

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena pembangunan pusat kreatif (*Creative Hub*) sebagai ruang alternatif serta iklim industri kreatif menimbulkan tuntutan ruang tersendiri untuk menyelenggarakan berbagai aktivitas multisektor beragam skala yang dapat menyesuaikan dengan dinamika pengguna dan semangat kreativitas. Mewadahi pengguna kreatif dan ragam aktivitas kreatif, pendekatan ruang fleksibel menjadi karakter desain yang dikembangkan agar bangunan memiliki daya guna ruang yang maksimal dan mampu mewadahi spektrum kebutuhan berekspresi yang semakin luas.

Kondisi pada sektor ekonomi kreatif dikutip kemenparekraf 2020/2023, data menunjukkan bahwa estimasi pertumbuhan pekerja sektor ekraf di Indonesia -2.49%. Sehingga perlunya SDM dan talenta dalam penguatan produk ekonomi kreatif dengan ekosistem yang baik. Didukung dengan kualitas layanan yang baik, mengintegrasikan riset, desain, dan pengembangan dengan modernisasi industri sektor produktif lainnya. Mendorongkolaborasi Perusahaan rintisan yang mencakup pengembangan ekosistem, akselerasi, inkubasi, hingga model bisnis, dan aspek berkelanjutan dari bisnis *start-up*.

Salah satu kota kreatif yaitu Sukabumi yang dapat mewadahi pelaku kreatif dalam meningkatkan potensinya. Menurut Pemkot Sukabumi, pada 2019 Kota Sukabumi menyumbangkan pelaku kreatif 700 orang. Sukabumi dan kota/kabupaten lainnya diprioritaskan untuk membuat Komite Badan Perintis Ekonomi Kreatif beserta intensif dana anggaran untuk fasilitas penunjangnya. Dengan mengandalkan potensi pemuda Sukabumi yang berkemauan besar untuk mendorong perubahan kota menjadi *Livable City* di umur mereka yang produktif, pemerintah kota Sukabumi menaruh harapan besar kepada pengembangan sumber daya manusia pemuda kota Sukabumi untuk lebih dapat menggali potensi berwirausaha pada sektor ekonomi kreatif.

Visi Kota Sukabumi yaitu terwujudnya Kota Sukabumi yang religius, nyaman, dan sejahtera. Visi pembangunan tahun 2005-2025 yang termuat dalam RPJPD (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah) yaitu terwujudnya kota Sukabumi sebagai pusat pelayanan berkualitas di bidang pendidikan, kesehatan, dan perdagangan di Jawa Barat berdasarkan iman dan takwa. Pada tahun 2021, Wali Kota Sukabumi, Achmad Fahmi

mengatakan “Ekonomi Kreatif di Kota Sukabumi terdapat 310 yang tervalidasi”. Jumlah pelaku terbanyak kuliner 29.67%, musik 16.1%, fotografi 12.9%, fesyen 6.77%, dan kriya 2.83%. Pada tahun 2022, berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskumindag) kota Sukabumi terdata 1.100 UMKM, yang dimulai sejak 17 Mei dan menargetkan 46.000 KUKM dapat terverifikasi. Hasil tersedianya satu data KUKM yang memiliki beberapa manfaat, seperti menjadi dasar pengambilan kebijakan, sehingga program dari Pemerintah seperti bantuan UMKM bisa tepat sasaran.

Menurut data Kreasi Jawa Barat yang dikutip pada Mei 2023, Kota Sukabumi terdaftar 31 pelaku ekonomi kreatif dan Kabupaten Sukabumi terdaftar 21 pelaku ekonomi kreatif. Subsektor yang terdaftar dan unggul adalah kuliner yang masing-masing terdapat 13 dan 11 pelaku yang merupakan gabungan kategori pelaku bisnis, komunitas bisnis, usaha/bisnis, dan lembaga Pendidikan. Subsektor unggul lainnya setelah kuliner adalah kriya, fesyen, film animasi dan video, seni pertunjukkan, fotografi, musik, arsitektur, dan periklanan. Setiap subsektor membutuhkan lingkungan interaktif dalam mempelajari keterampilan teknis, memproduksi produk kreatif, mendemonstrasikan maupun mengekspos produk, dan berkolaborasi untuk mengembangkan potensi keuntungan sinergis.

Kegiatan Sukabumi *Creative Hub* sudah berjalan, namun belum difasilitasi ruang khusus untuk para pelaku kreatif. Setiap kegiatan dilaksanakan di berbagai tempat yang disesuaikan dengan acara yang akan dilaksanakan. Salah satu program unggulan Disporapar dan Sukabumi *Creative Hub* bertujuan memberikan dana stimulan kepada para pelaku ekonomi kreatif Kota Sukabumi. Kegiatan yang sudah berjalan berupa *classroom*, *youth creative boothcamp*, inkubasi *brand* lokal artisan, *creative troops*, berbagi, pasar kreatif, musik yang terdapat 40 musisi dan 3 *genre* (*pop*, *ska-reggae-ethnic*, *metal*), rumah kreatif, festival, dan beranda.

Fasilitas ekonomi kreatif Jawa Barat dalam memelopori pembangunan pusat kreatif di Jawa Barat ditugaskan kepada Komite Perintis Sukabumi *Creative Hub* di bawah Dinas Kepemudaan, Olah Raga, dan Pariwisata Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif Pemerintah Kota Sukabumi. Proyek ini berharap dapat menyediakan ruang kerja bagi komunitas kreatif, membentuk jaringan yang akan mendorong tumbuhnya industri kreatif di tingkat lokal dan berlanjut di tingkat regional. Ruang tersebut merupakan ruang

dinamis yang menawarkan lebih banyak lapangan kerja, memperluas layanan pelatihan, peluang jaringan, dan pengembangan bisnis, serta menciptakan aktivitas inovasi yang lebih intens di bidang kreatif. Kehadiran ruang tersebut dapat membuka jejaring, memfasilitasi pelaku industri kreatif dalam mengembangkan kegiatan maupun bisnis kreatifnya. Mengintegrasikan seluruh kegiatan sehingga terbentuk komunitas atau ekosistem yang mampu meningkatkan publikasi akan produk-produk kreatif Indonesia.

Wadah para pelaku Industri kreatif membutuhkan ruang yang dapat mengekspresikan karyanya dalam menghasilkan inovasi dan kreativitas. Perlunya menyesuaikan dinamika dan kreativitas pengguna melalui manajemen ruang yang fleksibel, memanfaatkan ruang secara maksimal, dan mampu memenuhi kebutuhan ekspresif yang berbeda. Setiap orang merespon secara unik ketika dihadapkan pengalaman tertentu. Hal tersebut dipengaruhi faktor lingkungan interior. Dalam menentukan fisik suatu interior ruang, jarak interaksi antar kelompok kerja dan tugas yang harus dilakukan sangat penting untuk berkomunikasi dan berhubungan sosial.

Sukabumi *Creative Hub* ditujukan sebagai tempat pemberdayaan rintisan ekonomi kreatif di Sukabumi guna mendukung pertumbuhan ekonomi dan menyejahterakan sosial kota Sukabumi. Fasilitas yang disediakan memfasilitasi kebutuhan pengguna dengan menstimulus dalam proses kreatif, inovatif, maupun pengembangan potensi di usia mereka yang produktif dan siap dalam menghadapi revolusi industri 4.0 untuk pembangunan wilayah Kota Sukabumi. Dengan menekankan potensial kolaborasi, proyek ini diharapkan dapat membuka peluang kerja sama dengan pihak swasta sebagai peran bisnis pada fungsi semi-komersial dan turut andil dalam pembangunan ekonomi kreatif.

1.2 Identifikasi Permasalahan

1. Kota Sukabumi membutuhkan wadah dalam pemberdayaan rintisan ekonomi kreatif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menggali potensi berwirausaha, dan mensejahterakan sosial.
2. Pelaku ekonomi kreatif Kota/Kabupaten Sukabumi melingkupi bisnis/usaha, komunitas, dan lembaga Pendidikan.
3. Pelaku ekonomi kreatif memiliki aktivitas multisektor beragam skala dan spektrum kebutuhan yang semakin luas.

4. Pelaku ekonomi kreatif membutuhkan lingkungan interaktif dalam mempelajari, memproduksi, mendemonstrasikan produk, dan berkolaborasi.
5. Pelaku ekonomi kreatif membutuhkan ruang yang dapat memperluas layanan pelatihan, pengembangan bisnis, dan menciptakan aktivitas inovasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah pada perancangan Sukabumi *Creative Hub* yaitu:

1. Bagaimana merancang ruang yang dapat mendukung dalam proses kreatif, inovatif, dan pengembangan potensi?
2. Bagaimana merancang ruang yang sesuai dengan dinamika dan semangat kreativitas pengguna yang mampu memenuhi kebutuhan ekspresif yang berbeda?
3. Bagaimana merancang ruang yang dapat memberikan perhatian desain, memicu rasa ingin tahu, persepsi, pengalaman, dan memicu perilaku?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Menciptakan ruang-ruang Sukabumi *Creative Hub* yang fleksibel atau dinamis dan atraktif untuk memenuhi kebutuhan ekspresif dan aktivitas yang berbeda dengan memberikan lingkungan interaktif terhadap pengguna yang mendukung dalam proses kreatif, inovatif, dan pengembangan potensi. Melalui pendekatan *behaviour* atau perilaku guna menyelesaikan persoalan kepribadian manusia yang terbentuk dari hasil pengalaman melalui interaksi seseorang dengan lingkungannya.

1.4.2 Sasaran Perancangan

1. Menciptakan ruang yang atraktif dengan daya guna maksimal dan mengatur hubungan ruang yang membantu pelaku dalam menyesuaikan diri di lingkungan interaktif.
2. Menciptakan fleksibilitas ruang untuk mendorong kreativitas yang memengaruhi suasana hati, perilaku, dan kemampuan dalam menciptakan.
3. Merancang ruang dengan tata letak yang dapat mendukung dalam membentuk jaringan pelaku kreatif dalam berkolaborasi dan menghasilkan komunikasi yang lebih luas.
4. Menciptakan ruang *open space* dengan mengatur ruangan di sekitar titik fokus dan menjaga kontinuitas desain melalui koordinasi warna dan bahan.

5. Menciptakan ruangan sehat dengan menghadap ke ruang terbuka dan penerapan sirkulasi yang baik melalui *input* dan *output* yang sesuai dengan standarisasi.
6. Menerapkan furnitur *space-saving*.

1.5 Batasan Perancangan

a. Objek

Objek perancangan adalah Sentra Ekonomi Kreatif yaitu fasilitas yang mewadahi pemberdayaan rintisan Ekonomi Kreatif di Sukabumi guna mendukung pertumbuhan ekonomi dan menyejahterakan sosial kota Sukabumi. Perancangan berlokasi di Pengembangan Kawasan Strategis Kota (KSK), Jalan Limusnunggal, Kecamatan Cibereum, Kota Sukabumi. Memiliki luas area 11820 m² yang terbagi menjadi 3 lantai.

b. Perancangan

Luas perancangan Sukabumi *Creative Hub* adalah 1990 m² dengan fasilitas cafetaria, laboratorium kopi, *workshop* bambu, studio fesyen, *workshop* tekstil, studio tari, studio multimedia, studio siaran, studio fotografi, studio musik, *outdoor FnB*, foodcourt dan *co-working space*.

1.6 Manfaat Perancangan

a. Masyarakat

Pelaku ekonomi kreatif diwadahi fasilitas-fasilitas untuk mengembangkan kreatifitas dan potensi lebih dalam guna mendukung pertumbuhan ekonomi dan menyejahterakan sosial kota Sukabumi.

b. Komunitas

Mendapatkan fasilitas-fasilitas dalam mengembangkan keahliannya melalui interaksi satu sama lain maupun melakukan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan yang sama. Dengan adanya ruang komunitas membantu dalam penyebaran informasi lebih cepat, saling mendukung antar sesama anggota, berkolaborasi, dan tentunya dapat memperbaharui ide-ide dengan informasi sesuai perkembangan zaman.

c. Institusi

Memberikan fasilitator tambahan dalam mengisi literatur perpustakaan dengan harapan perancangan ini dapat membantu menjelaskan mengenai *creative hub* dan mengenai pendekatan *behaviour* sehingga bisa dijadikan sebagai referensi pembaca dalam perancangan *creative hub* maupun perancangan yang menggunakan pendekatan *behaviour*.

d. Bidang Keilmuan Intelektual

Memberikan informasi mengenai permasalahan yang sering muncul dan diatasi dengan solusi desain. Selain itu, memberikan standarisasi perancangan interior *creative hub* yang sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas pengguna ruang.

1.7 Metode Perancangan

Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam melakukannya, menggunakan penelitian kualitatif, yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari narasumber maupun partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Strategi dalam penelitian kualitatif adalah dengan studi kasus, di mana di dalamnya menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Dalam melakukan studi kasus melakukan beberapa tahap, yaitu:

a. Penentuan objek

Menentukan objek berdasarkan tipologi yang sejenis dan fenomena yang sedang terjadi, yaitu Bandung *Creative Hub* dan Bogor *Creative Center* serta para pelaku ekonomi kreatif di Sukabumi guna mendapatkan isu dan fenomena yang dijadikan latar belakang perancangan yang akan diidentifikasi beberapa inti permasalahan yang menghasilkan rumusan masalah, batasan perancangan, tujuan dan sasaran perancangan melalui data-data komunitas setiap subsektor unggul di Sukabumi.

b. Pengumpulan data

1) Data primer

Data primer dihasilkan dari hasil observasi pada beberapa studi preseden, survey, dan wawancara dengan informan. Hasil observasi diamati berdasarkan analisis *site*, kegiatan, alur aktivitas, kebutuhan ruang, dan hasil wawancara dari pengguna ruang. Studi preseden yang dianalisa antara lain; Bandung *Creative Hub*, Bogor *Creative Center*, dan *Coday Coffee Lab & Roastery*. Sedangkan untuk komunitas yang di wawancara adalah Sukabumi *Coffee Center* dan Mochipaw (kuliner), *Sanaya by Shafa* (fesyen), Rumah Budaya Sukuraga (fesyen dan seni pertunjukkan), Ngabala (kriya), *Kakoncara Art Production* dan Komunitas Musik Sukabumi (musik), *Chandramawa Production* (fotografi), dan *Vectorscope Creative Production* (film, animasi, dan video).

2) Data sekunder

Data sekunder didapat dari hasil data primer, pengumpulan standarisasi, dan literatur mengenai ekonomi kreatif di Indonesia dalam bentuk teks dan gambar.

c. Analisis data dan sintesa

Analisis data dilakukan melalui penggabungan data primer dan sekunder untuk melakukan pemecahan masalah dari masalah-masalah pada perancangan. Hasil Analisa data berupa *programming* dari aktivitas yang berhubungan dengan kebutuhan ruang dan furnitur/fasilitas, standarisasi ergonomi dan antropometri, hubungan ruang, *blocking*, dan *zoning*.

d. Menentukan pendekatan, konsep, dan penggayaan

Setelah didapatkannya solusi dalam pemecahan masalah, perlunya menerapkan pendekatan yang sesuai dengan permasalahan yang ada dalam perancangan, yang dijadikan acuan dalam penentuan tema dan konsep sebagai solusi desain. Pendekatan yang diterapkan adalah *behaviour* atau perilaku dalam menyelesaikan persoalan kepribadian manusia yang terbentuk dari hasil pengalaman melalui interaksi seseorang dengan lingkungannya. Konsep yang diterapkan adalah “*Canvas*” yang berfokus pada ruang atraktif yang dapat menstimulus kreativitas pengguna. Penerapan tersebut menggunakan penggayaan “*Industrial*” yaitu sederhana, fungsional, unik, atraktif, aksen *retro*, dan keberanian.

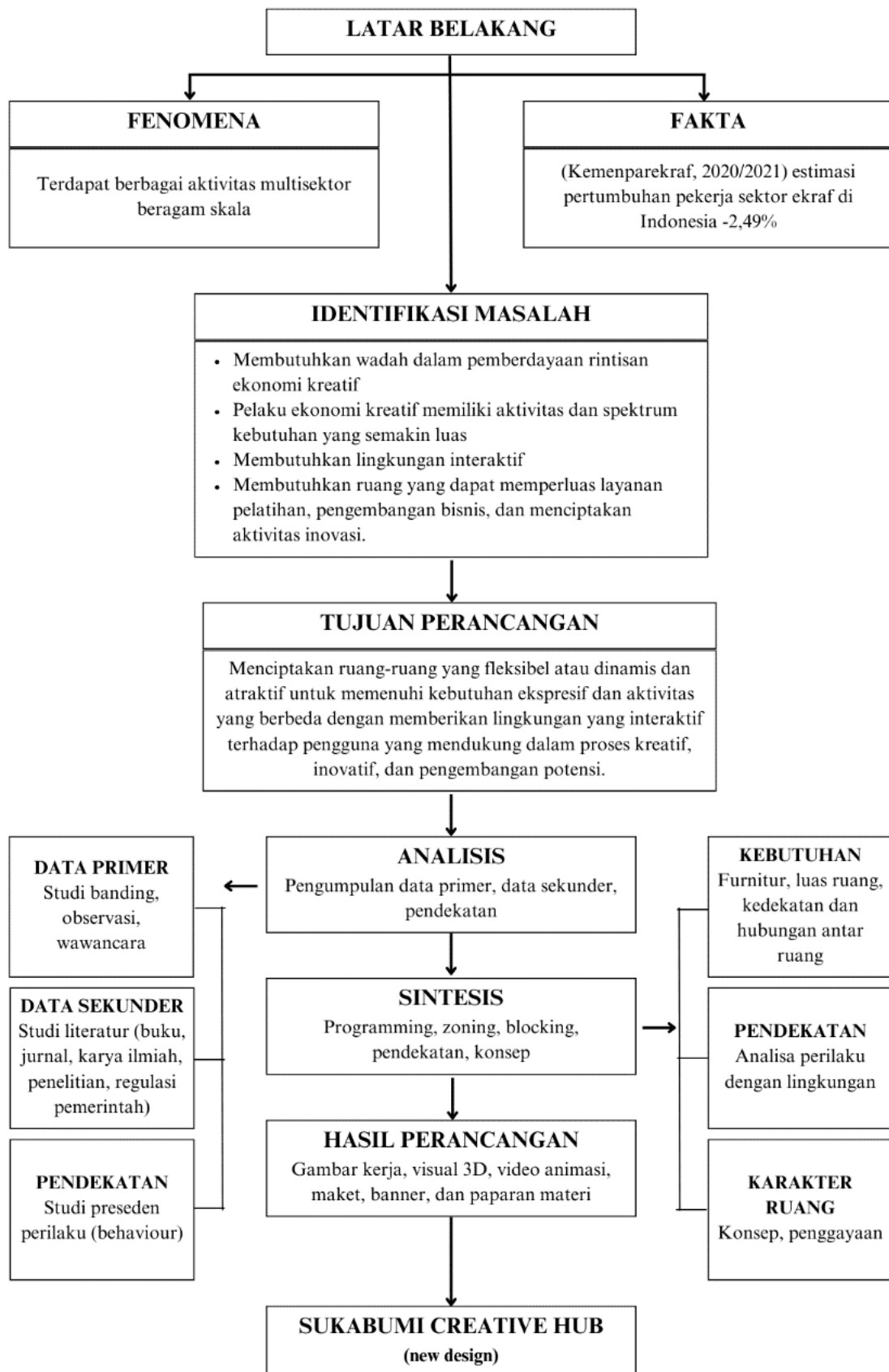
e. Proses implementasi desain

Penerapan pendekatan, tema, dan konsep dalam perancangan diimplementasikan dalam bentuk penjelasan konsep dan layout yang dibuat beberapa alternatif desain guna memperoleh hasil desain yang sesuai dan atau paling mendekati sempurna dalam memfasilitasi kebutuhan pengguna.

f. Hasil akhir perancangan

Hasil akhir desain perancangan diimplementasikan dalam bentuk gambar kerja yang sesuai dari setiap segmen yang dibutuhkan, yang didukung dengan skema material dan model 3D sebagai bentuk informasi penggunaan material dan bahan presentasi.

1.8 Kerangka Berpikir



Bagan 1 Kerangka Berpikir
Sumber: penulis, 2023

1.9 Pembaban

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan metode pengumpulan data, dan sistematika pembahasan.

2. BAB 2 KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini menjelaskan literatur mengenai objek yang akan dirancang yaitu creative hub, industri kreatif, persyaratan fasilitas infrastruktur fisik ruang kreatif, standarisasi proyek, dan pendekatan dalam desain.

3. BAB 3 DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi proyek mulai dari latar belakang, tujuan, pengguna, dan lokasi. Selain itu, adanya studi banding dari 3 objek.

4. BAB 4 TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan pendekatan desain yang akan diterapkan, uraian-uraian mengenai tema dan konsep

5. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang simpulan dari perancangan yang merupakan hasil dari solusi permasalahan-permasalahan pada proyek SCH. Selain itu, terdapat saran yang sifatnya membangun pihak-pihak yang terlibat.

6. DAFTAR PUSTAKA

7. LAMPIRAN