

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan ruang inovasi-kolaborasi pada era modern ini mendorong banyak kelompok kecil untuk melakukan kerjasama dalam hal menyatukan ide dan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi guna membangun usaha pada kegiatan industri, salah satunya industri kreatif. *Creative hub* muncul sebagai solusi adalah suatu tempat, baik fisik maupun virtual, yang mempertemukan orang-orang kreatif. Tempat ini merupakan tempat pertemuan yang menyediakan ruang dan dukungan untuk membangun jaringan, pengembangan bisnis, dan keterlibatan masyarakat dalam sektor kreatif, budaya, dan teknologi (British Council, 2017). *Creative hub* menjadi fenomena global, terutama pada sebagian kota di Inggris yang kini memiliki sejumlah hubs yang berkembang dengan pesat. Adanya *creative hub* menjadi cara baru dalam meningkatkan inovasi dan pengembangan ekonomi kreatif (Pratt et al., 2016). Fenomena tersebut terjadi juga di Indonesia dengan munculnya *creative hub* di beberapa kota besar seperti pada Bandung, Jakarta dan Yogyakarta.

Data pada tahun 2019 menunjukkan jumlah penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif mencapai 19,2 juta orang dari total penduduk bekerja atau sekitar 15,21% dari tenaga kerja nasional. Jumlah ini terus mengalami kenaikan dari 2011 sampai 2019 dengan persentase pertumbuhan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif dari tahun 2018 ke 2019 sebesar 4,02% (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2020). Hal ini menunjukkan banyaknya pelaku ekonomi kreatif di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya dengan tiga subsektor ekonomi kreatif yang memiliki jumlah tenaga kerja terbesar pada tahun 2019 adalah kuliner (49,54%), fesyen (23%) dan kriya (20,28%). Namun, meskipun jumlah pelaku ekonomi kreatif setiap tahunnya semakin meningkat, masyarakat di daerah sub-perkotaan masih belum memiliki akses yang cukup untuk meningkatkan keterampilan, akses ke acara pendanaan, dan akses tentang cara menghubungkan bisnis kreatif dengan peluang promosi (Daily Social, 2020). Di provinsi Banten, data per 2020 menunjukkan bahwa ekonomi kreatif unggulan terdiri dari Musik sebesar 26,75%, Film Animasi & Video sebesar 13,18%, Kuliner 12,04%, dan subsektor lainnya sebesar 48,03% termasuk feysen didalamnya (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2020). Pada Tangerang sendiri, berdasarkan wawancara terhadap Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang, kuliner dan fesyen menjadi subsektor unggulan, sementara pembuatan

konten kreatif menjadi subsektor yang berpotensi untuk berkembang menjadi subsektor unggulan di masa mendatang.

Tangerang menjadi salah satu kota yang terus menunjukan usahanya untuk berkomitmen dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal ini didasari dari pernyataan resmi Kemenparekraf pada 15 September 2024 mengenai apresiasinya terhadap Tangerang yang menunjukan usahanya dalam mengajukan diri untuk masuk ke dalam jejaring kota kreatif UNESCO (I Gusti Ayu Dewi Hendriyani, 2024). Namun, Ruang kreatif yang mewadahi kegiatan kreatif antar komunitas dan masyarakat masih sangat terbatas. Tangerang yang merupakan sub-perkotaan, masih menghadapi tantangan dalam menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan kreatif. Hasil kuesioner yang ditujukan kepada masyarakat Tangerang menunjukan bahwa fasilitas yang ada di Tangerang masih belum cukup untuk mendukung kegiatan kreatif. Oleh karena itu, Tangerang memerlukan pengembangan fasilitas umum yang dapat mewadahi masyarakat dan komunitas pelaku ekonomi kreatif dalam melakukan kegiatan kreatif, dan salah satu solusinya adalah membangun *creative hub*. Dilakukan rencana perancangan baru Pusat Desain Kreatif Tangerang yang dalam bentuk laporan tugas akhir oleh seorang arsitek. Laporan tersebut menguraikan perancangan arsitektural bangunan Pusat Desain Kreatif Tangerang, lebih tepatnya pada kawasan kelapa dua, Tangerang. Dalam menindaklanjuti laporan perancangan arsitektural tersebut, dibuat rancangan lanjutan bagian interior dari bangunan tersebut guna menghasilkan rancangan yang lebih menyeluruh.

Pada site ditemukan permasalahan seperti suhu udara yang cukup tinggi pada siang hari karena kurangnya vegetasi disekitar site. Selain pada sitenya sendiri, penulis melakukan studi banding terhadap *creative hub* lainnya seperti pada Bandung *Creative hub* dan Jakarta *Creative hub*. Pada Bandung *Creative hub*, ditemukan permasalahan mengenai masalah mengenai pencahayaan, kebisingan dan pengguna furniture yang belum universal. Selain itu juga, aktivitas yang terjadi pada Bandung *Creative hub* tidak merata, yang artinya kegiatan hanya banyak terjadi pada ruangan seperti perpustakaan, coworking space (amphitheater), studio musik dan studio tari. Terdapat beberapa ruang yang jarang digunakan seperti ruang meeting berbayar dan studio jahit. Studi banding kedua dilakukan pada Jakarta *creative hub* dan ditemukan masalah pada pencahayaan di ruang perpustakannya. Selain dari studi banding, Masalah interior pada perancangan baru Pusat Desain Kreatif Tangerang sendiri adalah eksisting ruang yang telah dirancang oleh arsitek

masih perlu untuk ditinjau kembali terkait dengan kebutuhan aktivitas yang akan dilakukan oleh calon pengguna ruang.

Untuk merancang sebuah pusat desain kreatif, diperlukan perancangan interior yang memperhatikan kenyamanan serta terpenuhinya kebutuhan aktivitas pengguna ruang. Hal ini dapat dicapai dengan merancangan ruang berdasarkan jenis dan karakter aktivitas yang terjadi di dalamnya. Tujuannya agar ruang dalam perancangan ini dapat terus berfungsi secara optimal dan dapat mengurangi potensi akan ruang yang tidak aktif. Selain itu, pusat desain kreatif ini menjadi penghubung antar dua kelompok pengguna yaitu pelaku ekonomi kreatif dan Masyarakat umum, sehingga terciptanya interaksi yang memiliki potensi bagi keduanya dalam melakukan kolaborasi, dan saling menginspirasi untuk bertukar ide. Dengan menghadirkan ruangan yang terbuka bagi kedua kelompok tersebut, dapat menjadi titik temu yang dapat memicu ekosistem kreatif.

Namun, ruang yang ada pada denah perancangan arsitektur saat ini belum secara spesifik mendukung kebutuhan dari pengguna ruang yang ada di lapangan. Perlu peninjauan ulang serta perancangan baru terhadap perancangan arsitektur sebelumnya, agar selaras dengan aktivitas kebutuhan pengguna ruang.

Oleh karena itu, digunakan pendekatan aktivitas dalam perancang interior pusat desain kreatif ini karena pada perancangan ini memiliki tujuan agar aktivitas didalamnya berjalan dengan optimal. Dengan pendekatan aktivitas diharapkan dapat menjawab permasalahan pada objek perancangan dan menciptakan ruangan yang aktif serta relevan dengan kebutuhan pengguna.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ditemukan pada eksisting objek perancangan dan studi banding yang telah dilakukan penulis terhadap 2 *creative hub* yaitu Bandung *Creative hub* dan Jakarta *Creative hub*, ditemukan permasalahan interior yang belum memenuhi standar kenyamanan dan kebutuhan ruang, yaitu:

1. Aktivitas pra produksi dari subsektor ekonomi kreatif fesyen di Pusat Desain Kreatif Tangerang tidak terfasilitasi karena belum dirancangnya sebuah ruang yang dapat mendukung kebutuhan aktivitas tersebut.
2. Aktivitas pra produksi dan produksi pembuatan konten video kreatif dari subsektor film, animasi dan video di Pusat Desain Kreatif Tangerang tidak

terfasilitasi karena belum dirancangnya sebuah ruang yang dapat mendukung kebutuhan aktivitas tersebut

3. Aktivitas pra produksi dan produksi dari subsektor ekonomi kreatif musik di Pusat Desain Kreatif Tangerang tidak terfasilitasi karena belum dirancangnya sebuah ruang yang dapat mendukung kebutuhan aktivitas tersebut
4. Pada studi banding yang dilakukan terhadap Bandung *Creative hub*, ditemukan ketidakmerataan penggunaan ruang, menyebabkan masalah terciptanya ruangan yang kurang aktif

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ditemukan, didapatkan rumusan masalah perancangan yaitu:

1. Bagaimana merancang interior Pusat Desain Kreatif Tangerang agar mampu mengakomodasi kebutuhan aktivitas pra produksi dari subsektor ekonomi kreatif fesyen secara optimal?
2. Bagaimana merancang interior Pusat Desain Kreatif Tangerang agar mampu mengakomodasi kebutuhan aktivitas pra produksi dan produksi konten video kreatif dari subsektor ekonomi kreatif film, animasi dan video secara optimal?
3. Bagaimana merancang interior Pusat Desain Kreatif Tangerang agar mampu mengakomodasi kebutuhan aktivitas pra produksi dan produksi dari subsektor ekonomi kreatif musik secara optimal?
4. Bagaimana merancang ruang yang relevan dengan aktivitas kebutuhan pengguna ruang guna menghindari terbentuknya ruang yang kurang aktif?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan baru interior Pusat Desain Kreatif Tangerang adalah untuk merancang interior sebuah Pusat Desain Kreatif Tangerang yang sesuai dengan kebutuhan pengguna ruang yang ada yaitu para pelaku subketor ekonomi kreatif unggulan Tangerang berupa fesyen, pembuatan konten video kreatif, musik dan masyarakat umum terutama pelajar sebagai titik temu bagi kedua kelompok pengguna ruang agar bisa saling berinteraksi, menginspirasi dan berkolaborasi sehingga menghasilkan produk yang bernilai jual, agar dapat menjadi peluang baru untuk meningkatkan perekonomian daerah.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan pusat desain kreatif di Kota Tangerang ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang ruang pada Pusat Desain Kreatif Tangerang yang dapat mengakomodasi kebutuhan aktivitas pengguna dari subsektor fesyen berupa kegiatan pra produksi agar dapat terfasilitasi secara optimal
2. Merancang ruang pada Pusat Desain Kreatif Tangerang yang dapat mengakomodasi kebutuhan aktivitas pengguna dari subsektor film, animasi dan video berupa kegiatan pra produksi dan produksi konten video kreatif agar dapat terfasilitasi secara optimal
3. Merancang ruang pada Pusat Desain Kreatif Tangerang yang dapat mengakomodasi kebutuhan aktivitas pengguna dari subsektor musik berupa kegiatan pra produksi dan produksi musik agar dapat terfasilitasi secara optimal
4. Merancang interior pada Pusat Desain Kreatif Tangerang yang relevan dengan kebutuhan pengguna ruang di setiap daerah perancangan sebuah pusat desain kreatif, guna menghindari terbentuknya ruang-ruang yang kurang aktif.

1.5 Batasan Perancangan

Perancangan interior Pusat Desain Kreatif ini dilakukan pada lantai 1,2 dan 3. Sesuai dengan batasan yang telah ditentukan, total luasannya adalah sebesar 2.069 m². Berikut merupakan rincian ruang beserta luasannya:

Tabel 1.1 Batasan Perancangan General

Sumber: Olahan denah perancangan terhadap hasil wawancara

Nama Ruang	Luas m ²	Total
Lantai 1		
Lobby	270 m ²	270 m ²
Lantai 2		
Auditorium	372 m ²	1.337 m ²
Studio musik (Latihan)	30 m ²	
Ruang produksi musik	46 m ²	
Ruang rekaman	46 m ²	

Studio film, animasi dan video (Content creation)	188 m ²	
Retail	93 m ²	
Ruang kelas	93 m ²	
Personal space	214 m ²	
Collaboration space	255 m ²	
Lantai 3		
Ruang Fashion show	277 m ²	462 m ²
Ruang Desain	62 m ²	
Ruang Printing	30 m ²	
Ruang Jahit	93 m ²	
TOTAL		2.069 m²

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Manfaat bagi Masyarakat/ Komunitas

Manfaat bagi Masyarakat dari perancangan baru Pusat Desain Kreatif Tangerang ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi *Creative hub* pertama di Tangerang yang memfasilitasi kegiatan para subsektor ekonomi kreatif, dan menjadikan langkah awal dalam membentuk ekosistem kreatif daerah
2. Menjadi wadah bagi Masyarakat dan komunitas dengan menyediakan ruang yang dibutuhkan, menciptakan kolaborasi, dan menjadikannya tempat pengembangan keterampilan.

1.6.2 Manfaat bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan

Manfaat bagi instusi dari perancangan Pusat Desain Kreatif Tangerang ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan sebagai sumber informasi tambahan dan referensi akademik bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian di masa depan

2. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun sebuah laporan perancangan sehingga dapat menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih kompeten.

1.6.3 Manfaat bagi Keilmuan Interior

Dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa dan peneliti lain dalam mengembangkan studinya mengenai interior.

1.7 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk perancangan interior Pusat Desain Kreatif di Kota Tangerang terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Studi Banding

Penulis melakukan survey lapangan pada dua *creative hub* yaitu pada Bandung *Creative hub* di Jalan Laswi No.7, Bandung dan Jakarta *Creative hub* di jalan Kb. Melati 5 No.20 Jakarta Pusat. Tujuan dari melakukan survey ke dua *creative hub* tersebut adalah mendapatkan informasi untuk dijadikan studi banding.

2. Studi Literatur

Melakukan studi literatur berupa mencari informasi mengenai standar ruang yang nyaman bagi pengguna ruang seperti aspek pencahayaan, standar luas ruang dan ukuran furnitur ideal yang berkaitan dengan objek perancangan. Literatur standar didapatkan dari buku Data Arsitek, Human demesion, jurnal, maupun artikel

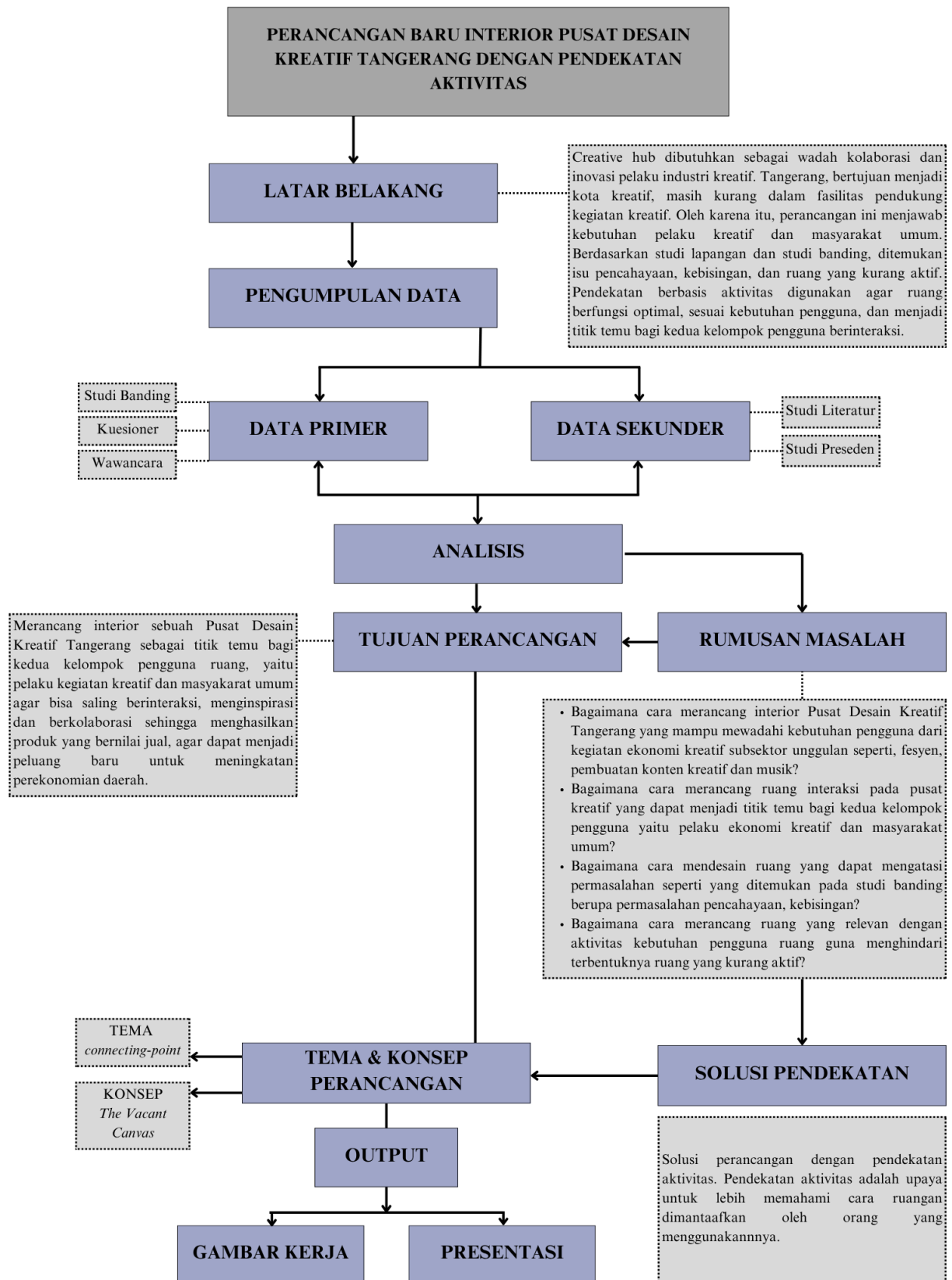
3. Wawancara

Wawancara dengan pertanyaan terbuka dilakukan kepada Dinas Pariwisata Kota Tangerang untuk mengetahui potensi subsektor ekonomi kreatif pada kota Tangerang agar kebutuhannya dapat terakomodasi pada perancangan ini.

4. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada 110 responden dari masyarakat umum melalui metode random sampling untuk mengetahui potensi aktivitas yang dapat terjadi di Pusat Desain Kreatif Tangerang.

1.8 Kerangka Berpikir



1.9 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika pembahasan laporan tugas akhir penulis diantara lain:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang perancangan ini yaitu sub sektor ekonomi kreatif unggulan di Tangerang, dengan permasalahan kurangnya fasilitas dan akses terhadap ruang kreatif bagi pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat umum sehingga memiliki tujuan perancangan untuk mengakomodasi kebutuhan ruang para pelaku kreatif dengan memperhatikan aspek kenyamanan, menciptakan ruang yang mendukung kegiatan kreatif, serta menjadi titik temu bagi kedua kelompok pengguna ruang melalui pendekatan aktivitas.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Studi literatur mengenai standarisasi untuk sebuah *creative hub*, mulai dari peraturan pemerintah sampai standar ergonomi dari fasilitas ruang. Selain itu juga diuraikan pendekatan perancangan yaitu aktivitas sebagai solusi dari masalah perancangan dan studi mengenai objek preseden Thailand Creative and Design Center yang dapat dijadikan acuan dalam perancangan.

BAB III: DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS

Analisis *creative hub* lain seperti Bandung *Creative hub* dan Jakarta *Creative hub* yang dijadikan objek studi banding, lalu profil dari perancangan baru Pusat Desain Kreatif Tangerang, dan selanjutnya analisis dari permasalahan site serta permasalahan bangunan eksisting yang ada, sampai keterkaitan hubungan antar ruang yang telah di desain.

BAB IV: TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN

Berisi mengenai solusi dari permasalahan perancangan yang diselesaikan melalui implementasi pendekatan aktivitas, tema perancangan *connecting point* dan konsep “The Vacant Canvas” pada perancangan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir laporan berupa kesimpulan dan saran dari perancangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN