

BAB II

TINJAUAN OBJEK STUDI

2.1 Tinjauan Creative Hub

2.1.1 Pengertian Kreatif (*Creative*)

Kata kreatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan. Menurut Supriadi dalam Yeni Rachmawati (2005:15) mengungkapkan kreatif merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Proses kreatif adalah bagian dari usaha seseorang untuk melahirkan gagasan atau produk baru yang memiliki daya guna dalam berbagai bidang untuk memecahkan suatu masalah. Proses kreatif akan menjadi seni ketika seseorang melakukan kegiatan yang bertujuan untuk menggali kreativitas.

Proses kreatif seseorang berlangsung sangat personal, subjektif, dan misterius. Proses kreatif memiliki tahapan-tahapan tertentu, Walas (1926) dalam bukunya *'The Art of Thought'*, menyatakan pendapatnya mengenai proses kreatif bahwa proses kreatif terjadi melalui empat tahap, sebagai berikut: (1) Tahap Persiapan/ *Preparation*: Persiapan seorang individu mengumpulkan informasi yang relevan dengan persoalan yang akan dipecahkan, (2) Tahap Inkubasi/ *Incubation*: Proses seseorang melepaskan diri dari suatu permasalahan dan mengolah informasi yang didapat sehingga akan memunculkan suatu ide kreatif. (3) Tahap Iluminasi/ *Illumination*: Munculnya ide atau gagasan dari proses inkubasi. (4) Tahap Verifikasi/ *Verification*: Pengembangan ide yang muncul melalui sebuah eksperimen sehingga gagasan tersebut dapat diwujudkan.

2.1.2 Pengertian *Hub*

Hub adalah kata dari Bahasa Inggris yang memiliki arti pusat atau pangkal. Menurut *Oxford Online Dictionary*, kata *hub* dapat diartikan bagian sentral dan terpenting dari suatu tempat atau aktivitas tertentu.

2.1.3 Pengertian *Creative Hub*

Creative Hub adalah sebuah frasa di dalam Bahasa Inggris yang memiliki arti ‘pusat kreatif’ dalam Bahasa Indonesia. *Creative Hub* adalah sebuah tempat yang mewadahi kegiatan-kegiatan di bidang kreatif untuk menciptakan interaksi antar individu di dalamnya. Interaksi yang terjadi berupa kegiatan kreatif bertukar ide, inspirasi, dan pengalaman sehingga mampu berkolaborasi menciptakan sebuah inovasi kreatif. *Creative Hub* mampu menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas yang dimiliki oleh tiap individu.

Creative Hub menurut *European Creative Hubs Network* (ECHN) adalah sebuah wadah bagi pelaku kreatif dari berbagai sektor, mulai dari seniman, musisi, *filmmaker*, desainer, dan lainnya untuk berkolaborasi menciptakan sebuah industri kreatif.

Dikutip dari *British Council*, 2016 definisi *creative hub* adalah sebuah tempat, baik fisik maupun *virtual* yang menyatukan orang-orang kreatif. *Creative hub* adalah sebuah tempat penyelenggara, menyediakan ruang dukungan untuk jaringan pengembangan bisnis, dan komunitas kreatif yang terlibat dalam sektor kreatif, budaya, dan teknologi.

2.1.4 Fungsi *Creative Hub*

Beberapa fungsi *creative hub* menurut *British Council* adalah sebagai berikut:

1. Sebagai wadah untuk memberikan dukungan melalui layanan atau fasilitas untuk mengembangkan ide, organisasi, proyek bagi masyarakat, komunitas dan bisnis kreatif yang dikelola

baik jangka pendek atau panjang. Kegiatan di dalamnya berupa kegiatan pelatihan, pengembangan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Sebuah tempat untuk memberikan fasilitas berkolaborasi dan membangun relasi antar komunitas.
3. Sebagai tempat penelitian dan pusat pengembangan lembaga industri kreatif.
4. Sebagai media komunikasi dan edukasi bagi masyarakat agar terlibat di dalam pengembangan industri kreatif.
5. Sebagai wadah untuk mengembangkan bakat masyarakat, untuk mengeksplorasi batas-batas kontemporer dan mau mengambil resiko untuk menciptakan sebuah inovasi.

Berdasarkan fungsi yang sudah dipaparkan, maka fungsi dari Yogyakarta *Creative Hub* adalah:

a. Bagi pelaku industri kreatif

1. Sebagai wadah berkumpul, berkomunikasi, dan berkolaborasi antar pelaku maupun komunitas industri kreatif
2. Sebagai wadah guna memperoleh informasi dan pengetahuan yang menunjang kreativitas
3. Sebagai wadah guna menghasilkan ide-ide kreatif
4. Sebagai wadah untuk merealisasikan ide kreatif menjadi sebuah produk kreatif
5. Sebagai wadah untuk memamerkan karya industri kreatif

b. Bagi masyarakat

Yogyakarta Creative Hub bisa menjadi pusat informasi, pelatihan, dan edukasi mengenai industri kreatif serta menjadi tempat untuk mewujudkan ide-ide kreatif.

c. Bagi Pemerintah

1. Sebagai tempat penghubung antara pemerintah dan pelaku industri kreatif.
2. Dapat mengedukasi dan mendorong masyarakat untuk berkembang di industri kreatif.

2.1.5 Klasifikasi *Creative Hub*

Di Indonesia terdapat beberapa jenis *creative hub* (pusat kreatif) menurut *British Council* (2017) yang terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan fungsinya, yaitu:

1. *Studio*, berisi sekumpulan individu dalam skala kecil atau bisnis kecil yang berkolaborasi dan bekerja dalam suatu *co-working space*.
2. *Centre*, merupakan bangunan dengan skala besar untuk melakukan berbagai kegiatan kreatif, serta terdapat fasilitas-fasilitas seperti kafe, bar, bioskop, *marker space* (tempat produksi), dan ruang pameran.
3. *Network*, merupakan jenis *creative hub* yang terdiri atas sekelompok individu atau pelaku bisnis kreatif yang tersebar namun membentuk sebuah jaringan berdasarkan sektor tertentu yang spesifik.
4. *Cluster*, merupakan jenis *creative hub* yang terdiri atas sekelompok individu atau pelaku bisnis kreatif yang bekerja dalam satu area geografis tertentu.
5. *Online platform*, merupakan wujud *creative hub* dalam bentuk *online* seperti *website* dan media sosial dalam pelaksanaan bisnis kreatif.
6. *Alternative*, merupakan wujud *creative hub* yang memiliki fokus pada eksperimen dengan komunitas baru, lingkungan usaha, dan model keuangan.

Dari keenam jenis *creative hub* yang sudah dijelaskan tersebut dapat diambil kesimpulan, *creative hub* dengan jenis *studio*, dan *center* memiliki wujud fisik. Sedangkan *Network*, *cluster*, *online platform*, dan *alternative* merupakan jenis *creative hub* yang tidak memiliki wujud fisik, jenis ini berupa jaringan pelaku dan bisnis kreatif dalam suatu komunitas kreatif saja.

2.2 Tinjauan Industri Kreatif

2.2.1 Pengertian Industri Kreatif

Pengertian Industri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Pengertian industri kreatif adalah kegiatan menciptakan hal baru yang bersumber dari ide atau gagasan individu atau sekelompok orang. Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2007) mendefinisikan pengertian industri kreatif sebagai keterampilan, pemanfaatan kreativitas, serta bakat individu sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan kesejahteraan, melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

2.2.2 Klasifikasi Subsektor Industri Kreatif

Industri kreatif di Indonesia dibagi ke dalam beberapa subsektor. Berdasarkan data yang dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf), subsektor industri kreatif dibagi ke dalam 16 subsektor, yaitu:

1. Pengembang Permainan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat ketangkasan, hiburan, dan edukasi. Subsektor pengembang permainan ini bukan

hanya hiburan saja namun juga sebagai alat bantu edukasi atau pembelajaran.

2. **Arsitektur**

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain, baik dari level makro (urban design, landscape architecture, town planning) hingga level mikro (seperti detail konstruksi).

3. **Desain Produk**

Kegiatan kreatif pada subsektor desain produk merupakan gabungan dari berbagai bidang ilmu seperti ilmu perilaku manusia, ilmu perangkat antara manusia dan mesin, ilmu produk, dan lingkungan. Ruang lingkup dari subsektor desain produk cukup luas, meliputi elektronik, produk rumah tangga, furnitur, produk transportasi, dan rekreasi. Desain suatu produk mengalami tahapan proses pertimbangan fungsi dan estetika dengan penyesuaian ergonomi, psikologi, persepsi visual, penjualan, serta target pasar.

4. ***Fashion***

Kegiatan kreatif yang terkait dengan desain mode seperti pakaian, alas kaki, dan aksesoris. Kegiatan fashion ini bisa berupa produksi dan distribusi produk *fashion*.

5. **Desain Interior**

Desain interior didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior. Desain interior mampu meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek-aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik. Subsektor desain interior memiliki fokus pada upaya rancang ruang dalam bangunan yang sesuai dengan fungsi, memberikan kenyamanan dalam bangunan sesuai dengan fungsinya.

6. **Desain Komunikasi Visual**

Kegiatan mendesain yang memiliki tujuan utama adalah menyampaikan ide dengan bantuan visual. Subsektor desain komunikasi visual berproses dengan menggunakan pendekatan

multi dimensi yang saling berpengaruh dalam bidang budaya, etika, sosial, lingkungan, dan ekonomi. Desain komunikasi visual menggunakan perangkat utama berupa gambar dan tipografi (huruf) untuk menciptakan informasi bagi audiens.

7. Seni Pertunjukan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan produksi pertunjukan. Misalnya, pertunjukan teater, tarian kontemporer atau tradisional, termasuk pertunjukan musik.

8. Film, Animasi, dan Video

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi berupa karya seni grafis bergerak yang dapat memuat ide atau gagasan dalam bentuk *audiovisual* dan proses pembuatannya menggunakan kaidah sinematografi. Termasuk di dalamnya terdapat penulisan *script*, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.

9. Fotografi

Kegiatan kreatif yang mendorong kreativitas individu dalam memproduksi citra dari sebuah objek foto. Bidang fotografi berfokus pada media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, dan media yang menampilkan informasi. Di dalam seni fotografi objek yang ditangkap kemudian akan diolah sehingga hasilnya dapat menyampaikan ekspresi serta pesan tertentu berdasarkan konsep yang diciptakan oleh *creative director* karya tersebut.

10. Kriya

Kriya atau kerajinan berupa kegiatan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dihasilkan oleh pengrajin. Proses kerajinan bermula dari desain awal hingga penyelesaian produknya.

11. Kuliner

Kegiatan kreatif yang berkaitan menawarkan produk-produk kuliner yang menarik. Kuliner didefinisikan sebagai kegiatan persiapan, pengolahan, dan penyajian produk makanan dan minuman. Unsur kreativitas, estetika, maupun kearifan lokal menjadi komposisi yang

penting untuk meningkatkan cita rasa dan nilai produk, sehingga bisa meningkatkan daya beli konsumen.

12. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan komposisi, produksi, pertunjukkan seni musik.

13. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan komunikasi mengenai produk atau merek kepada publik agar tujuan periklanan bisa sejalan dengan tujuan pemrakarsa. Penyampaian bisa dilakukan melalui media komunikasi seperti televisi, media cetak, dan media digital seperti youtube, instagram, atau toko *online*. Tujuan dari iklan adalah untuk membujuk khalayak untuk membeli produk atau memberikan tanggapan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

14. Penerbitan

Kegiatan kreatif yang berfokus pada penciptaan konten berupa informasi yang bersumber dari pemikiran kreatif. Subsektor penerbitan merupakan suatu usaha kegiatan mengelola informasi dan imajinasi untuk menciptakan konten kreatif yang dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, diproduksi kemudian dikonsumsi oleh publik melalui media cetak, media digital, dan media daring.

15. Seni Rupa

Kegiatan subsektor seni rupa berupa proses penciptaan karya. Karya dalam seni rupa dapat berupa karya dua dimensi, karya tiga dimensi, serta karya ruang dan waktu yaitu berupa karya seni instalasi di ruang publik, seni lingkungan, dan seni interaktif.

16. Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan produksi dan pengemasan sebuah acara televisi seperti kuis, reality show, infotainment, dan acara lainnya. Terdapat pula kegiatan penyiaran konten televisi dan radio.

Berdasarkan pembagian dan gambaran umum ke-16 subsektor industri kreatif di atas, dapat disimpulkan jenis-jenis subsektor yang akan diwadahi dan difasilitasi di Yogyakarta *Creative Hub* adalah subsektor seni rupa dan desain, kerajinan atau kriya, kuliner, fashion, dan perfilman.

2.3 Tinjauan Objek Sejenis

2.3.1 Bandung *Creative Hub*



Gambar 2. 1 Gedung Bandung *Creative Hub*

Sumber: Sarrahgita.com (2018) *photo by Dudi Sugandi*

Gedung Bandung *Creative Hub* (BCH) terletak di Jalan Laswi No. 7 Kota Bandung diresmikan pada tahun 2107 oleh Wali Kota Bandung M.Ridwan Kamil sekaligus sebagai arsitek bangunan ini. Bangunan BCH memiliki area dengan luas 5.400 meter persegi, 6 lantai (*basement*, 5 lantai, dan *rooftop*) merupakan tempat bagi insan kreatif di Kota Bandung. BCH merupakan pusat kreatif terbesar pertama di Indonesia dan kedua di ASEAN setelah Thailand *Creative and Design Center*. Gedung dengan fasad eksterior warna-warni ini dirancang untuk menjadi wadah mengembangkan kreativitas, edukasi, dan laboratorium bagi berbagai sektor industri kreatif. Bangunan ini menyediakan sarana dan fasilitas yang cukup lengkap agar anak-anak muda di Bandung semakin bersemangat untuk berkreasi.

Bandung *Creative Hub* sebagai pusat kreatif di Kota Bandung memiliki beberapa fasilitas yang beroperasi selama 24 jam.

Denah Bandung *Creative Hub*:



Gambar 2. 2 Denah Lantai 1 Bandung *Creative Hub*

Sumber: Bandung *Creative Hub* (2019)

Pada lantai dasar bangunan terdapat kafe, *design store*, *storage*, *exhibiton area* dan musholla.



Gambar 2. 3 Denah Lantai 2 Bandung *Creative Hub*

Sumber: Bandung *Creative Hub* (2019)

Lantai dua terdapat kantor manajemen Bandung *Creative Hub*, perpustakaan, *coffee shop*, dan co-working space.



Gambar 2. 4 Denah Lantai 3 Bandung *Creative Hub*

Sumber: Bandung *Creative Hub* (2019)

Pada lantai 3 terdapat studio tari, ruang penyimpanan, ruang auditorium, ruang radio *online*, studio musik, ruang arsip desain.



Gambar 2. 5 Denah Lantai 4 Bandung *Creative Hub*

Sumber: Bandung *Creative Hub* (2019)

Lantai empat terdapat studio foto, kelas *workshop* kecil, ruang auditorium, dan co-working space.



Gambar 2. 6 Denah Lantai 5 Bandung *Creative Hub*

Sumber: Bandung *Creative Hub* (2019)

Lantai lima terdapat *fashion gallery*, ruang aula atau kelas besar, serta pada lantai enam terdapat *rooftop*.

Terdapat 3 jenis ruang kreatif di Bandung *Creative Hub* yaitu:

1. *Creative space*

Ruang kreatif untuk memproduksi karya atau memamerkan karya seni.

2. *Co-working space*

Ruang untuk bekerja dan berkolaborasi bersama.

3. *Maker Space*

Ruang untuk bekerja yang dilengkapi dengan alat produksi tertentu guna menghasilkan barang jadi. Fasilitas tersebut antara lain studio inovasi (3D printer, laser cutting, textile printer).

Gedung rancangan Ridwan Kamil ini berbentuk *polygon* dengan tambahan ornamen berbentuk prisma dan didominasi oleh warna hijau dan kuning yang memenuhi seluruh tembok dengan rapi. Pada area *lobby*

utama Gedung BCH terdapat tangga warna-warni dengan aneka mural dan lukisan karya anak muda kreatif Bandung. Di gedung BCH ini sering diadakan workshop yang diselenggarakan oleh komunitas-komunitas seni atau pameran-pameran karya dan pertunjukan seperti teater atau musik yang bisa disaksikan oleh masyarakat secara gratis.



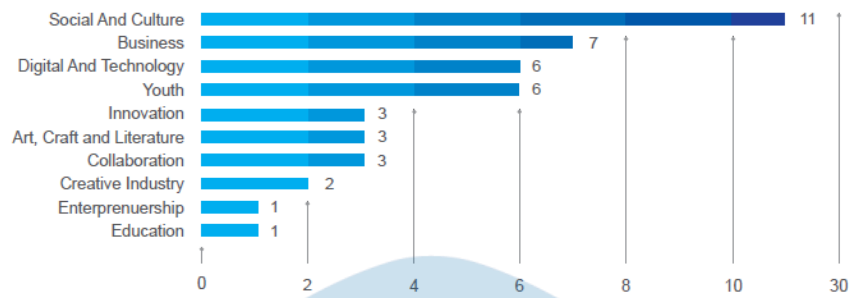
Gambar 2. 7 Pameran Foto Persahabatan India-Indonesia di Bandung *Creative Hub*

Sumber: jabar.tribunnews.com (2019)

Gedung Bandung Creative Hub mencoba membuat fungsi seni secara sosial sebagai pemenuhan kebutuhan dari segi pendidikan, rekreasi, dan komunikasi. Diharapkan seni yang disajikan di pusat kreatif ini tidak hanya bisa dinikmati oleh beberapa kalangan saja, namun bisa dinikmati oleh masyarakat luas sebagai apresiator seni.

2.4 Kegiatan di *Creative Hub*

Menurut buku *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia* oleh British Council kegiatan yang terjadi di *creative hub* umumnya berkaitan dengan sosial budaya. Oleh sebab itu dibutuhkan ruang yang melibatkan komunitas atau pelaku kreatif untuk saling terlibat. Setelah sosial-budaya kegiatan yang sering dilakukan adalah kegiatan isu bisnis dan juga teknologi digital.



Grafik 1. 1 Isu Aktivitas di *Creative Hub*

Sumber: Buku *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia*

Secara umum kegiatan atau aktivitas yang diwadahi dalam bangunan Yogyakarta *Creative Hub* yaitu:

1. Kegiatan Industri

Kegiatan ini mencakup proses pengerjaan produk-produk industri kreatif mulai dari pemilihan bahan baku sampai menjadi suatu hasil produk.

2. Kegiatan Pembinaan dan edukasi:

- Seminar atau talkshow
- Diskusi
- Workshop
- Perpustakaan
- Pertunjukkan

3. Kegiatan Pameran

- Sarana untuk memamerkan hasil karya kreatif dan produksi dari kegiatan.
- Jual beli produk/karya

4. Kegiatan Rekreasi

Kegiatan rekreasi berupa kegiatan komersial berupa kafe dan restoran, serta retail untuk membeli produk.

2.5 Deskripsi Pengguna dan Kegiatan

Berdasarkan pengelompokkan, berikut adalah penjelasan setiap pengguna *Yogyakarta Creative Hub*:

a. Pengunjung

Pengunjung adalah pihak yang datang ke suatu tempat untuk tujuan berkunjung, melihat, dan belajar. Pengunjung terbagi atas:

- Pengunjung Umum:

Pengunjung umum terbagi atas beberapa kelompok yaitu:

- Kelompok wisatawan, baik wisatawan domestik maupun asing
- Kelompok pelajar dan mahasiswa
- Kelompok para ahli, pengamat, maupun pelaku kreatif

- Anggota *Yogyakarta Creative Hub*:

Anggota merupakan pihak yang aktif dan rutin melakukan kegiatan atau mengikuti acara tertentu. Anggota *creative hub* memiliki akses lebih dan bisa menggunakan fasilitas yang tersedia daripada pengunjung umum.

b. Pelaku Kreatif

Pelaku kreatif merupakan pihak yang bergerak di bidang kreatif. Pelaku kreatif biasanya datang dengan tujuan untuk memberikan pelatihan, pengamatan, atau sekadar menikmati kegiatan di *creative hub*.

c. Komunitas Kerjasama

Komunitas kerja sama adalah pihak di luar pengelola yang ikut serta membantu mengembangkan *Yogyakarta Creative Hub*.

d. Pengelola

Pengelola adalah pihak yang memiliki tugas untuk mengurus segala hal yang terkait dengan kepengurusan untuk mencapai tujuan tertentu.

Kelompok pengelola yaitu:

- Kepala Pengelola
- Wakil Pengelola
- Sekretaris

- General manager
- Manager (bidang operasional, publikasi, pemasaran, keuangan, dan administrasi)
- Pegawai
- Staff (bidang keamanan, pemeliharaan, dan kebersihan)

2.6 Deskripsi Kebutuhan Ruang di Yogyakarta *Creative Hub*

Berikut merupakan deskripsi kebutuhan ruang yang dibutuhkan untuk mewadahi aktivitas utama di Yogyakarta *Creative Hub*:

a. Ruang Kelas

Ruang kelas digunakan untuk kegiatan pembinaan yang bersifat formal. Ruang kelas dapat difungsikan oleh pelaku kreatif untuk mengadakan diskusi. Kegiatan yang diwadahi di ruang kelas biasanya dalam skala kecil karena kapasitas ruang yang terbatas.

b. Makerspace

Ruangan ini digunakan untuk pelatihan seperti workshop, dimana para pengguna melakukan praktik secara langsung. Makerspace dilengkapi dengan beberapa alat atau mesin untuk mendukung kebutuhan aktivitasnya sehingga para pengguna bisa mengembangkan suatu produk ciptaan secara bersama.

c. Co-working space

Co-working space merupakan ruang kerja bersama untuk berkolaborasi oleh individu, komunitas, atau perusahaan startup. Konsep yang diusung oleh co-working space adalah sharing atau berbagi.

d. Ruang Pameran/Galeri

Ruang yang digunakan untuk memajang atau memamerkan karya dan produk yang dihasilkan oleh pelaku kreatif di Yogyakarta *Creative Hub*.

e. Ruang Auditorium

Ruang berkapasitas besar yang difungsikan untuk menampung kegiatan dengan pengguna yang cukup banyak. Auditorium digunakan untuk mengadakan kegiatan seperti pertemuan, dan seminar.

f. Ruang Pengelola

Ruang pengelola digunakan untuk para pengelola bekerja mengurus segala kepentingan yang berkaitan dengan Yogyakarta *Creative Hub*.

g. Ruang Komunal

Ruang Komunal berfungsi sebagai penunjang kebutuhan aktivitas di *creative hub* dan ruang sosial untuk mengembangkan kegiatan kreatif

h. Plaza

Ruang terbuka hijau yang berfungsi untuk menampung kegiatan serta sebagai keramahamahan bangunan terhadap lingkungan

i. Café dan Restoran

Kuliner merupakan salah satu kegiatan yang sedang berkembang dengan pesat. Adanya café dan restoran akan menjadi daya tarik bagi masyarakat.

j. Ruang Pemasaran Digital

Ruang digital yang mengurus keperluan pemasaran produk atau karya kreatif secara digital.

k. Ruang Bioskop

Ruang bioskop dengan kapasitas pengunjung terbatas yang berfungsi untuk mengadakan acara *screening* film.

l. Perpustakaan

Perpustakaan bisa dijadikan sebagai tempat koleksi bahan bacaan dan ruang baca bagi pecinta buku. Fungsi lain perpustakaan juga bertujuan untuk meningkatkan minat baca masyarakat.

m. Retail/local shophouse

Local Shophouse ditujukan untuk menarik perhatian serta meningkatkan antusiasme masyarakat terhadap produk lokal. Dengan hal tersebut bisnis atau usaha lokal diharapkan bisa lebih maju lagi.

n. Ruang Terbuka

Ruang terbuka di *creative hub* diperlukan untuk bersosialisasi dan bisa dijadikan sebagai wadah aktivitas edukasi yang bersifat informal.

