

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LAPORAN PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan	3
1.4.1 Tujuan Perancangan	3
1.4.2 Sasaran Perancangan	4
1.5 Batasan Perancangan.....	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.6.1 Manfaat Bagi Komunitas dan UMKM	5
1.6.2 Manfaat Bagi Akademisi	5
1.6.3 Manfaat Bagi Pemerintah Daerah.....	5
1.6.4 Manfaat Bagi Masyarakat Umum.....	5
1.7 Metode Perancangan	6
1.7.1 Penentuan Objek.....	6
1.7.2 Pengumpulan Data.....	6

1.7.3 Analisis Data dan Sintesa	6
1.7.4 Proses Implementasi	6
1.7.5 Hasil Perancangan	6
1.8 Kerangka Berpikir	7
1.9 Pembaban	8
BAB II TINJAUAN TEORI	9
2.1 <i>Creative Hub</i>	9
2.1.1 Definsi <i>Creative Hub</i>	9
2.1.2 Tujuan <i>Creative Hub</i>	9
2.1.3 Jenis-jenis <i>Creative Spaces</i>	10
2.2 Ekonomi Industri Kreatif	11
2.2.1 Pengertian Industri Kreatif	11
2.2.2 Karakteristik Industri Kreatif	11
2.2.3 Peraturan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Bogor	11
2.2.4 Sub Sektor Industri Kreatif	12
2.2.5 Pelaku Ekonomi Kreatif	16
2.3 Standarisasi Proyek	16
2.4 Workshop	17
2.4.1 <i>Workshop Kayu</i>	17
2.4.2 <i>Workshop tanah liat</i>	21
2.4.3 <i>Workshop batik</i>	23
2.4.4 <i>Area tenant store</i>	25
2.4.5 Ruang Multimedia	27
2.4.6 Production House	28
2.4.7 Workshop Jahit / <i>Tufting</i>	30
2.5 Area Community Space	32
2.5.1 Auditorium	32

2.5.2 Ruang pameran	35
2.6 Area <i>Co-working</i>	37
2.6.1 Area <i>foodcourt</i>	38
2.6.2 <i>Co-working Space</i>	40
2.7 Pendekatan Desain	42
2.7.1 Pendekatan <i>Behaviour</i>	42
2.7.2 Perilaku <i>Creative Community</i>	43
2.8 Studi Preseden	45
2.8.1 Googleplex Mountain View, California	45
2.8.2 Kesimpulan.....	47
BAB III TINJAUAN KASUS	49
3.1 Studi Banding.....	49
3.1.1 Bandung Creative Hub	49
3.1.2 Jakarta Creative Hub	50
3.1.3 Tabel analisa ruangan Bandung Creative Hub	50
3.1.4 Tabel analisa ruangan Jakarta Creative Hub	54
3.1.5 Tabel komparasi studi banding.....	56
3.2 Deskripsi Project Perancangan.....	59
3.2.1 Data studi kasus	59
3.2.2 Struktur organisasi.....	60
3.2.3 Alur penyewaan ruang di <i>Bogor Creative Center</i>	60
3.2.4 Forum Ekonomi Kreatif Kota Bogor.....	61
3.2.5 Analisa Siteplan dan eksisting	62
3.2.6 Analisa interior eksisting bangunan <i>Bogor Creative Center</i>	67
3.3 Analisa perancangan	75
3.3.1 Analisa aktivitas pelaku ekonomi kreatif	75
3.3.2 Kesimpulan aktivitas pelaku ekonomi kreatif	83

3.3.3 Analisa hubungan antar ruang (<i>bubble diagram</i>)	84
3.3.4 Analisis zoning perancangan	85
3.3.5 Analisis blocking perancangan	85
3.3.6 Analisa kebutuhan ruang (<i>programming</i>).....	87
BAB IV TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN	88
4.1 Tema Perancangan	88
4.1.1 Mindmap konsep dasar	88
4.1.2 Bagan Tema Konsep.....	89
4.2 Konsep organisasi ruang	90
4.2.1 Area <i>co-working</i>	90
4.2.2 Area <i>community space</i>	91
4.2.3 Area <i>workshop</i>	92
4.3 Konsep konstruksi mebel	93
4.3.1 <i>Built-in furniture</i>	93
4.3.2 <i>Knockdown furniture</i>	93
4.3.3 <i>Mobile furniture</i>	94
4.4 Konsep elemen interior & implementasi pengayaan.....	95
4.4.1 Implementasi konsep pada area <i>co-working</i>	95
4.4.2 Implementasi konsep pada area <i>community space</i>	97
4.4.3 Implementasi konsep pada area workshop lantai 1	99
4.4.4 Implementasi konsep pada area workshop lantai 2	101
4.5 Perbandingan eksisting dengan perancangan ulang.....	103
BAB V KESIMPULAN.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.1.1 Kekurangan hasil perancangan	111
5.1.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	xiv