

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Objek Perancangan

2.1.1 Defenisi Objek

A. Defenisi Creative

Creative adalah kata bahasa Inggris yang berarti kreatifitas/kreativitas dalam bahasa Indonesia. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menemukan dan menciptakan hal-hal baru, cara-cara baru, model-model baru yang bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat. Pengertian kreativitas menurut para ahli :

➤ Guilford (1970 : 236)

Kreativitas mengacu pada keterampilan yang menggambarkan ciri-ciri orang yang kreatif.

➤ Utami Munandar (1992 : 41)

Kreativitas adalah suatu keterampilan yang mencerminkan keluwesan, dan orisinalitas berpikir serta kemampuan mengembangkan suatu gagasan.

➤ Drevdahi (Hurlock 1978 : 3)

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan komposisi dan gagasan baru, yang dapat berupa imajinasi atau sintesa, yang dapat melibatkan pembentukan pola dan kombinasi pengalaman masa lalu yang berhubungan dengan pengalaman yang sudah ada pada situasi saat ini.

➤ Rogers (1992 : 48)

Proses munculnya hasil-hasil baru dalam suatu tindakan

B. Defenisi Development

Development berasal dari kata bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi pengembangan, perkembangan, dan pembangunan.

C. Defenisi Center

Center berasal dari bahasa Inggris yang kalau diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti pusat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pusat adalah pokok pangkal atau yang menjadi pempunan berbagai hal, urusan, dan sebagainya.

Jadi, jika ketiga suku kata di atas digabung akan menghasilkan sebuah definisi yakni pusat pengembangan kreatif/kreatifitas.

2.1.2 Fungsi Creative Center

1. Menyediakan fasilitas-fasilitas untuk pengembangan industri kreatif.
2. Mengadakan program pelatihan dalam bidang-bidang sub-sektor industri kreatif mulai dari tahap produksi hingga pemasaran.

2.1.3 Jenis Creative Center

Menurut The British Council's Creative Hub Toolkit, terdapat 6 jenis creative center, yakni:

1. Studio

Terdapat kumpulan usaha kecil/pemilik usaha kecil yang bekerja di co-working space



Gambar 2.1 *Ilustrasi Studio Creative Center*

Sumber : publicdomainvectors.org

2. Center

Merupakan bangunan berskala besar untuk terwujudnya kegiatan kreatif dengan fasilitas lain seperti kafe, bar, bioskop, fasilitas produksi (production facility), toko dan ruang pameran.

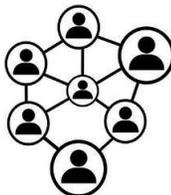


Gambar 2.2 : *Ilustrasi Centre Creative Center*

Sumber : publicdomainvectors.org

3. Network

Merupakan sekelompok individu atau perusahaan yang biasanya terpisah-pisah namun membentuk jaringan berdasarkan bidang tertentu yang spesifik.



Gambar 2.3 Ilustrasi Network Creative Center

Sumber : publicdomainvectors.org

4. Cluster

Ini adalah sekelompok orang dan perusahaan kreatif yang bekerja di wilayah geografis tertentu.



Gambar 2.4 Ilustrasi Cluster Creative Center

Sumber : publicdomainvectors.org

5. Online Platform

Merupakan wujud creative hub yang hanya menggunakan metode online seperti website dan media sosial dalam pelaksanaan bisnis kreatif.



Gambar 2.5 Ilustrasi Online Platform

Sumber : publicdomainvectors.org

6. Alternative

Ini adalah pusat kreatif yang berfokus pada eksperimen dengan komunitas, sektor, dan model keuangan baru.



Gambar 2.6 Ilustrasi Alternative Creative Center

Sumber : publicdomainvectors.org

2.1.4 Fasilitas Pada Creative Center

British Council (2016) mendefinisikan Creative Hub sebagai tempat pusat kreatif fisik dan virtual yang menyediakan ruang dan dukungan bagi pengembangan bisnis dan

komunitas kreatif. Creative Hub dirancang untuk bekerja, diskusi, pelatihan, lokalkarya, produksi, pameran dan pemasaran. Ruangan-ruangan berikut diperlukan dalam ruang kreatif:

1. Co-working Space
2. Maker Space
3. Ruang Kelas
4. Product Store
5. Ruang Pameran

2.2 Tinjauan Industri Kreatif

2.2.1 Pengertian Industri Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan salah satu cabang perekonomian yang timbul dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan kemampuan seseorang untuk menciptakan kesejahteraan dan kesempatan kerja dengan menciptakan dan menggunakan kreativitas dan kecerdikan individu tersebut. (Kementerian Perdagangan RI, 2008).

2.2.2 Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Beberapa ciri-ciri ekonomi kreatif, (Maksum Rangkuti, 2023) yaitu:

1. Kreativitas dan Inovasi

Ekonomi kreatif melibatkan ekspresi kreatif dan inovasi dalam menciptakan produk dan layanan baru yang memiliki nilai tambah ekonomi. Hal ini melibatkan pemikiran kreatif, desain yang unik, dan pendekatan yang inovatif dalam menghasilkan produk dan layanan.

2. Penggabungan Budaya dan Seni

Ekonomi kreatif menggabungkan nilai-nilai budaya, seni, dan warisan lokal dalam menciptakan produk dan layanan. Hal ini mencerminkan kekayaan budaya suatu daerah atau masyarakat dalam produk yang dihasilkan.

3. Industri Berbasis Keterampilan Khusus

Ekonomi kreatif melibatkan industri yang memanfaatkan keterampilan dan keahlian khusus, seperti desain grafis, seni rupa, musik, film, model, dan arsitektur. Industri-industri ini membutuhkan keahlian dan talenta kreatif dalam produksi dan pengembangan produk dan layanan.

4. Nilai Tambah Ekonomi

Ekonomi kreatif bertujuan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi melalui penggunaan kreatifitas dan keahlian. Produk dan layanan yang dihasilkan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional.

5. Potensi Pertumbuhan dan Penciptaan Lapangan Kerja

Ekonomi Kreatif memiliki potensi untuk pertumbuhan ekonomi yang signifikan dan menciptakan lapangan kerja baru. Industri-industri kreatif dapat memberikan kesempatan bagi para kreatif, seniman, dan pengusaha untuk mengembangkan bisnis dan menciptakan lapangan kerja bagi orang lain.

6. Fokus Pada Pemasaran dan Komersialisasi

Ekonomi kreatif juga memiliki fokus pada pemasaran dan komersialisasi produk dan layanan kreatif. Hal ini melibatkan strategi pemasaran yang efektif, distribusi produk yang luas, dan upaya untuk mencapai pasar yang lebih luas.

7. Keberlanjutan dan Responsibilitas Sosial

Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial seringkali juga menjadi fokus industri kreatif. Industri kreatif dapat mengadopsi praktik-praktik yang bertanggung jawab secara ekologis dan sosial dalam produksi dan pengembangan produk dan jasa.

2.2.3 Manfaat Ekonomi Kreatif

- a. Penciptaan Lapangan Kerja.
- b. Pertumbuhan Ekonomi.
- c. Inovasi dan Peningkatan Daya Saing.
- d. Peningkatan Citra dan Identitas Daerah.
- e. Pariwisata dan Pengembangan Destinasi.
- f. Pembangunan Komunitas dan Pengentasan Kemiskinan.

2.2.4 Elemen Industri Kreatif

A. Sub-Sektor Industri Kreatif

Dengan adanya Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Dinas Industri Kreatif dan perubahan atas Perpres Nomor 6 Tahun 2015, subsektor industri kreatif direklasifikasi dengan mengacu pada Industri Kreatif, Kekuatan Baru Indonesia Tahun 2025, Aksi Jangka Menengah. Rencana . Edisi 2015. 2019, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Subsektor bidang kreatif meliputi:



Gambar 2.7 Sub-Sektor Industri Kreatif

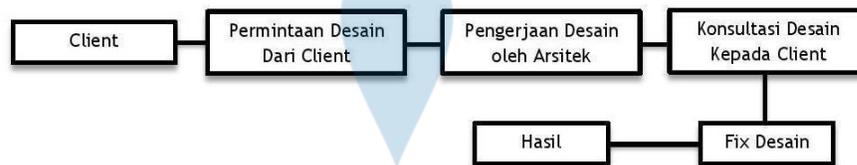
Sumber : publicdomainvectors.org

1. Aplikasi dan Pengembangan Game

Yaitu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain atau mengembangkan aplikasi permainan.

2. Arsitektur

Hal ini merupakan hasil penerapan sempurna ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dalam mentransformasikan lingkungan dan ruang binaan menjadi bagian dari budaya dan peradaban manusia. Kegiatan kreatif ini berkaitan dengan jasa desain konstruksi, perencanaan biaya konstruksi, konservasi benda cagar budaya, pengendalian konstruksi secara menyeluruh mulai dari tingkat makro (perencanaan kota, tata kota, arsitektur lansekap) hingga tingkat mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman, interior)



Gambar 2.8 Skema Arsitektur

Sumber : publicdomainvectors.org

3. Desain Interior

Yaitu kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas ruang dalam/interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan dan kenyamanan publik.

4. Desain Komunikasi Visual

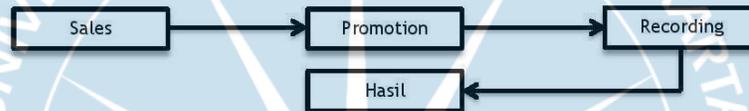
Yaitu suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan.

5. Desain Produk

Yaitu layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai dan keterampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.

6. Musik

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komisi, pertunjukan, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara

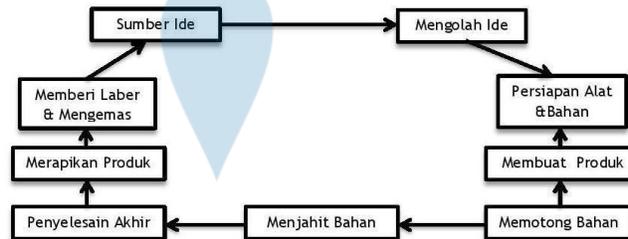


Gambar 2.9 Skema Musik

Sumber : publicdomainvectors.org

7. Fashion

Yakni gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok. Pada tahun 2015, laju pertumbuhan PDB subsektor fesyen sebesar 2,80% dan 56% produk industri kreatif yang diekspor ke luar negeri berasal dari produk fesyen.



Gambar 2.10 Skema Fashion

Sumber : publicdomainvectors.org

8. Film, Animasi, dan Video

Film adalah suatu karya visual bergerak yang memuat berbagai ide atau pemikiran dalam bentuk audio visual, dan ketika membuat kaidah sebuah film, bingkai-bingkai dibuat secara kronologis untuk menciptakan ilusi gerakan yang terus-

menerus pada tampilan layar. hidup atau tampak hidup.

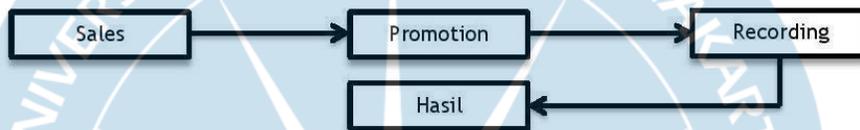


Gambar 2.11 Skema Film, Animasi, dan Video

Sumber : publicdomainvectors.org

9. Fotografi

Yaitu sebuah industry dalam memproduksi citra dari suatu objek foto menggunakan prangkat fotografi.

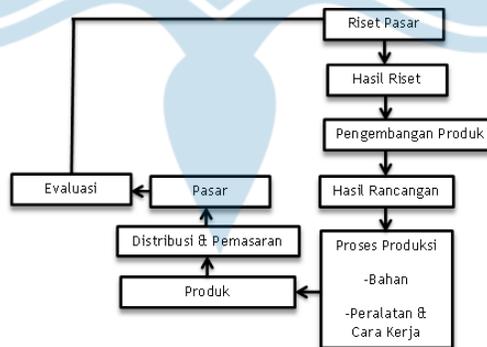


Gambar 2.12 Skema Fotografi

Sumber : publicdomainvectors.org

10. Kriya

Yaitu bagian dari kerjian tangan atau seni rupa terapan yang menghasilkan sebuah karya seni, produk fungsional, produk hiasan dan dekoratif.



Gambar 2.13 Skema Kriya

Sumber : publicdomainvectors.org

11. Kuliner

Yakni penyiapan, pengolahan, dan penyajian makanan dan minuman yang mengedepankan kreativitas, estetika tradisional, dan kearifan lokal.



Gambar 2.14 Skema Kuliner

Sumber : publicdomainvectors.org

12. Penerbitan

Yaitu sebuah imajinasi untuk membuat sebuah konten kreatif dalam bentuk tulisan, gambar, audio, ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak dan sebagainya.

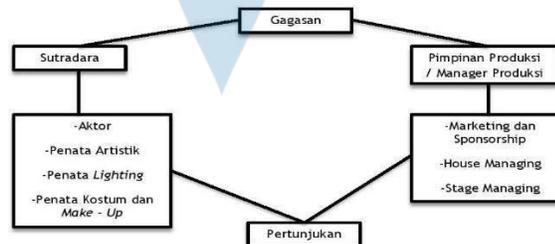


Gambar 2.15 Skema Penerbitan

Sumber : publicdomainvectors.org

13. Seni Pertunjukan

Merupakan suatu bentuk seni yang melibatkan desainer, staf teknis dan pemain yang mengolah, menerapkan dan mengkomunikasikan ide kepada penonton baik dalam bentuk verbal, musik, desain visual, ekspresi dan gerak tubuh atau tari.



Gambar 2.16 Skema Pertunjukan

Sumber : publicdomainvectors.org

14. Periklanan

Yaitu keterampilan atau kemampuan komunikasi dalam memperkenalkan sebuah produk atau merk kepada khalayak.

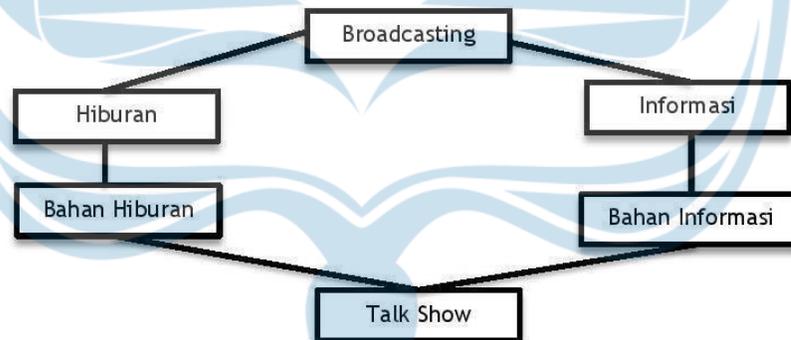


Gambar 2.17 Skema Periklanan

Sumber : publicdomainvectors.org

15. Televisi dan Radio

Ini adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penciptaan, produksi dan pengemasan program televisi (seperti permainan, kuis, reality show, program infotainment, dll.), transmisi dan penyiaran konten program televisi dan radio, termasuk transmisi stasiun radio dan televisi.



Gambar 2.18 Skema Televisi dan Radio

Sumber : publicdomainvectors.org

B. Pelaku Ekonomi Kreatif

Dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif terdapat tiga aktor/pelaku utama, Moelyono (2010:248-258), yaitu:

a. Pemerintah

➤ Sebagai Regulator

Pihak yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan masyarakat, industri, institusi, intermediasi, sumber daya dan teknologi

harus dapat mempercepat proses perkembangan industri kreatif yang memiliki iklim bisnis kondusif.

➤ Sebagai Katalisator, Fasilitator dan Advokat

Memberi rangsangan, tantangan dan dorongan agar, ide-ide bisnis bergerak ke kompetisi yang lebih tinggi. Misalnya Pemerintah memberikan anggaran dan fasilitas. Anggaran untuk melakukan workshop, dan fasilitas berupa gedung tempat berlangsungnya kegiatan ekonomi kreatif.

➤ Sebagai Investor, Konsumen, dan Enterpreneur.

Sebagai investor publik, Anda harus mampu memberdayakan aset publik untuk berproduksi lebih banyak di lingkungan industri dan bertanggung jawab atas infrastruktur industri. Sebagai konsumen, pemerintah harus menghidupkan kembali kebijakan pembelian dan mengutamakan penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai pengusaha, negara tidak mempunyai kekuasaan terhadap Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

➤ Sebagai Urban Planer

Kreativitas akan tumbuh dengan subur di kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Pemerintah memiliki peran sentra dalam penciptaan kota kreatif yang mampu mengosentrasikan dan mengakumulasi energi dari individu-individu kreatif sebagai magnet yang menarik minat individu/perusahaan yang membuka bisnis di Indonesia.

b. Pelaku Bisnis UMKM

Peran bisnis menurut Moelyono (2010: 248-258), dalam pengembangan ekonomi kreatif sebagai pencipta dari produk, jasa kreatif, dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif serta dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan. Selain itu, membentuk komunitas dan enterpreneur kreatif kreatif sebagai ruang publik untuk sharing pemikiran, monitoring, motivasi, dan business coaching atau pelatihan manajemen.

c. Peran Cendikiawan (Intellectuals)

Sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi, serta sebagai agen yang membentuk nilai-nilai yang konstruktif bagi pengembangan industri kreatif dalam masyarakat.

2.3 Tinjauan Ekonomi Kreatif di Yogyakarta

Dari 16 sub sektor industri kreatif yang ada di kota Yogyakarta, terdapat 3 sub sektor yang paling berkembang yakni : Industri Kuliner, Industri Fesyen, dan Kerajinan.. Maka dari itu penulis hanya akan fokus pada pengembangan ke-4 industri kreatif ini melalui perancangan sebuah wadah/fasilitas sebagai pusat pengembangan yang diberi nama Creative Economic Development Center. Berikut penjelasan ke-4 sektor ekonomi kreatif yang ada di kota Yogyakarta:

1. Industri Kuliner

➤ Tinjauan Umum

Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris “culinary”. Peralatan kuliner mengacu pada dapur atau persiapan makanan. Makanan tersebut dapat berupa lauk pauk, makanan ringan (snack), dan minuman. Pengelompokan jenis pangan (AIMI, 2021) yaitu:

✓ Kelompok 1

Baik makanan tersebut tidak diolah atau diolah secara minimal, biasanya serupa dengan bentuk aslinya, seperti tumbuhan, hewan, kemudian diolah (direbus, direbus, dipanggang). Contoh makanan tersebut antara lain sayuran hijau, biji-bijian, umbi-umbian, daging olahan minimal seperti nasi kuning, nasi merah, dan makanan apa pun yang disajikan tanpa produksi.

✓ Kelompok 2

Pangan golongan 2 adalah pangan yang terbuat dari bahan pangan olahan industri, biasanya dihasilkan dalam proses produksi yang menggunakan bahan golongan 1. Contoh makanan tersebut antara lain bumbu seperti minyak, gula, garam, rempah-rempah, mentega, cuka dan lain-lain.

✓ Kelompok 3

Pangan golongan 3 merupakan pangan yang diolah melalui beberapa proses seperti pengalengan, penggaraman, fermentasi atau pengawetan. Contoh makanan pada kelompok ini adalah gula untuk sirup, sayur asin atau asinan untuk acar, kedelai yang difermentasi, stroberi untuk selai.

✓ Kelompok 4

Kelompok pangan ini merupakan pangan ultra-olahan yang biasanya

diproduksi di pabrik dan dikemas. Makanan ini kemudian dipromosikan secara komersial untuk menggantikan konsumsi makanan asli.

➤ Tinjauan Khusus

Berkaitan dengan kelompok makanan yang akan dikembangkan di Creative Economic Development Center di kota Yogyakarta. Industri kuliner pada fasilitas ini akan difokuskan pada pengembangan kuliner lokal atau khas Yogyakarta. Adapun jenis makanan yang akan dikembangkan pada Creative Economic Development Center yaitu : Brongkos, Bakmi Godhog, Mie Lethek, Mie Pentil, Mangut Lele, Nasi Merah Wonosari, Gudangan Sate Klathak, Sate Kere, Balalang Goreng, Oseng Mercon, Jadah Tempe, Tiwul, Bakphia Pathuk.

2. Industri *Fashion*

Fokus industri fesyen yang akan dikembangkan pada Creative Economic Development Center ini adalah pengembangan batik. Terdapat tren bahwasannya wisatawan mancanegara lebih meningkat daripada wisatawan domestikdi beberapa tahun terakhir. Selain dengan memberikan dorongan bagi pengrajin batik di Yogyakarta untuk mengedepankan teknologi dan inovasi dalam memperdagangkan hasil ekspor kerajinan batik, keadaan ini turut meningkatkan proses produksi batik yang eco-friendly. Tentunya, hal ini membuat batik Yogyakarta menjadi lebih diterima dimasyarakat internasional. Proses pengembangan batik ini akan dilakukan dengan cara mengkolaborasikan aktor-aktor yang membentuk rantai produksi untuk menghasilkan motif dan produksi batik sesuai dengan pasar milenial.

3. Industri Kerajinan

Terdapat banyak kerajinan tangan khas masyarakat jogja, tetapi hanya ada beberapa kerajinan yang akan dikembangkan pada Creative Economic Developmant Center, (Bernadetha Dian Suraswati, 2022), yakni:

➤ Surjan

Pakaian atasan pria Jawa dengan motif yang beragam, ada yang lurik atau motif bunga.

➤ Blangkon

Penutup atau ikat kepala lelaki dalam tradisi adat busana jawa.

➤ Selop Batik

Salah satu jenis model sandal dengan motif batik.

- Wayang
Sebagai hiasan dinding atau oleh-oleh gantungan kunci dan sebagainya.
- Kerajinan Kulit
Seperti sepatu, tas, dompet, bahkan jaket yang menggunakan bahan kulit.
- Souvenir
- Topeng Batik
- Patung Loro Blonyo
- Miniatur
- Gerabah Kasongan

2.4 Tinjauan Pendekatan Arsitektur kontekstual

2.4.1 Pengertian

Secara teori, Chairtable Institute of Architectural Technologists (CIAT) menyatakan bahwa arsitektur kontekstual adalah suatu proses desain dalam perancangan bangunan baru yang memerlukan pertimbangan lingkungan dan kondisi bangunan baru. CIAT menjelaskan, ada dua variabel utama dalam desain arsitektur kontekstual, yaitu variabel fisik seperti bangunan, kondisi lingkungan, vegetasi, dan lain-lain, dan variabel sosial budaya yang menekankan pada kondisi sosial masyarakat yang tinggal di kawasan tempat bangunan baru dibangun.

Saat mengintegrasikan bangunan baru dengan lingkungannya, beberapa kriteria harus dipertimbangkan. Kriteria tersebut secara teoritis digunakan oleh Bentley (1985) dalam bukunya *Responsive Environment* yang mencakup tujuh kriteria utama yaitu:

1. Permeability : Kemudahan akses dan transportasi.
2. Variety : Keberagaman fungsi.
3. Legibility : Kemudahan identifikasi dan orientasi bangunan.
4. Robustness : Ruang-ruang temporal.
5. Richness : Berkaitan dengan material.
6. Visual Appropriateness : Penampilan fisik yang mudah dikenali fungsinya.
7. Personalization : Menggabungkan partisipasi komunitas dan masyarakat.

Menurut Brolin (1980), arsitektur kontekstual dalam penerapannya terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu harmoni dan kontras. Harmoni memberikan landasan bagi

bangunan baru untuk memadukan dan menerapkan unsur-unsur seperti material, tipologi, dan filosofi yang ada pada lingkungannya maupun pada bangunan lama. Sebaliknya, kontras menimbulkan unsur-unsur baru yang berbeda dengan bangunan lama dan sekitarnya, sehingga bangunan baru dapat menonjol secara visual dari lingkungan sekitarnya.

2.5 Tinjauan Preseden

➤ Preseden Creative Center

1. Jakarta Creative Hub



Gambar 2.19 : Profil Jakarta Creative Hub

Sumber; Elise Dwi Ratnasari, 23 mar 2017

Jakarta Creative Hub hadir sebagai sarana pendukung industri kreatif di Jakarta. JCH didirikan pada maret 2017 oleh Pemprov DKI Jakarta. Jakarta Creative Hub dilengkapi oleh beberapa fasilitas diantaranya adalah co-office, ruang kelas, maker space, hingga lab digital.



Gambar 2.20 : Denah Jakarta Creative Hub

Sumber; <http://crafters.getcraft.com/id/jakarta-creative-hub-wadah-kreativitas/>

a. Classroom

JCH menyediakan 3 ruang kelas yakni kelas A,B, dan C. Ketiga ruang kelas ini digunakan untuk pelatihan atau lokalkarya. Untuk mengikuti pelatihan ini hanya perlu mendaftar dengan KTP DKI.



Gambar 2.21 : Classroom A

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023



Gambar 2.22 : Classroom B dan C

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

b. Maker Space

Maker space memiliki 3 ruangan yakni *fashion*, *woodworking*, dan ruang digital. Ruangan ini berisi mesin-mesin produksi seperti mesin *3D printing*, mesin jahit, mesin bubut, serta beberapa *computer*. Disini akan diajarkan untuk memproduksi dan menggunakan mesin-mesin produksi.

➤ Area Fashion



Gambar 2.23 : Maker Space Fashion

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

➤ *Area Woodworking*



Gambar 2.24 : *Maker Space Woodworking*

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

➤ *Area Digital*



Gambar 2.25 : *Maker Space Digital*

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

c. *Co-Office*

Disediakan untuk Start-Up untuk mengembangkan keahlian dan kreatifitas



Gambar 2.26 : *Co-Office*

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

d. *Café dan Perpustakaan*

Di café orang bisa berdiskusi tentang industry kreatif sambil menyeruput kopi, dan di perpustakaan orang bisa membaca buku untuk menambah wawasan terkait industry kreatif



Gambar 2.27 : *Café dan Perpustakaan*

Sumber: <https://travel.wego.com/berita/jakarta-creative-hub/> 23 November 2023

Fasilitas ruang yang tersedia di Jakarta Creative Hub mencakup *creative space*, *space working* dan *maker space*. *Creative space* mencakup fasilitas *classroom* yang berfungsi sebagai tempat pelatihan, seminar, dan *talkshow*. *Space Working* mencakup fasilitas *co-office* sebagai tempat bagi para *start-up*. *Maker space* mencakup ruang produksi seperti *area fashion*, *area woodworking*, dan *area digital*. Penempatan ruang pada JCH berdasarkan fungsi dan sifat zonasi ruang. Zonasi ruang umum ditempatkan dibagian depan dan tengah, sedangkan zonasi ruang khusus ditempatkan dibagian samping.

2. Bandung Creative Hub



Gambar 2.28 : *Bandung Creative Hub*

Sumber: <https://ekbis.sindonews.com/> 23 November 2023

Bandung Creative Hub terletak di Jl. Laswi, Kacapiring, Batunugul, Kota Bandung 40271. Dirancang oleh Ridwan Kamil, pusat kreatif ini memiliki beberapa fasilitas seperti studio inovasi (printer 3D, laser cutting, printer tekstil), studio fashion, studio foto/TV, studio ICT/game, musik . studio, studio keramik, museum desain, toko desain, perpustakaan seni desain, galeri seni, studio desain, bioskop film eksperimental, ruang kelas, kafe dan restoran, perpustakaan dan bengkel. BCH

memiliki 6 lantai dengan gaya futuristik. Hal ini terlihat pada bangunan yang dirancang secara geometris dimana bentuk bangunannya tidak rata. Eksterior bangunan juga memiliki elemen warna-warni dengan dekorasi ekstrusi.

➤ **Preseden Pendekatan**

1. Bogor Creative Hub



Gambar 2.29 : *Bogor Creative Hub*

Sumber: Archdaily.com

Arsitek : Local Architecture Bureau

Luas : 1600 m²

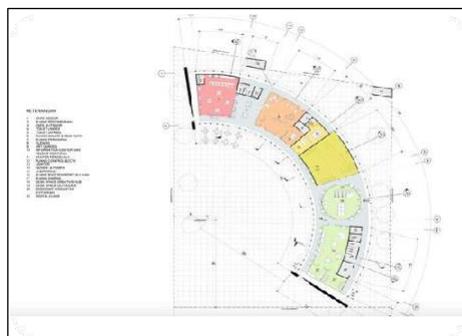
Tahun : 2021

Lokasi : Jl. Ir. H. Juanda No 4 RT. 03/ RW. 01

Pabaton, Kec. Bogor tengah, Kota

Bogor, Jawa Barat

Bogor Creative Hub ini dirancang sebagai sarana perangsang atau pengembangan potensi-potensi kreatif masyarakat Bogor. Kegiatan di Bogor Creative Hub bersifat kolektif untuk pertukaran ide, pelatihan dan ruang inspirasi. Desain bangunan ini berusaha menyelaraskan sekaligus penghormatan terhadap bangunan sejarah dan hutan hijau sehingga pada akhirnya menghasilkan sebuah desain yang sederhana, tenang, tidak provokatif namun tetap fleksibel.



Gambar 2.30 : Denah Bogor *Creative Hub*

Sumber: Archdaily.com

Creative Hub dirancang berbentuk seperti huruf c yang menghadap ke pohon besar dengan aksesibilitas berpori dari segala arah, yang menghubungkan semua ruang terbuka & dan meeluas ke arah taman.



Gambar 2.31 : Orientasi BCH ke taman

Sumber: Archdaily.com

Gambar 2.32 : 3D Struktur BCH

Sumber: Archdaily.com