *Studio* : beberapa individu/industri kecil yang bergabung dan bersama-sama melakukan kegiatan kreatif di suatu ruang kerja bersama/*co-working space*.
2. *Centre* : berupa bangunan fisik yang berisi asset/fasilitas lainnya, seperti kafe, bioskop, retail, ruang pameran, dll.
3. *Network* : berupa kelompok individu yang tersebar dan saling berhubungan dalam satu komunitas/sektor tertentu.
4. *Cluster* : menfokuskan terhadap individu kreatif di suatu wilayah geografis tertentu.

5. *Online platform : creative hub* yang menggunakan metode online, media sosial, website, sehingga semua hubungan dalam komunitas dan audiens berlangsung secara daring
6. *Alternative* : melakukan eksperimen dengan komunitas, sektor, dan model keuangan yang baru.

Dari 6 model yang ada, model *creative hub* yang berbentuk fisik adalah studio dan *centre*. Dalam konteks Balikpapan *Creative Hub*, model yang akan diambil adalah gabungan dari studio dan *centre*. Studio merupakan ruang kerja utama para pelaku industri kreatif, sementara *centre* berfungsi sebagai aset/fasilitas pendukung.

2.1.5 Fungsi Creative Hub

Fungsi- fungsi *creative hub* secara umum menurut *British Council* (2017) adalah sebagai berikut :

1. Memberikan bantuan layanan dan fasilitas kepada masyarakat untuk mengembangkan ide, proyek, organisasi dan komunitas, termasuk pula acara pelatihan keterampilan dan pengembangan, baik dalam jangka panjang maupun pendek.
2. Memfasilitasi jaringan dan hubungan kolaborasi antar pelaku industri kreatif.
3. Sebagai tempat pusat penelitian dan pengembangan, lembaga, dan industri kreatif.
4. Memperjuangkan dan mengembangkan bakat, mengeksplorasi batas-batas kontemporer dan mengambil risiko menuju inovasi.
5. Sebagai media komunikasi, edukasi, kepada masyarakat luas agar mau terlibat dan aktif berkomunikasi strategi dalam bidang industri kreatif.

Berdasarkan fungsi-fungsi yang sudah dijabarkan dan kaitannya dengan konteks Balikpapan *Creative Hub*, maka fungsi yang akan diakomodasikan di Balikpapan *Creative Hub* berdasarkan penggunaannya adalah :

- a. Untuk pengguna/pelaku industri kreatif
 1. Sebagai tempat bertemu, berkomunikasi, dan berkolaborasi antar para pelaku industri kreatif
 2. Sebagai tempat untuk menghasilkan gagasan/ide kreatif
 3. Sebuah tempat untuk menghasilkan perwujudan ide kreatif dalam bentuk produk industri kreatif

4. Sebagai tempat untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi yang menunjang kreativitas dan industri kreatif
 5. Sebagai tempat untuk menunjukkan hasil industri kreatif
- b. Untuk masyarakat/pengunjung
1. Tempat untuk mendapatkan informasi, pelatihan, edukasi, dan pengetahuan seputar industri kreatif sebagai dasar untuk mewujudkan ide kreatif
- c. Untuk pemerintah
1. Sebagai tempat yang dapat menggerakkan dan mengintegrasikan industri kreatif
 2. Sebagai jembatan koneksi antara para pelaku industri dengan pemerintah
 3. Dapat mengedukasi dan mendorong masyarakat untuk berkembang di bidang industri kreatif

2.2 Tinjauan Industri Kreatif

2.2.1 Pengertian Industri Kreatif

Industri kreatif terdiri dari 2 kata yakni industri dan kreatif. Menurut KBBI industri memiliki arti kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Dari pengertian industri dan kreatif yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa industri kreatif merupakan kegiatan menciptakan suatu hal yang baru sebagai perwujudan dari ide kreatif individu/sekelompok orang. Adapun pengertian lain yaitu industri yang memanfaatkan keterampilan dan kreativitas seseorang sehingga dapat menciptakan suatu hal/produk yang berdaya cipta/kreasi dan juga dapat memberikan lapangan pekerjaan serta mensejahterakan masyarakat (Departemen Perdagangan RI, 2009).

2.2.2 Klasifikasi Subsektor industri kreatif

Industri kreatif di Indonesia dapat dibagi menjadi beberapa subsektor. Berdasarkan website kotakreatif.id yang dikelola oleh Bekraf, subsektor industri kreatif di Indonesia terbagi menjadi 16 dengan pembagian sebagai berikut:

1. Film, animasi, dan video

Film : Mencakup segala elemen infrastruktur dan suprastruktur yang berkaitan dengan proses produksi, distribusi, penayangan, apresiasi, dan pengarsipan film.

Animasi : Merupakan kegiatan menghasilkan ilusi gambar bergerak dengan menggunakan tampilan frame ke frame yang ditampilkan secara runtut sehingga

menciptakan gambar bergerak yang terkesan hidup dan bernyawa. Pembuatannya bisa secara digital dengan bantuan komputer, digambar manual, maupun gabungan keduanya.

Video : Aktivitas kreatif dengan cara merekam gambar bergerak, dan kemudian mempresentasikan hasil rekaman tersebut dengan kreatif sehingga memberikan nilai tambah dan berdaya saing.

2. Arsitektur :

Merupakan ilmu sekaligus seni merancang lingkungan binaan/ bangunan menjadi bagian dari budaya dan peradaban yang dapat memfasilitasi dan mendukung pengguna/penghuninya.

3. Desain interior :

Kegiatan kreatif dengan melakukan tatanan ruang dalam sebagai pemecahan masalah terkait fungsi, layanan, desain, dan kualitas yang berkaitan dengan kesehatan dan kenyamanan dalam ruang.

4. Desain produk :

Kegiatan penggabungan aspek fungsi, nilai, dan estetika menjadi suatu konsep produk sehingga dapat menghasilkan produk yang bermanfaat, menguntungkan, dan berkualitas.

5. Desain komunikasi visual (DKV) :

Kegiatan kreatif dengan membuat suatu gambar/visual sebagai media penyampaian informasi/pesan/iklan dengan efektif dan semenarik mungkin. Beberapa elemennya seperti gambar, simbol, dan teks biasanya memiliki makna dan filosofis tersendiri. Hasil produk dapat digunakan sebagai dukungan bisnis maupun program pemerintah.

6. Fashion :

Fashion/mode merupakan kegiatan yang berhubungan dengan model pakaian. Produk kegiatan kreatif ini berkaitan dengan jenis proses, volume produksi, jenis produk, fungsi produk, dan segmen pasar.

7. Fotografi :

Merupakan kegiatan kreatif menghasilkan suatu karya citra dari suatu objek/orang dengan menggunakan bantuan alat fotografi dan memindahkannya menjadi karya 2 dimensi, termasuk pula berkas dan informasi.

8. Kerajinan/kriya :

Merupakan salah satu cakupan seni rupa yang menghasilkan karya seni 3 dimensi atau 2 dimensi, namun biasanya berupa produk fungsional, pajangan/hiasan, dan bersumber dari warisan tradisi budaya Indonesia.

9. Kuliner :

Merupakan suatu kegiatan industri yang terdiri dari proses persiapan bahan baku, pengolahan bahan baku/memasak, dan teknik penyajian makanan/minuman. Subsektor ini merupakan salah satu subsektor yang paling maju. Dalam membuat suatu produk kreatif kuliner, terdapat unsur kreativitas, budaya/tradisi, dan kearifan lokal daerah.

10. Penerbitan :

Kegiatan menyalurkan konten kreatif berisi informasi, gambar, tulisan, audio, dan sejenisnya ke media publik sehingga dapat dinikmati oleh semua orang. Media yang digunakan bisa menggunakan media digital maupun cetak. Tidak hanya buku, melainkan bisa berbentuk konten kreatif lainnya seperti video, game, postingan di media sosial, dan sebagainya.

11. Periklanan :

Kegiatan penyampaian dan komunikasi mengenai suatu produk/jasa/merk kepada khalayak ramai melalui berbagai media yang ada, agar informasi bisa sampai ke target/sasaran iklan. Setelah iklan sampai ke khalayak sasaran, diharapkan adanya suatu tanggapan sesuai dengan tujuan pembuatan iklan.

12. Aplikasi dan game :

Game merupakan media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan dan aturan. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang semakin pesat, berbagai aplikasi mulai banyak muncul dengan tujuan mempermudah kehidupan sehari-hari seperti maps, berita, penerjemah, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan peluang pengembangan subsektor ini sangat besar.

13. Seni pertunjukan :

Merupakan salah satu lingkup kesenian berupa kegiatan penyampaian perasaan dan gagasan kepada penonton bisa berupa musik, tari/gerak tubuh, permainan

peran, dan sejenisnya yang terjadi secara langsung di lingkup ruang dan waktu yang sama (secara live) antara penikmat seni dengan pelaku seni.

14. Seni rupa :

Terbagi menjadi seni rupa murni dan terapan. Seni rupa murni merupakan kegiatan mewujudkan dan menampilkan ekspresi, perasaan, gagasan, estetika, dalam bentuk karya seni yang memiliki wujud, baik itu 2 dimensi maupun 3 dimensi.

15. Musik :

Subsektor seni yang berkaitan dengan komposisi, perekaman, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik. Berbeda dengan seni pertunjukan, subsektor ini lebih menekankan pada musik yang tidak selalu ditonton secara live dalam pertunjukan, melainkan lebih kepada industri rekaman musik.

16. Televisi dan radio :

Kegiatan kreatif yang mengemas informasi dan berita menjadi produk menarik berupa gambar/audio yang berkualitas dan disiarkan ke khalayak.

Berdasarkan pembagian dan gambaran umum ke-16 subsektor industri kreatif di atas, maka dapat disimpulkan jenis-jenis subsektor yang akan difasilitasi Balikpapan Creative Hub adalah subsektor di bidang digital. Subsektor digital dipilih karena kota Balikpapan dinobatkan menjadi nominasi kota dengan potensi di bidang digital terutama aplikasi dan game (kotakreatif.id), serta tuntutan dari pemerintah daerah untuk memajukan industri digital demi terwujudnya Balikpapan *Smart City*. Adapun subsektor digital yang akan diakomodasi meliputi aplikasi & game, desain komunikasi visual, dan animasi.

2.2.3 Industri Kreatif Subsektor Aplikasi

Aplikasi merupakan suatu produk subkelas dari perangkat lunak/program yang biasa dijalankan pada suatu *device* tertentu, yang berfungsi mempermudah kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan teknologi, subsektor aplikasi semakin berkembang dan berubah menjadi bisnis yang berpotensi.

Lokasi usaha yang cocok untuk subsektor aplikasi :

1. Alamat kantor/tempat kerja yang mudah diakses dan memiliki alamat jelas
2. Memiliki fasilitas jaringan listrik, telepon, dan internet yang memadai

3. Dapat berada di lokasi perumahan/perkantoran
4. Sebaiknya berada di perkotaan, karena lebih dekat dengan SDM yang berpotensi menjadi pekerja, dekat dengan pasar, dan pengguna internet di kota lebih banyak

Proses produksi aplikasi terbagi menjadi beberapa tahap (Buku Pendirian Usaha Aplikasi Digital, 2018) :

1. Proses persiapan produksi : menganalisis kebutuhan dan masalah yang akan dipecahkan dengan aplikasi, mendesain tampilan dan interface aplikasi, membuat coding/pemrograman aplikasi, dan evaluasi.
2. Proses produksi : memulai usaha di bidang aplikasi, yaitu dengan menyediakan software dan hardware yang memenuhi standar. PC yang digunakan harus memiliki spesifikasi minimal RAM 8 GB dan *processor intel core i3*.
3. Proses pascaproduksi : setelah aplikasi diproduksi, maka yang harus dilakukan adalah melakukan pemasaran aplikasi, melakukan maintenance secara berkala, menjaga privasi dan keamanan pengguna,

2.2.4 Industri Kreatif Subsektor Game

Produk game yang dihasilkan game yang bersifat digital, yang hanya bisa dimainkan menggunakan *device/gadget* atau konsol, dan dibuat dengan suatu bahasa pemrograman tertentu. Infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan berbanding lurus dengan kekompleksan game yang akan diproduksi. Semakin kompleks game yang diproduksi, kebutuhan infrastruktur dan teknologi harus semakin maju pula. Berdasarkan media bermain, game dapat dikategorikan menjadi 3, yaitu game mobile, game PC, dan game konsol.

Adapun beberapa tahap dalam membuat suatu game digital adalah (Buku Pendirian Usaha Game Digital, 2017) :

1. Inisiasi : tahap pembuatan konsep game yang akan dibuat, meliputi pula jenisnya, genre, platform, *Identity Personal (IP)*, dan brand dari game digital.
2. Pra-produksi : meliputi tahap pembuatan desain game dan prototype game. Pada tahap pembuatan desain game, termasuk di dalamnya pemilihan genre, pembuatan storyboard, desain karakter, tantangan, aturan permainan, dan aspek-aspek teknis lainnya. Hasil akhir dalam tahap desain game ini berupa *Game Design Document (GDD)*. Setelah GDD dibuat, selanjutnya dibuat *prototype* game untuk menilai

fisibilitas dari GDD. Secara garis besar, proses ini merupakan tahap penyempurnaan konsep

3. Produksi : tahap *coding*, pemrograman, pembuatan asset, dan kombinasinya. Di tahap ini semua proses logika permainan dan peraturannya dikendalikan dan dibuat di sini.
4. Pengujian : Setelah tahap produksi, maka akan dilaksanakan tahap pengujian. Pengujian bisa dilakukan oleh programmer, namun tentu masih memiliki ruang lingkup terbatas, sehingga sangat direkomendasikan diuji oleh suatu proyek/tim tertentu.
5. *Beta Test* : merupakan tahap pengujian kinerja game yang lebih luas dan biasanya melibatkan pemain tidak hanya dari pekerja yang membuat game, namun ke masyarakat luas. Tujuannya adalah menguji dan menemukan bug, kemudian akan diperbaiki.
6. Perilisan game : Pada tahap ini, game sudah layak dan siap untuk dipublikasikan. Terdapat beberapa media yang biasa digunakan untuk mendistribusikan game seperti Google Play, Steam, dan media lain yang sejenis.

2.2.5 Industri Kreatif Subsektor Animasi

Animasi dapat didefinisikan sebagai ilusi gambar bergerak yang diciptakan dari gabungan beberapa frame gambar, kemudian ditampilkan secara runtut dengan kurun waktu tertentu. Target pasar subsektor ini tidak hanya menasar anak-anak, namun juga dapat dinikmati orang dewasa/remaja. Subsektor ini sangat berpotensi, melihat perkembangan teknologi yang kian pesat, dan diperkirakan dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi banyak orang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2015).

Walau dinilai memiliki potensi yang besar, kenyataannya di Indonesia masih sangat minim studio yang dapat mawadahi aktivitas industri kreatif di subsektor animasi. Hal ini disebabkan karena mahalnya biaya yang dikeluarkan untuk modal dan infrastruktur. Subsektor animasi juga memiliki hubungan dengan subsektor video, desain komunikasi visual, periklanan, serta desain produk merchandising yang berhubungan dengan animasi (Kemenparekraf 2015). Berdasarkan sarana prasarana dan jumlah pelaku usahanya, industri animasi dapat dikelompokkan menjadi 4, yaitu industri animasi skala mikro, kecil, skala menengah, dan skala besar (Bekraf, 2016).

1. Industri animasi skala mikro

Merupakan usaha animasi yang dilakukan pelaku usaha pemula. Usaha mikro ini minimal memiliki sebuah perangkat lunak *open source* untuk membuat animasi 3d/2d. Pada umumnya, pekerjaan animasi di skala mikro ini hanya menawarkan jasa di salah satu bidang animasi, bisa memilih antara modelling, atau jasa pembuatan animasi 3d/2d. Pelaku usaha mikro biasanya tidak membuat produk animasi secara mandiri. Jumlah pekerja biasanya terdiri dari 3-4 pekerja/*freelancer*.

2. Industri animasi skala kecil

Industri animasi skala kecil juga secara bebas dapat menentukan basis usaha mereka. Berbeda dengan skala mikro, di skala kecil para pekerja animasi bisa bergerak lebih dari satu bidang, baik itu pra-produksi, produksi, maupun distribusi. Tidak hanya menyediakan pelayanan jasa, mereka juga bisa bergerak di bidang *co-production* maupun *own IP* (memproduksi serial animasi yang baru dan belum pernah diproduksi pihak lain atau dengan content sendiri). Beberapa contoh pekerjaan pra-produksi dan produksi yang dilakukan studio animasi kecil meliputi pembuatan *storyboard*, *layout artist*, *asset 3d/2d*, dll.

3. Industri animasi skala menengah

Merupakan industri animasi yang paling besar dan memiliki fasilitas yang lengkap. Memiliki lingkup usaha seperti usaha animasi skala kecil, yaitu *own IP*, *co-production*, maupun usaha jasa. Namun, studio skala menengah biasanya sudah memproduksi animasi berbasis *own IP*, karena sudah memiliki infrastruktur dan pekerja yang lebih canggih daripada skala yg lain. Jumlah SDM bisa mencapai 15 - <200 orang.

Di negara Indonesia yang perkembangan industri animasinya masih minim, dibutuhkan suatu *start-up/incubator* yang dapat disewakan untuk usaha animasi mikro/kecil, agar tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk memulai usaha di subsektor ini. Hal ini dapat dicapai dengan pengadaan studio animasi skala kecil yang dapat disewakan. Studio animasi skala kecil dapat memfasilitasi pelaku usaha animasi yang baru akan memulai usaha dan belum memiliki modal banyak. Adapun beberapa ruang dan infrastruktur yang dibutuhkan studio animasi skala kecil yaitu sebagai berikut (Buku Panduan Pendirian Usaha Animasi, 2016):

1. Studio animasi skala kecil memerlukan suatu tempat seperti kantor/tempat tinggal untuk melakukan usaha dengan keseluruhan luas lantai 6 x 12m² yang dapat menampung 5-15 pekerja.
2. Memiliki kelengkapan produksi seperti AC atau kipas angin, 1 unit PC untuk administrasi, dan 14 unit PC standar animasi.
3. Adapun PC dengan standar animasi meliputi *processor core i7*, GPU atau *VGA card* minimal 2 Gb, RAM 8 Gb, Hard disk 1 Tera, *power supply* 750 watt, dan monitor 19 inci.
4. Selain PC, dibutuhkan perangkat pendukung lainnya seperti pen tablet, server internet, software animasi, speaker/headset, printer, dan *scanner*.
5. Selain laboratorium komputer animasi, dibutuhkan beberapa ruang pendukung seperti ruang kerja, ruang tamu, toilet, serta dapur.

2.2.6 Industri Kreatif Subsektor Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan kegiatan pengolahan pesan dan informasi menjadi suatu produk tampilan visual dan diolah menjadi suatu desain yang menarik. Hasil produk desain komunikasi visual ini merupakan perpaduan antara seni rupa dengan seni komunikasi yang biasanya dipergunakan untuk kepentingan bisnis dan promosi.

Usaha di subsektor ini dapat dilaksanakan secara individual maupun berkelompok/agensi. Subsektor ini memiliki cakupan usaha yang luas, yaitu :

1. Perusahaan periklanan

Merupakan rancangan strategi komunikasi promosi di bidang pembuatan pamflet, brosur, *flyer*, katalog, website, dll yang berhubungan dengan promosi suatu produk.

2. Branding Agency

Merupakan strategi komunikasi visual yang berfungsi mempromosikan suatu brand/merk serta identitas visual lainnya. Contoh lingkup usahanya adalah pembuatan desain logo/ikon, simbol, maskot, dll.

3. Studio Desain

Lingkup usahanya dengan cara pengaplikasian rancangan desain.

4. Percetakan/digital printing

Berkaitan dengan kemampuan membangun hasil cetak desain yang didukung oleh metode kalibrasi dan ketepatan hasil cetak dari desain mentah yang sudah dibuat klien.

5. *Game Developer* dan Web Design

Pembuatan desain visual suatu website maupun aplikasi/game.

6. *Production House* dan TV Commercial

Lingkup usaha desain yang berkaitan dengan acara TV, film, iklan, dan drama.

Adapun fasilitas dan infrastruktur yang diperlukan dalam melakukan usaha di subsektor DKV yaitu (Buku Panduan Pendirian Usaha Desain, 2016) :

1. Peralatan

Peralatan utama yang diperlukan untuk industri DKV yaitu PC atau laptop dengan spesifikasi standar minimal *processor core i5* dan Ram 8 Gb. PC/laptop juga harus memiliki sambungan koneksi LAN antar PC, wifi, dan pen tablet. Jenis dan jumlah peralatannya bergantung dengan jumlah pekerja (individu/agensi) dan teknologi yang dibutuhkan. Adapun peralatan tambahan yang dapat mendukung desainer seperti printer dan scanner bila diperlukan.

2. Software

Diperlukan software untuk memfasilitasi kegiatan desain grafis. Software dapat berupa software berlisensi yang berbayar maupun *open source*. Software desain grafis memiliki 2 jenis berdasarkan cara jenis gambar desain, yaitu software untuk gambar desain vektor dan gambar desain raster. Penyediaan software juga disesuaikan dengan kebutuhan dan fokus usaha desain grafis

3. Perlengkapan

Perlengkapan yang diperlukan untuk mendukung usaha berupa kursi dan meja kerja, AC, dan rak/laci tempat menyimpan file/data. Dapat dilengkapi dengan perlengkapan gambar manual sebagai pendukung dalam tahap konsep/sketsa awal sebelum membuat desain secara digital.

4. Ruangan

Beberapa ruang yang diperlukan dalam melakukan usaha desain grafis meliputi ruang manajemen, ruang desainer, dan ruang produksi. Ruang manajemen berfungsi sebagai tempat membuat konsep/ide desain grafis, *brainstorming*, diskusi, dan dapat digunakan sebagai ruang meeting. Ruang desainer berfungsi sebagai tempat

melakukan proses desain grafis (berupa laboratorium komputer desain grafis) yang memiliki ukuran minimal 3 x 3 m² untuk 2 orang desainer, sementara ruang produksi berfungsi sebagai tempat pengerjaan pasca produksi.

5. Lokasi usaha

Pemilihan lokasi akan menentukan kesuksesan industri desain. Lokasi yang dipilih sebaiknya mudah dijangkau dan diakses. Lokasi usaha juga dapat ditentukan berdasarkan modal yang dimiliki. Bila pelaku usaha masih tergolong pemula dan belum memiliki modal yang cukup, maka dapat menggunakan co-working space. Sementara bisa usaha sudah mulai berkembang, pelaku usaha dapat menyewa tempat/kantor sendiri.

2.2.7 Pelaku Industri Kreatif Secara Umum

Dalam proses industri kreatif, terdapat beberapa pelaku yang ikut terlibat dalam industri kreatif di Indonesia. Menurut sistem industri *quadraple helix*, maka pelaku industri kreatif dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Pemerintah

Sebagai fasilitator dan menetapkan regulasi/kebijakan terkait dengan industri kreatif. Salah satu peran pemerintah pusat yang telah dilakukan adalah mendirikan Bekraf untuk meningkatkan industri kreatif negara. Sementara di tingkat daerah, para pemerintah juga lebih mengembangkan industri kreatifnya dengan dibangunnya beberapa fasilitas, subsidi modal, dan sarana prasarana. Pemerintah juga berperan penting dalam mempromosikan hasil produk kreatif ke dalam maupun hingga ke luar negeri agar semakin diminati dan meningkatkan pendapatan industri daerah di bidang ekonomi kreatif.

2. Pelaku industri

Perkembangan industri kreatif tentu tidak akan berkembang bila tidak ada pelaku industri di balik bisnis-bisnis yang ada. Setiap pelaku industri akan berusaha menciptakan hal-hal baru yang dapat berguna bagi orang lain dan mendapatkan keuntungan. Tidak hanya mendapat keuntungan bagi diri sendiri, mereka juga telah berjasa menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

3. Cendekiawan

Merupakan orang-orang yang ahli dalam suatu bidang tertentu. Dalam konteks industri kreatif, merupakan orang yang ahli dalam satu atau beberapa subsektor. Mereka biasanya berperan dalam memberikan edukasi dan pelatihan bagi para pelaku industri untuk lebih berkembang.

4. Komunitas

Sekelompok individu pelaku industri yang bergabung untuk berkolaborasi bersama dalam menciptakan hal-hal yang baru. Dengan adanya komunitas, para pelaku industri akan berkarya lebih optimal, dan pemasaran juga akan lebih mudah.

2.2.8 Proses Industri Kreatif

Proses kreatif dapat didefinisikan adalah proses berpikir seseorang untuk menghasilkan suatu hal yang baru. Menurut kotakreatif.id, tahapan proses industri kreatif dibagi menjadi berikut:

1. Tahap Kreasi

Merupakan kata benda yang berarti menciptakan. Tahap ini mencakup tahap pemikiran kreatif.

2. Tahap Produksi

Setelah mendapatkan ide kreatif, kemudian akan diwujudkan dalam suatu kegiatan menciptakan barang yang baru maupun menambah nilai guna suatu benda yang sudah ada dalam rangka memenuhi kebutuhan.

3. Tahap Distribusi

Setelah diproduksi, hasil produk akan mulai dipasarkan dan didistribusi agar hasil produk dari produsen bisa sampai kepada konsumen.

4. Tahap Konsumsi

Kegiatan mengurangi nilai dan daya guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan.

5. Tahap Konservasi

Kegiatan pelestarian lingkungan, dengan memperhitungkan manfaat yang didapatkan dari lingkungan, namun juga memperhatikan dampak yang diakibatkan dengan mempertahankan sumber daya di masa depan.

2.3 Ruang – Ruang di Creative Hub

2.3.1 Co-working Space

Pengertian ruang kerja bersama/*co-working space* berdasarkan kamus online Oxford adalah area kerja/kantor yang digunakan oleh individu, komunitas, atau perusahaan. Pengguna *co-working space* disebut sebagai *coworker*. Di sini, para *coworker* dapat bertemu dan saling berinteraksi, sehingga keahlian masing-masing individu bisa saling bergabung dan terciptalah suatu kolaborasi. *Co-working space* dalam konteks Balikpapan Creative Hub akan berfungsi sebagai tempat berkumpulnya para pelaku industri kreatif terutama di bidang digital dan seni untuk melakukan interaksi dan kolaborasi sebelum membuat produknya (pra produksi). Adapun klasifikasi *co-working* yaitu (Schuermann, 2014):

- *Co-working space* untuk komunitas kecil
Merupakan *co-working space* yang memiliki kapasitas ruang dan layanan kurang dari 10 orang anggota komunitas. Suasana yang ditawarkan cenderung lebih intim, tidak terlalu formal, dan lebih santai.
- *Co-working space* untuk komunitas menengah-besar
Merupakan *co-working space* yang memiliki kapasitas ruang dan layanan kurang dari 40 orang anggota komunitas.
- *Co-working space* untuk universitas
Co-working space yang bekerja sama dengan universitas sebagai penghubung antara teori dan praktek yang dipelajari para mahasiswa agar ilmu semakin mudah dipahami.
- *Co-working space* umum
Merupakan *co-working space* bagi umum, biasanya berbentuk ruang publik yang terdiri dari kursi dan meja, tidak terdapat ruang khusus sebagai pembatas antara area kerja.
- *Co-working space pop up*
Merupakan tempat kolaborasi bagi komunitas yang aktif dalam periode waktu tertentu, sehingga bangunan *co-working space* hanya sementara.
- Ruang kerja untuk karyawan perusahaan
Co-working space yg khusus digunakan untuk pekerja/*freelancer* dari suatu perusahaan tertentu.

Sementara berdasarkan profile, co-working space dapat dikategorikan menjadi (:

- *Basic Coworking* : Berupa ruang kerja yang berisikan meja kerja, kursi, dan fasilitas dasar lain sebagai ruang kerja bersama.
- *Incubator* : Fasilitas inkubasi bisnis bagi perusahaan yang baru mulai terjun dalam dunia bisnis untuk mengembangkan bisnisnya, dan berorientasi terhadap hasil.
- *Makerspace* : merupakan kombinasi dari *co-working space*, *machine shop*, workshop, serta studio.
- *Startup Community* : tempat untuk startup beberapa komunitas bisnis untuk mengembangkan usaha. Berorientasi pada inovasi dan pertumbuhan usaha.
- *Creative Collaborative* : biasa digunakan para pekerja seni dan desain yang memiliki hubungan dengan konsultasi.
- *Consultancy Oriented Collaborative* : digunakan konsultan dalam menawarkan jasa, layanan serta saran bagi pengusaha lainnya
- *Socio Entrepreneurial Collaborative* : biasa digunakan oleh pelaku wirausaha lokal

2.3.2 Perpustakaan

Menurut IFLA (*International of Library Associations and Institutions*), perpustakaan dapat didefinisikan sebagai tempat kumpulan media cetak maupun non cetak dan atau sumber informasi dalam komputer yang tersusun secara sistematis. Perpustakaan memiliki beberapa fungsi, yaitu fungsi informatif, edukasi, rekreatif, maupun penelitian. Fungsi-fungsi yang diakomodasi setiap perpustakaan akan berbeda-beda sesuai jenis perpustakaan. Perpustakaan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis sebagai berikut.

	Perpustakaan Umum	Perpustakaan Sekolah	Perpustakaan Perguruan Tinggi	Perpustakaan Khusus
Fungsi	Informatif, rekreatif, dan edukatif	Edukatif dan rekreatif	Edukatif dan informatif	Edukatif dan riset

Koleksi	Beraneka ragam	Pendidikan dan humaniora		Khusus
Pengguna	Umum	Siswa, guru, karyawan, masyarakat sekitar, perpus lain	Mahasiswa, dosen, karyawan,	Terbatas

Tabel 2. 2 Klasifikasi Perpustakaan

Sumber : Mengenal Dunia Perpustakaan dan Informasi, Drs. Pawit. M. Yusup

Bentuk-bentuk kegiatan yang berlangsung di perpustakaan berdasarkan fungsi yang diakomodasi antara lain :

1. Rekreatif :mendengarkan cerita, menonton film, membaca buku-buku ringan
2. Informatif : pengadaan, pengolahan, pelayanan, (layanan referensi, sirkulasi, audio visual, perpustakaan keliling, ekstensi, dan antiquariat).
3. Edukatif : membaca, pelatihan, diskusi, riset/penelitian, dan seminar.

Jenis kegiatan yang terjadi di perpustakaan secara umum yaitu :

1. Pengadaan koleksi buku : kegiatan pengadaan bahan untuk dijadikan koleksi perpustakaan
2. Pengolahan koleksi :kegiatan mengolah bahan koleksi dan diatur sedemikian rupa agar memudahkan pelayanan pengguna
3. Pelayanan dan administrasi :pelayanan bagi pengguna perpustakaan yang berkaitan dengan pendataan, personalia, dan administrasi
4. Pelayanan referensi :pelayanan perpustakaan mengenai koleksi yang boleh dan tidak boleh dibawa pulang

Adapun pengguna perpustakaan antara lain yaitu :

1. Pengunjung : pengunjung perpustakaan yang memiliki kepentingan dalam menggunakan fasilitas dan pelayanan perpustakaan, baik itu meminjam, membaca, dan kegiatan lainnya.
2. Pustakawan : bertanggung jawab dengan segala aktivitas di perpustakaan.
3. Pengelola :pengelola perpustakaan

4. Petugas servis : bertugas memelihara fasilitas, kebersihan, dan keamanan perpustakaan.

2.3.3 Creative Hub Digital

Fasilitas *creative hub* di bidang digital dapat diwujudkan dengan pengadaan *maker space*. *Maker space* memiliki fungsi yang sama dengan *co-working space* sebagai tempat kerja bersama antar individu/kelompok, namun yang membedakan adalah fasilitas yang disediakan. Di *maker space*, terdapat fasilitas penunjang pekerjaan, seperti alat jahit, mesin printing, komputer, dll. Dalam konteks *creative hub* digital, maka jenis *maker space* yang akan dibuat adalah laboratorium komputer sebagai *maker space* industri kreatif di bidang digital.

Laboratorium dapat diartikan sebagai tempat belajar dan mengajar dengan metode praktek sehingga peserta dapat mendapatkan pengalaman belajar berinteraksi dengan berbagai alat dan bahan untuk mengobservasi suatu gejala secara langsung. Laboratorium juga dapat didefinisikan sebagai sarana penunjang dalam satu jurusan/ilmu bidang tertentu, baik itu kesenian, teknologi, dan sebagainya yang disesuaikan dengan keperluan bidang studi yang bersangkutan (Peraturan Pemerintah No. 5 tahun 1980 Pasal 27). Maka, dapat disimpulkan bahwa laboratorium komputer adalah tempat untuk mendapatkan pengalaman belajar komputer atau hal lain yang berhubungan dengan digital dengan cara berinteraksi langsung dengan komputer dan komponen lainnya. Lab. Komputer ini berfungsi sebagai *maker space* pada subsektor teknologi informasi, animasi, video, aplikasi dan game, dan desain.

2.4 Persyaratan Ruang dalam Creative Hub

2.4.1 Creative Hub Digital

- a. Laboratorium komputer

Beberapa perangkat yang harus ada dalam laboratorium digital produksi menurut Kemenkominfo RI (2014) :

- *PC Multimedia*
- *Laptop*
- *Pen tablet (khusus untuk lab. desain dan animasi)*
- *Printer*

- *Scanner*
- *DVD Duplicator*
- *LCD Proyektor*
- *Audio Recorder*
- Tas peralatan

Sementara kebutuhan perabotnya meliputi :

- Kursi peserta (1 buah/pengguna) : kokoh, kuat, dan aman
- Meja peserta (minimal 1 buah/pengguna) : harus kokoh, kuat dan stabil. Bila CPU diletakkan di ruang bawah meja, maka kaki meja harus memiliki dudukan setinggi 15 cm.
- Kursi guru (1 buah/pengguna) : kokoh, kuat, dan aman
- Meja guru (1 buah/pengguna) : kokoh, kuat, dan aman
- Proyektor / papan tulis : sebagai media pembelajaran untuk guru/pemberi materi dalam suatu pelatihan.

Adapun persyaratan ruang dari sebuah laboratorium komputer menurut Permendiknas no.24 tahun 2007 :

- Laboratorium komputer memiliki fungsi sebagai tempat mengembangkan keahlian dan keterampilan di bidang digital.
- Memiliki lebar laboratorium minimum 5 m
- Untuk pengguna <15 orang, luas minimum ruang laboratorium komputer 30 m²
- Luas minimum berdasarkan pengguna adalah 2m²/pengguna komputer.
- Dalam satu meja dapat menampung maksimal 2 komputer/2 pengguna.

2.4.2 Co-working Space

Persyaratan ruang *co-working space* (Diputació de Barcelona, 2014) :

1. Modul ruang kerja per individu/publik

Merupakan *co-working space*

- Luas lantai antara 7 m² - 9 m² untuk setiap pengguna
- Harus bisa menampung ukuran standar perabot kantor (meja kerja minimal 180 x 80 cm, kursi, rak, laci)

- Berukuran minimal 2 m – 3 m di setiap sisi area kerja individunya
- Setiap meja harus difasilitasi dengan stop kontak/saluran kabel.



Gambar 1. Ruang Kerja Publik/Gabungan Area Kerja Individu
Sumber : mime.asia

2. Ruang kerja bersama untuk komunitas tertentu

Merupakan bentuk ruang kerja yang diperuntukkan untuk komunitas tertentu.

- Memiliki luas lantai 36 m² - 72 m² untuk 4-8 area kerja dengan perhitungan luas area kerja per individu 7 m² - 9 m²
- Ruang kerja dibagi berdasarkan kegiatan komunitas dan kapasitasnya, apakah membutuhkan suasana yang lebih intim/privat, atau lebih terbuka/ramai.
- Beberapa jenis *coworking space* bisa dilengkapi dengan komputer
- Sekaligus bisa berfungsi sebagai co-office komunitas tertentu yang disewakan dalam jangka waktu tertentu.
- Setiap meja kerja (minimal 180 x 80 cm) harus difasilitasi dengan stop kontak/saluran kabel
- Bila ruang kerja membutuhkan privasi dan ketenangan, bisa ditambahkan dengan akustika penyerap suara pada dinding/lantai/langit-langit

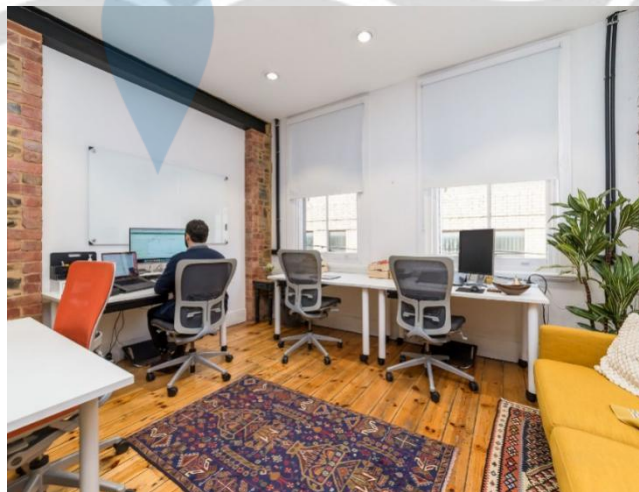


Gambar 2. 1 Ruang Kerja Privat Kapasitas 3-4 Orang
Sumber : hubaustralia.com

3. Concentration Box/ruang kerja privat

Merupakan ruang kerja privat yang membutuhkan tingkat privasi lebih tinggi/suasana ketenangan untuk mencapai konsentrasi khusus. Bisa digunakan sekaligus sebagai ruang meeting atau ruang multi fungsi.

- Luasnya bisa seluas 8-10 m² untuk kapasitas 3-4 orang yang dilengkapi dengan meja pertemuan, sementara untuk kapasitas yang lebih kecil bisa berupa bilik dengan kapasitas 1-2 orang.
- Membutuhkan adanya akustika peredam suara agar suara dari luar tidak mengganggu kegiatan rapat/diskusi di dalamnya.
- Dapat dilengkapi dengan proyektor/LCD dan juga komputer.



Gambar 2. 2 Ruang Kerja Privat 3-4 Orang
Sumber : hubaustralia.com

4. Classroom

Bentuk *co-working space* yang berfungsi sebagai tempat pelatihan/diskusi, biasanya berisi meja dan kursi dengan jarak yang cenderung lebih berdekatan, ditambah dengan meja/kursi penyaji dan proyektor/papan tulis.

- Bisa memiliki dinding yang transparan, namun di satu sisi harus memiliki dinding tidak tembus ruangan sebagai tempat papan tulis/proyektor.
- Memiliki jaringan listrik dan internet yang dapat terhubung ke dalam ruangan.
- Konfigurasi ruang bersifat open plan dan fleksibel, sehingga furniture seperti meja dan kursi dapat dibentuk menjadi konfigurasi bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan ruang dan aktivitas.
- Karena biasanya disewakan untuk pihak eksternal, sebaiknya ditempatkan di area dekat pintu masuk utama yang mudah diakses.



Gambar 2. 3 Classroom pada Jakarta Creative Hub
Sumber : mamaceria.com

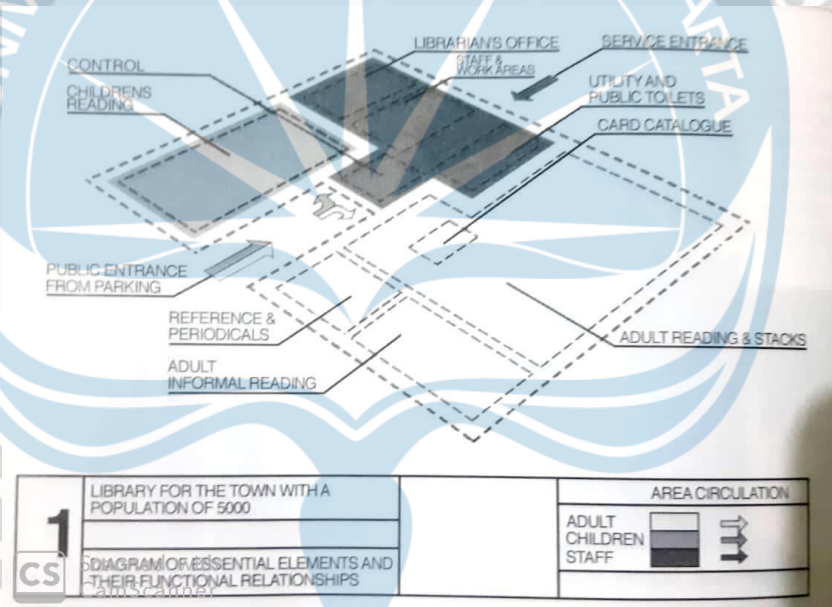
2.4.3 Perpustakaan

Perpustakaan di *creative hub* ini akan berisi ruang penyimpanan buku (yang berkaitan dengan industri kreatif), serta area membaca yang terdiri dari beberapa meja dan kursi kerja.

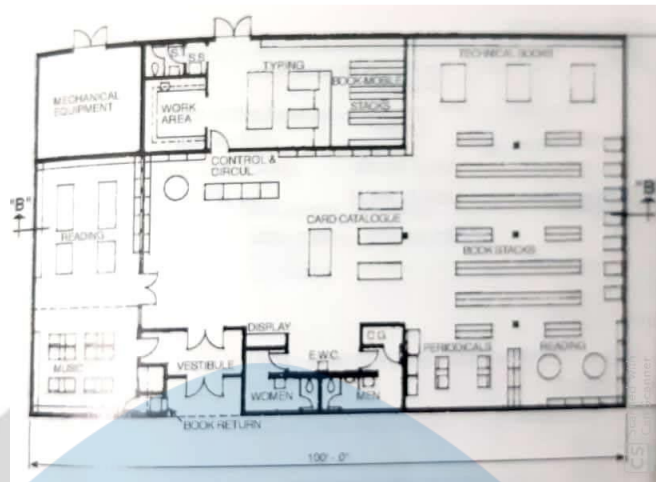
- a. Persyaratan perpustakaan (menurut *Time Saver*) :

Perpustakaan ini merupakan perpustakaan dengan koleksi yang tidak banyak karena hanya berisikan buku tentang industri kreatif dan subsektornya. Perpustakaan ini termasuk ke dalam perpustakaan kecil sekaligus *branch libraries*. Branch libraries tidak hanya menyediakan tempat membaca dan koleksi buku, tetapi juga menyediakan tempat pemutaran video, komputer, mendengarkan musik, dan tempat multifungsi. Tempat multifungsi yang dimaksud harus ditempatkan di tempat yang dijangkau pengawasan staff, dan dapat memfasilitasi sekelompok orang/grup untuk meeting kecil, dan keperluan edukasi.

1. Jumlah koleksi buku : maksimal 15.000 buku
2. Ruang untuk koleksi buku : 1.000 square feet = 93 m²
3. Ruang untuk membaca : 700 square feet = 65 m²
4. Ruang kerja staff : 500 square feet = 46 m²
5. Perkiraan fasilitas pendukung dan utilitas = 800 square feet = 74 m²



Gambar 2. 4 Pembagian Zonasi Dalam Perpustakaan Kecil
Sumber : Time Saver



Gambar 2. 5 Contoh Denah Branch Library
Sumber : Time Saver

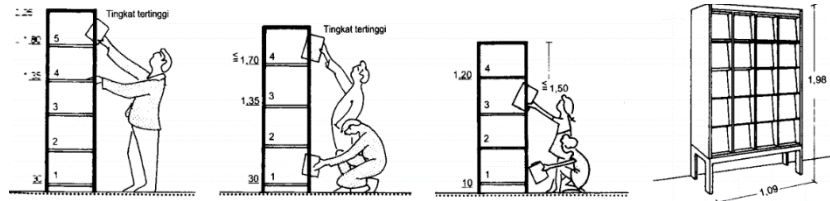
b. Persyaratan ruang (menurut Data Arsitek Jilid 1) :

1. Panjang rak buku maksimal 6m. Antar rak buku dipisahkan oleh gang dengan minimal lebar 60 cm. Lebar rak buku minimal 60 cm. Harus terdapat jalur sirkulasi di sisi samping dan depan/belakang rak.

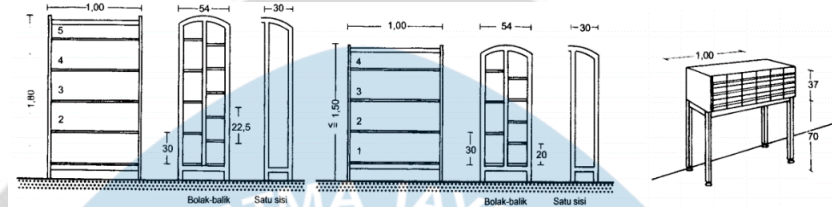


Gambar 2. 6 Denah Standar Rak Buku
Sumber : Data Arsitek Jilid 1

2. Pengelompokkan dan penempatan buku harus berdasarkan usia pembaca. Hal ini akan menentukan tinggi pencapaian rak. Tinggi rak tertinggi untuk anak-anak maksimal 150 cm, untuk remaja maksimal 170 cm, dan untuk orang dewasa maksimal 225 cm.

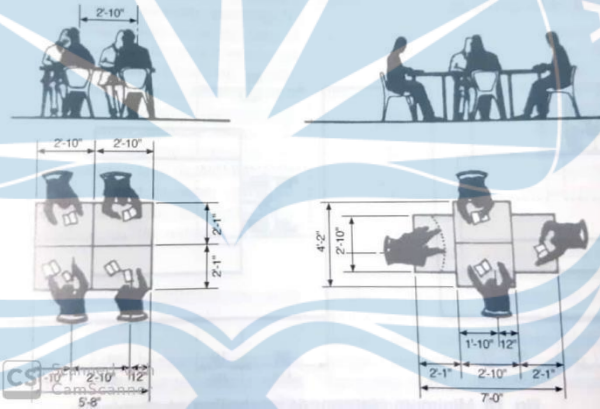


Gambar 2. 7 Tinggi Rak Maksimum Berdasarkan Usia
Sumber : Data Arsitek Jilid 1



Gambar 2. 8 Dimensi Rak Buku
Sumber : Data Arsitek Jilid 1

3. Area baca pada perpustakaan terdiri dari meja dan kursi dengan konfigurasi yang bermacam-macam.



Gambar 2. 9 Konfigurasi Meja Area Baca untuk 4 Orang
Sumber : Data Arsitek Jilid 1

2.5 Tinjauan Objek Studi Sejenis

2.5.1 Jakarta Creative Hub

a. Gambaran Umum



Gambar 2. 10 Gedung JCH
Sumber : Lamudi.co.id

Jakarta Creative Hub (JCH) (Gambar..) merupakan pusat industri kreatif di Jakarta yang berbentuk *creative hub*. JCH terletak di dalam gedung perkantoran Graha Niaga Tamrin Jakarta pada lantai 1. Gedung ini dikelola oleh pemerintah daerah DKI Jakarta sebagai pusat pengembangan industri kreatif Jakarta dan start-up bagi pelaku usaha kecil, termasuk JCH. JCH diresmikan oleh Gubernur Jakarta Basuki Purnama pada tahun 2017. Jenis *creative hub* nya adalah *co-office* yang berperan sebagai start-up usaha kecil, *makerspace*, dan *classroom*. Subsektor yang difasilitasi oleh JCH ini meliputi arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, kriya, branding dan digital marketing, IoT, produksi hingga desain packaging.



Gambar 2. 11 Denah Ruang Jakarta Creative Hub
Sumber : CNN Indonesia



Gambar 2. 12 Pintu Masuk Jakarta Creative Hub
Sumber : CNN Indonesia

b. Klasifikasi dan Fasilitas

Jakarta Creative Hub ini memiliki beberapa fungsi yang difasilitasi di dalamnya :

1. *Incubator/co-office*

JCH menyediakan fasilitas *incubator/co-office* sebagai start-up bagi para pelaku industri kreatif di Jakarta. Ruang kantor ini berupa ruang dengan ukuran 3 x 6 m sebagai kantor yang disewakan bagi para pelaku industri kreatif yang baru memulai dari usaha kecil. Terdapat 12 unit kantor yang dibagi menjadi 2 lorong masuk. Tidak hanya kantor, para penyewa juga bisa menggunakan *maker space, classroom*, dan fasilitas lain yang ada di JCH. *Co-office* disini berbentuk *co-working space* namun terbatas untuk disewakan kepada pelaku industri yang menyewa dalam beberapa jangka waktu kedepan. Jangka waktu maksimum penyewaan adalah 1 tahun agar diharapkan bisa memberi kesempatan untuk perusahaan start-up lainnya.



Gambar 2. 13 Co-office di JCH
Sumber : mamaceria.com

2. *Maker space*

Maker space di sini merupakan ruang kerja yang dilengkapi dengan fasilitas untuk membuat produk hasil industri kreatif atau prototypenya. *Maker space* ini terdiri dari beberapa macam, yaitu *maker space* dengan fasilitas alat menjahit, *maker space* dengan fasilitas 3d printing, fasilitas *wood working*, serta fasilitas laser dan cutting.



Gambar 2. 14 *Maker Space* JCH
Sumber : mamaceria.com

3. Perpustakaan

Perpustakaan terdiri dari area penyimpanan buku dan area baca. Di area penyimpanan buku terdapat buku-buku impor yang dapat dibaca. Sementara di area baca dilengkapi kursi, meja, dan komputer. Selain area baca di dalam perpustakaan, terdapat *inspiration space* untuk membaca buku atau sekedar duduk-duduk.



Gambar 2. 15 Perpustakaan JCH
Sumber : mamaceria.com

4. *Classroom*

Terdapat 3 ruang kelas/classroom di JCH, yaitu *classroom* A, B, dan C. Setiap ruangannya memiliki kapasitas dan konfigurasi ruang yang berbeda-beda sesuai kegiatan yang difasilitasi. Kelas ini berfungsi sebagai tempat pelatihan, workshop, dan seminar.



Gambar 2. 16 Classroom A di JCH
Sumber : mamaceria.com

5. *Exhibition Space*

Ruang pameran seni di JCH tidak mempunyai satu ruang yang khusus, melainkan menggunakan space pada koridor di antara ruang sebagai tempat galeri seni. Space ini cenderung strategis karena berada di koridor tengah JCH, sehingga orang akan otomatis melihat bila melewati koridor. Di bagian ini,

koridor memang sengaja dibuat lebih lebar agar selain sebagai tempat pameran, juga masih dapat digunakan sebagai jalur sirkulasi.



Gambar 2. 17 Exhibition Space di JCH
Sumber : mamaceria.com

c. Desain interior dan ruang luar

Eksterior bangunan tidak begitu menonjol karena menjadi satu di dalam gedung perkantoran Graha Niaga Tamrin. Dari tampilan luar bangunan, gedung kantor ini tidak berbeda dengan kantor lainnya.



Gambar 2. 18 Tampilan Bangunan Gedung Luar JCH
Sumber : mamaceria.com

Sementara pada bagian ruang dalam, warna yang digunakan cenderung kurang bervariasi dan hanya menggunakan warna monokrom.

2.5.2 Bandung Creative Hub

a. Gambaran Umum

Bandung Creative Hub (BCH) merupakan pusat industri kreatif yang diresmikan pada tahun 2017 dan berbentuk *creative hub*. Bangunan ini terdiri atas 6 lantai

bangunan dan berlokasi di Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Batununggal, Bandung. Jenis *creative hub* yang diakomodasikan adalah *co-working space*, *maker space*, dan *classroom/studio*. Adapun subsektor yang difasilitasi antara lain: musik, fashion, game dan aplikasi, animasi, film, fotografi, desain, radio, seni pertunjukan, seni rupa, dan kerajinan. Gedung ini juga dikelola oleh pemerintah daerah Jawa Barat.



Gambar 2. 19 Bandung Creative Hub
Sumber : DetikNews

b. Klasifikasi dan Fasilitas

- Lantai 1



Gambar 2. 20 Lantai 1 di BCH
Sumber : Facebook BCH

Pada lantai 1 ini terdapat ruang eksibisi, ruang *artwork*, *design store*, dan area utilitas dan penunjang. Ruang eksibisi di sini tidak menggunakan

bentang lebar, melainkan berbentuk galeri yang memanfaatkan space di antara kolom-kolom. Fasilitas penunjang meliputi toilet dan mushola.

- Lantai 2



Gambar 2. 21 Lantai 2 di BCH
Sumber : Facebook BCH

Pada lantai 2 terdapat area coworking space gratis, perpustakaan, cafe, ruang pengelola BCH, *coworking space* yang memerlukan reservasi, dan ruang penunjang lainnya.

- Lantai 3



Gambar 2. 22 Lantai 3 di BCH
Sumber : Facebook BCH

Pada lantai 3 di sini terdapat auditorium kesenian, area studio tari, ruang arsip kreatif hub, ruang penyiaran radio, serta studio musik.

- Lantai 4



GEDUNG LANTAI IV

Bandung Creative HUB

Gambar 2. 23 Lantai 4 di BCH
Sumber : Facebook BCH

Pada lantai 4 terdapat 4 ruang kelas, 3 kelas khusus untuk kelas pelatihan digital, sementara 1 kelas untuk pelatihan tanpa peralatan multimedia. Terdapat auditorium seni pertunjukan dan film, *coworking space*, studio fotografi, dan taman pada balkon.

- Lantai 5



GEDUNG LANTAI V

Bandung Creative HUB

Gambar 2. 24 Lantai 5 di BCH
Sumber : Facebook BCH

Pada lantai 5 terdapat *maker space* fashion, auditorium/*classroom* dengan ukuran besar, studio fotografi, taman, balkon, dan area penunjang lainnya.

- Desain ruang luar dan ruang dalam



Gambar 2. 25 Bentuk Bangunan di BCH
Sumber : Facebook BCH

Bentuk bangunan menggunakan pendekatan arsitektur kontemporer yang melambangkan kebebasan. Pendekatan dekonstruksi sangat cocok karena mencerminkan kreativitas pada konteks BCH. Pada lantai 4-5 terdapat taman outdoor pada area balkon *coworking space*, dan di lantai 6 terdapat *rooftop*. Pada bagian dinding luarnya dipasang limas-limas kecil dengan ujung tumpul yang diwarnai dengan warna-warna cerah seperti kuning, jingga, hijau muda dan biru muda. Terdapat tangga darurat berwarna merah yang berada di bagian luar bangunan.



Gambar 2. 26 Interior pada Koridor BCH
Sumber : Beritabaik.id



Gambar 2. 27 Dinding Mural di Ruang Dalam BCH
Sumber : Republika.co.id

Pada bagian ruang interiornya, penggunaan warna yang digunakan juga bervariasi seperti tampilan luarnya. Warna dinding, lantai, dan perabot yang beraneka ragam menimbulkan kesan kreatif. Pada galeri seninya juga terdapat dinding yang diberi gambar mural.