

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Creative Hub adalah ruang fisik atau virtual yang mempertemukan individu-individu kreatif, menyediakan dukungan untuk jaringan, pengembangan bisnis, dan keterlibatan masyarakat di sektor kreatif, budaya, dan teknologi (Nurdiani & Azizah, 2023). *Creative Hub* ini berfungsi sebagai pusat kegiatan industri kreatif, yang menyediakan fasilitas untuk bekerja, pameran, seminar, dan lokakarya (Mediawan & Harmunisa, 2024; Nurdiani & Azizah, 2023). *Creative hub* biasanya mencakup fitur-fitur seperti kantor sewa, ruang kerja bersama, area pameran, dan lokakarya (Tanamas & Santoso, 2020).

Kota Bandung mencatatkan pertumbuhan ekonomi yang positif pada tahun 2023, dengan laju pertumbuhan mencapai 5,07% dibandingkan tahun sebelumnya. Ini menjadikannya sebagai salah satu yang tertinggi di Bandung Raya, hanya kalah dari Kota Cimahi yang tumbuh 5,19%. Sektor-sektor utama yang berkontribusi terhadap perekonomian kota meliputi perdagangan, industri pengolahan, dan informasi serta komunikasi. Hal ini diungkap langsung oleh Humas Kota Bandung. Menurut Dinas koperasi dan usaha kecil menengah, Bandung memiliki berbagai macam UMKM. Data survey UMKM pemerintah Kabupaten Bandung tahun 2023 menunjukkan bahwa terdapat 38.614 UMKM pada tahun 2023. Berdasarkan jenisnya jumlah usaha tersebut terdiri dari 326 kerajinan, 3.555 fashion, 4.289 agrobisnis, 22.404 kuliner dan 8.040 lainnya dapat meliputi komunitas tari, musik dsb.

Dari fenomena diatas, *Creative Hub* telah menjadi suatu cara baru untuk mengorganisasi inovasi dan pengembangan industri kreatif. Ini menjadi ruang dinamis yang menawarkan inovasi, *networking*, dan pengembangan bisnis, serta lapangan pekerjaan dan layanan pendidikan. Dengan demikian, ruang ini diharapkan akan menjadi pusat kreativitas dan produktifitas. Pengembangan Bandung Creative Hub dengan pendekatan User Activity sebagai dasar perancangan ini. Dengan adanya perubahan berupa bertambahnya jumlah industry kreatif di Bandung, maka dibutuhkan pengembangan Bandung Creative Hub. Baik dari segi fasilitas ruang maupun furniture yang sudah ada. Untuk mengatasi masalah dari fenomena dan permasalahan diatas, berdasarkan pendekatan user activity, para pelaku kreatif akan mendapatkan fasilitas yang relevan dengan bidangnya. Selain itu, berdasarkan wawancara dan kuisioner, pengembangan akan diterapkan pada interior Bandung Creative Hub dari segala aspek seperti aspek keamanan dan kenyamanan pengguna.

Berdasarkan hasil wawancara dan kuisioner, pengunjung mengharapkan ruang yang memiliki pencahayaan yang maksimal serta furniture pendukung yang nyaman agar aktivitas dan kegiatan yang sedang dilaksanakan tidak terganggu dan tetap nyaman. Hasil wawancara Bersama Kepala Uptd juga menginginkan furniture yang fleksibel agar pengguna ruang terutama co-working space dapat dengan leluasa dan nyaman pada saat berada di tempat tersebut. Selanjutnya mengenai fasilitas yang perlu di kembangkan yaitu dengan penambahan fasilitas ruang khusus fashion dan area khusus kuliner. Hal ini di dasarkan berdasarkan data Dinas koperasi dan usaha kecil menengah, Bandung. Dengan pendekatan user activity, akan membantu meng-akomodasi insdustri kreatif berdasarkan aktivitas yang di sesuaikan dengan fungsi ruang nya.

Bandung telah menerapkan berbagai kebijakan untuk mengembangkan industri kreatif dan sektor pariwisata. Pemerintah kota berfokus pada penguatan fungsi bisnis, penyediaan infrastruktur, dan penciptaan iklim bisnis yang mendukung (Raharja & Nurasa, 2020). Inisiatif utama termasuk Bandung Creative Hub, yang memfasilitasi inovasi dan pengembangan produk untuk bisnis kreatif (Achdiat et al., 2023). Instrumen kebijakan ada untuk mendukung industri kreatif, tetapi implementasinya sering kali tidak memuaskan (Simatupang et al., 2009). Kebijakan pengembangan pariwisata difokuskan pada peningkatan infrastruktur, atraksi, aksesibilitas, dan kualitas layanan (Kurniati et al., 2023).

Pada data dinas kebudayaan dan pariwisata, industri Kreatif tertinggi yaitu pada kuliner dan kedua disusul oleh fashion. Kedua industri Kreatif ini berasal dari berbagai macam kalangan diantaranya brand local dan start up (brand produk baru). Daya Tarik wisata destinasi terutama Kota Bandung pun sangat dominan pada 2 sektor Kreatif ini. Bandung creative hub sering menyelenggarakan cooking class, hal ini tujuannya adalah dapat meningkatkan keterampilan memasak bagi kalangan muda terutama, mengembangkan kreativitas dan dapat juga sebagai sarana pengenalan produk start up. Pada bangunan Bandung Creative hub, belum memiliki area khusus kuliner. Dengan adanya aktivitas seperti ini, Bandung Creative Hub membutuhkan area khusus terutama untuk kuliner, karena aktivitasnya yang membutuhkan alat-alat khusus yang dapat menunjang aktivitas tersebut. Cooking pada Bandung Creative hub seringkali di laksanakan di Aula Lt 5. Kemudian pada sector fashion, Bandung Creative hub menyelenggarakan kegiatan seperti workshop yang dapat dihadiri oleh pengunjung terutama Aanak muda. Kegaiatan lain yang dilakukan yaitu seperti workshop rias. Namun pada ruang studio fashion, belum dapat memfasilitasi kebutuhan pengguna nya. Beberapa fasilitas penunjang yang belum ada di dalamnya, sehingga aktivitas di dalamnya belum bisa berjalan

dengan sempurna. Selain itu, pada sector fashion, juga membutuhkan studio jahit yang di dalamnya dapat mendukung kegiatan dan aktivitas dalam menjahit. Fasilitas ini membutuhkan banyak sekali pengembangan seperti furniture serta fasilitas penunjang lainnya yang pada Bandung Creative Hub belum ada.

Pememrintah kota Bandung menyediakan sarana fasilitas yaitu *Bandung Creative Hub*. Namun, tidak berfungsi dengan baik dikarenakan tidak sesuai target pasarnya. di beberapa kondisi juga menjadikan para seniman ini tidak dapat menyalurkan kreativitas dan produktifitasnya. Salah satunya yaitu sarana pra sarana yang belum memadai. studio dance *Bandung Creative Hub*. adalah salah satu contoh nya. *Bandung Creative Hub* hanya mempunyai satu ruang studio tari saja. Jadwal penggunaannya juga dibagi 2 sesi, yaitu sesi pagi yang dapat digunakan/ di booking komunitas/grup umum, sedangkan untuk sesi 2 setelahnya di khususkan untuk seni tari tradisional. Namun dengan keterbatasan ruang dan juga populasi komunitas/grup tari yang juga semakin banyak terutama pada *modern dance* menjadikan mereka harus berebut untuk mengambil jadwal penggunaan studio tari. Ini merupakan salah satu permasalahan yang serius, mengingat juga studio tari diluar sana juga mengenakan biaya yang lumayan per jam nya. Kemudian lokasi yang berada pada area yang rawan macet juga menjadi salah satu permasalahan, karena terdapat *co-working space*. Area *co-working space* yang terbatas dengan peminat pengguna yang lumayan banyak. terdapat juga pada area tangga luar dekat *co-working space* atau area amphitrather yang sekarang menggunakan warna keramik yang menciptakan ilusi lantai datar padahal terdapat *levelling* lantai, ini sangat berbahaya bagi pengguna terutama pengguna baru. Aktivitas – aktivitas ini menjadi contoh bahwa *Bandung Creative Hub* belum dapat meng-akomodasi fasilitas dengan maksimal, sehingga membutuhkan penambahan fasilitas di beberapa area. Kemudian, pada denah asli *Bandung Creative Hub* diperlukan juga pengembangan dari aspek luasan dan strukturnya, sehingga diperlukan denah baru yang sudah di sesuaikan dengan luas tanah milik uptd dan memiliki tipologi yang sama dengan *Bandung Creative Hub*.

Oleh karena itu, fokus perancangan ini adalah memberikan fasilitas memadai serta mempresentasikan masa kini berdasarkan isu kekinian serta di fokuskan dalam pengembangan dari segala aspek yang di sesuaikan dengan bertambahnya aktivitas yang ada dan kebutuhan ruang yang meningkat. Pemanfaatan kembali bangunan dengan pengembangan user activity agar dapat menghidupkan kembali fungsi sosial dan budaya Bandung Creative Hub dengan berbagai komunitas dan aktivitas seni (Ichwanto, Akhmadi, 2024). Penerapan konsep dari teori

persepsi dianggap mampu mengubah perilaku pengguna fasilitas/ruang sehingga menghasilkan etos baru dalam bekerja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan hasil survey, data *website* dan data standarisasi *creative hub*, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dalam perancangan baru Bandung Creative Hub antara lain :

1. Permasalahan pada Kasus Redesign/Newdesign
 - a. Ketersediaan fasilitas dan ruang pada *Bandung Creative Hub* yang sudah ada belum dapat memenuhi kebutuhan pengguna/pengunjung. Dalam kasus ini dapat di sebut dengan fasilitas yang sudah ada belum mencapai target pasar.
 - b. Area yang minim sirkulasi yang diakibatkan kurangnya perhitungan dalam peletakan furniture serta kurang dapat menampung jumlah pengunjung terutama pada area co-working space.
 - c. Kurang maksimal nya pencahayaan di beberapa titik seperti perpustakaan, co-working space dan koridor, sehingga berakibat salah satunya yaitu kelembaban ruangan.
 - d. Penggunaan material yang kurang tepat yang dapat membahayakan pengguna ruang. Hal terjadi pada area amphitheater yaitu penggunaan keramik warna warni pada tangga.
2. Permasalahan pada 2 Studi Banding
 - a. Pada Malang Creative Center sudah memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan industry kreatif
 - b. Pada Jakarta Creative Hub memiliki pencahayaan yang sangat kurang, karena menggunakan lampu yang warm, terutama pada area perpustakaan dan area belajar yang membutuhkan pencahayaan yang cukup.
 - c. Pada Jakarta Creative hub, untuk area perpustakaan kurang memadai karena area yang sangat sempit dan pencahayaan yang kurang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dari perancangan interior untuk Bandung creative Hub adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana cara merancang dan mengoptimalkan fasilitas ruang pada *Bandung Creative Hub* dengan menerapkan pendekatan *User Activity*.

- b. Bagaimana memberikan fasilitas dalam ranah interior pada setiap ruang dan studio sehingga memenuhi standart fungsional, kenyamanan dan kesan pengalaman ruang yang mendukung kreativitas dan produktifitas?
- c. Bagaimana agar *Bandung creative Hub* dapat mewadahi umkm yang membutuhkan tempat dan fasilitas yang menunjang pertumbuhan ekonomi dan industri kreatif di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan

Tujuan Perancangan *Bandung Creative Hub* yaitu merancang fasilitas ruang yang menerapkan pendekatan *User Activity*. Desain interior ruang-ruang ini memegang peranan penting dalam memengaruhi aktivitas dan produktivitas pengguna (Rizqy & Safeyah, 2021). Elemen-elemen kunci meliputi penataan furnitur, suasana ruangan, dan organisasi spasial (Azizah & Arfianti, 2023; Widyastana & Widyastana, 2024) pada desain untuk menunjang kenyamanan, keamanan dan pengalaman ruang dalam melakukan aktivitas pada *Bandung Creative Hub*.

1.4.2 Sasaran

Sasaran perancangan *Bandung Creative Hub* adalah meliputi :

1. Untuk merancang fasilitas yang dapat mewadahi umkm kota Bandung tepat sasaran dan optimal seperti kegiatan pameran, bazar, pelatihan, edukasi dan kegiatan umkm kreatif lainnya seperti contoh seni tari, seni musik dsb.
2. Untuk mencapai tujuan perancangan dengan pendekatan *User Activity*. Yang menciptakan kenyamanan dan efek psikologis pada pengguna ruang.
3. Agar memudahkan pengunjung dalam menggunakan fasilitas dan memberikan kesan pengalaman ruang sesuai dengan fasilitas yang dibutuhkan.
4. Untuk menciptakan desain yang memiliki karakter ruang dari penerapan pendekatan *User Activity*.

1.5 Batasan Perancangan

Batasan pada perancangan *Bandung creative hub* adalah sebagai berikut :

1. Luas denah perancangan

Tabel 1.1 Luas Denah Perancangan

Ruang	Luas
-------	------

Lobby	22,3 m ²
Co-Working Space	181,79 m ²
Perpustakaan	51,24 m ²
Area kuliner (foodlab dan pop up market)	510,9 m ²
Area Pameran	70,5 m ²
Auditorium	140,6 m ²
Studio Tari	104 m ²
Studio Musik	17,78 m ²
Studio Rekaman	17,78 m ²
Studio Fashion	89,9 m ²
Studio Jahit	27,94 m ²
Studio fotografi dan digital content	20,33 m ²
LAB Komputer	15,09 m ²
Area ukur	49,37 m ²
Multipurpose Area	90 m ²
Hall	211,6 m ²
Lounge	57,95 m ²
Outdoor area	52,28 m ²
Mushoolla	12,65 m ²
Ruang Meeting	66,6 m ²
Ruang Kepala Upt	6,3 m ²
Ruang Pegawai	85,3 m ²
Toilet	85,6 m ²
Co-office	14,9 m ²
Gudang umum	48 m ²
Total	20048,99 m²

2. Site perancangan berada di Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271.
3. Perancangan mengikuti fenomena dan kebutuhan pada *Bandung Creative Hub*.

4. Fasilitas Bandung Creative Hub mengadaptasi dari fasilitas yang memiliki aktivitas sejenis sesuai perancangan yaitu dari studi banding dan standarisasi seperti kebutuhan, karakter dan manajemen kerja.
5. Demografi pengunjung yang dituju adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja. Khususnya komunitas kreatif dan UMKM Kota Bandung.
6. Pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan *User Activity*. Sesuai dengan standart ruang dan studio pada *Bandung Creative Hub*.
7. Pengembangan terutama pada fasilitas unggulan yaitu subsector kuliner, subsector fashion dan kriya.
8. Pengembangan fasilitas pendukung seperti co-working space, perpustakaan dan makerspace.

1.6 Manfaat perancangan

Manfaat perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung yaitu mendapatkan banyak fasilitas dan tentunya fasilitas tersebut free/ tidak membayar.
2. Manfaat bagi industry kreatif yaitu penyedia fasilitas dan ruang untuk pengembangan kreativitas, produktifitas dan bisnis.

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Dari data primer yang di dapatkan melalui survey dari tiga studi banding terkait creative hub yaitu *Jakarta Creative Hub*, *Bekasi Creative Center* dan *Malang Creative Center*. Selain itu, di peroleh juga data melalui website dan wawancara terhadap sumber yang terkait dengan perancangan.

Untuk data sekunder, di peroleh melalui website, literatur seperti buku, jurnal dan data situs yang dapat menunjang dan melengkapi untuk kebutuhan standarisasi dan perancangan *Bandung Creative Hub*.

1.7.2 Analisa Data

Analisa permasalahan dilakukan melalui survey eksisting dan observasi data, beberapa literatur seperti situs website, jurnal dan studi preseden yang bertujuan untuk sumber penunjang terkait perancangan *Creative Hub*. Kemudian mengkaji

teori-teori pendekatan *User Activity* dari teori jurnal dan para ahli untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada dari hasil survey dan observasi.

1.7.3 Sintesa

Proses pemecahan masalah dituangkan melalui programming yang meliputi konsep, kebutuhan ruang, *zoning & blocking*, *bubble diagram*, *matriks* dan sebagainya, diharapkan dapat menjadi penunjang untuk menemukan solusi dalam permasalahan pada proses analisa data sebelumnya.

1. Pengembangan Desain

Merupakan hasil analisa dan sintesa yang dituangkan kedalam gambar kerja beserta alternatif desain lainnya.

2. Desain Akhir

Proses akhir dari desain yang dianggap telah memecahkan permasalahan yang diperoleh sebelumnya berupa output perancangan sesuai dengan tujuan pada awal perancangan.

1.8 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi pemaparan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, manfaat perancangan, batasan perancangan, dan metode perancangan terkait merancang *Creative Hub*.

2. BAB II KAJIAN LITERATUR DAN STANDAR

Membahas tentang literatur, standard, dan pendekatan desain pada perancangan bandung creative hub yang diuraikan dari sumber-sumber terkait perancangan.

3. BAB III ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISA DATA

Berisi penjelasan analisis studi banding, deskripsi proyek, dan Analisa data terkait perancangan Bandung Creative Hub.

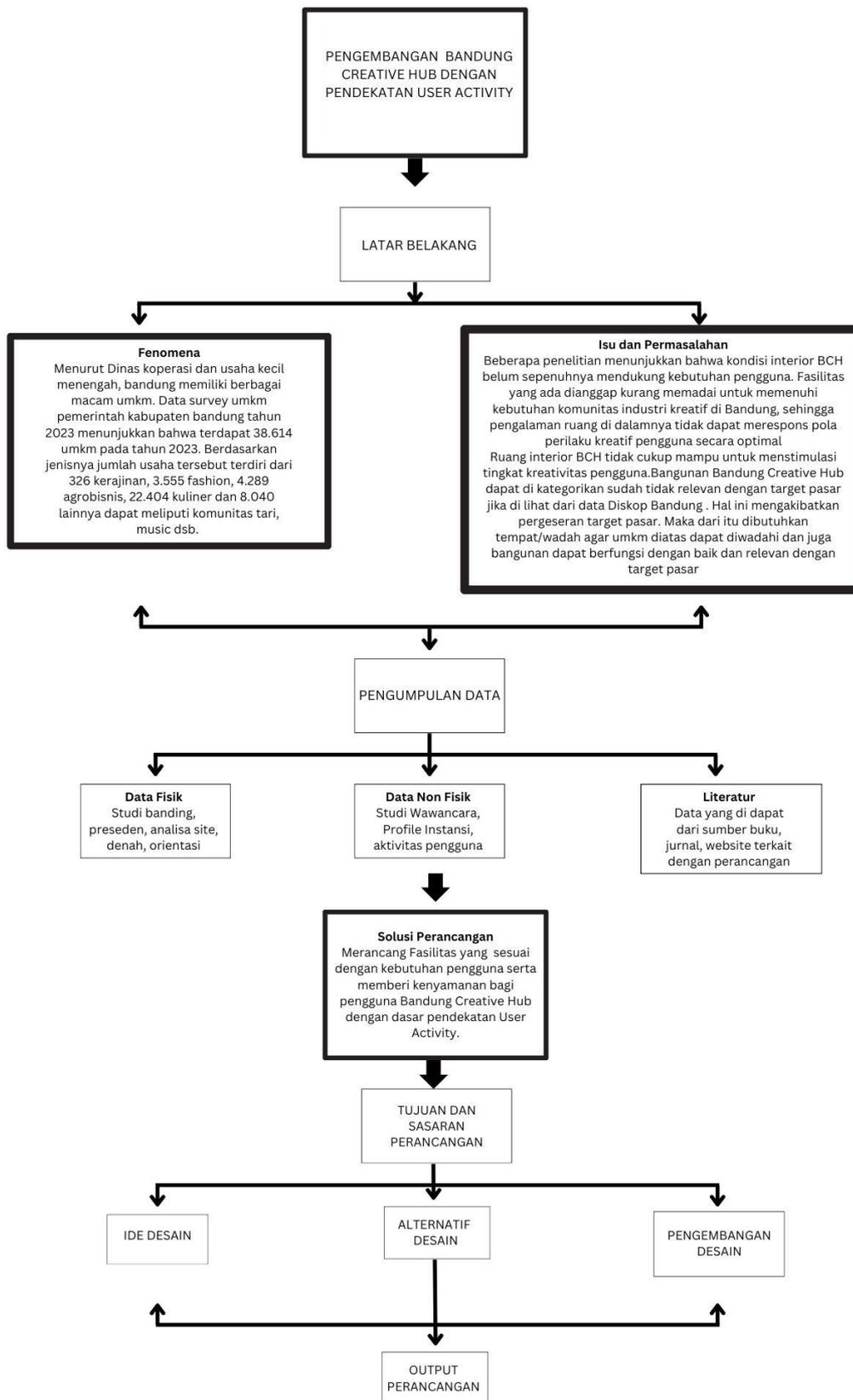
4. BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Membahas dan menguraikan tentang konsep serta hasil perancangan Bandung Creative Hub yang menjawab semua permasalahan dan Analisa yang telah dibuat.

5. BAB V KESIMPULAN

Bab yang berisi simpulan hasil dan saran terkait hasil perancangan.

1.9 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran