

**PUSAT PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI MAKASSAR
(*MAKASSAR CREATIVE HUB*) DENGAN PENDEKATAN SPACE
SYNTAX**

TUGAS AKHIR SKRIPSI PERANCANGAN

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Teknik Strata (S1) pada
Program Studi Arsitektur



OLEH:

AINUN PUSPITASARI

D051171008

DEPARTEMEN ARSITEKTUR

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

“Pusat Pengembangan Industri Kreatif di Makassar (*Makassar Creative Center*) dengan Pendekatan *Space Syntax*”

Disusun dan diajukan oleh

Ainun Puspitasari
D051171008

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin pada tanggal 03 Februari 2023

UNIVERSITAS HASANUDDIN

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Ir. Mohammad Mochsen Sir, ST., MT
NIP. 19690407 199603 1 003

Pembimbing II



Ir. Abdul Mufti Radja, ST., MT., Ph.D
NIP. 19690304 199903 1 004

Mengetahui

Ketua Program Studi Arsitektur



Dr. Ir. H. Edward Syarif, MT.
NIP. 19690612 199802 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AINUN PUSPITASARI

NIM : D051171008

Program Studi : Strata 1/ Teknik Arsitektur

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

**PUSAT PENGEMBANGAN NINDUSTRI KREATFI DI MAKASSAR
(MAKASSAR CREATIVE CENTER) DENGAN PENDEKATAN SPACE SYTAX**

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 15 Maret 2023

Yang menyatakan,



Ainun Puspitasari

PUSAT PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI MAKASSAR (*MAKASSAR CREATIVE CENTER*) DENGAN PENDEKATAN SPACE SYNTAX

Ainun Puspitasari⁽¹⁾, Mochsen Sir⁽²⁾, Abdul Mufti Radja⁽³⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Departemen Arsitektur Universitas Hasanuddin, ⁽²⁾⁽³⁾ Dosen Departemen Arsitektur Universitas Hasanuddin

Email: ainunpuspitasari9@gmail.com

ABSTRAK

Industri kreatif di Makassar dalam beberapa tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data statistik Lembaga Pemerintahan Nonkementrian BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS). Pelaku industri kreatif di Kota Makassar berjumlah kurang lebih 37.375 yang bergerak di berbagai sektor (Data Statistik BPS) yang 3 subsektor terbesarnya bergerak di subsektor kuliner 24,59% usaha kreatif, Seni Pertunjukan 15,83 % usaha kreatif dan music 14,62% usaha kreatif. Makassar juga termasuk posisi teratas jumlah pelaku kreatif terbanyak di Sulawesi Selatan. Makassar Creative Center sendiri adalah representasi dari banyak fungsi bangunan di antaranya area display, coworking space, bioskop mini, studio editing, ruang workshop, dan amphitheater mini. Pada umumnya luasan ruang dapat ditentukan dengan penentuan aktivitas dan kegiatan yang berlangsung di dalamnya. Kemudian kebutuhan ruang diolah membentuk 2 alternatif konfigurasi ruang dengan tingkat kualitas ruang yang optimal. Kualitas ruang dapat dilihat berdasarkan hubungan spasial antara ruang dengan pengguna. Hubungan spasial ruang dikembangkan secara teori yang dikenal dengan teori space syntax (Hillier, 1984). Space syntax merupakan suatu sistem teknik yang berfungsi untuk menganalisis ruang arsitektur dan perkotaan untuk mendapatkan suatu perkiraan hasil yang fungsional (Hillier, 1984). Maka dari itu perancangan Makassar Creative Center menggunakan metode analisa space syntax yang dapat memberikan diagram yang tepat dalam mengatur sebuah konfigurasi ruang yang pas untuk nantinya di berlakukan pada hasil rancangan.

Kata Kunci: Makassar, Industri Kreatif, Space Syntax.

CREATIVE INDUSTRY DEVELOPMENT CENTER IN MAKASSAR (MAKASSAR CREATIVE CENTER WITH SPACE SYNTAX ANALYSIS

Ainun Puspitasari(1), Mochsen Sir(2), Abdul Mufti Radja(3)

(1) Students of the Department of Architecture, Hasanuddin University, (2)(3) Lecturers of the Department of Architecture, Hasanuddin University

Email: ainunpuspitasari9@gmail.com

ABSTRACT

In recent years, the creative industry sector in Makassar has continued to increase. Statistical data provided by BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) in collaboration with BPS (Badan Pusat Statistik), state that the number of creative industry employment in Makassar (engaged in various sectors) is approximately 37,375. including 24,59% in culinary, 15,83% in performing arts and 14.62% in music as the big-three sub-sector. Furthermore, as the highest employment in creative industry in Sulawesi Selatan.

Makassar Creative Centre itself is a representation of many building functions, including display area, coworking space, mini-cinema, editing studio, workshop space and mini amphitheater. Then the space requirements are processed to form two alternative space configurations with the optimal level of space quality. Spatial quality can be seen based on the spatial relationship between space and users. Spatial syntax is a technical system that functions to analyze spatial and urban architecture to obtain an estimate of functional results (Hillier, 1984). Spatial syntax is a technical system that functions to analyze spatial and urban architecture to obtain an estimate of functional results (Hillier, 1984). In that case, space syntax analysis is a qualified method in order to manage successful space configuration to later be applied to the design results.

Keywords: Makassar, Creative Industry, space Syntax.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah rabbil ‘alamin penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang menjadi acuan dalam merencanakan rancangan bangunan dengan judul **“PUSAT PENGEMBANGAN INDSUTRI KREATIF DI MAKASSAR (*MAKASSAR CREATIVE CENTER*) DENGAN PENDEKATAN SPACE SYNTAX”** ini yang merupakan syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan yang dimiliki tidak akan dapat menyelesaikan tulisan ini dengan baik tanpa bantuan, saran, motivasi, dan perhatian dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan segenap kerendahan hati perkenankan penulis menghaturkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunannya, yaitu kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan anugrah dalam setiap langkah penulis.
2. Orang tua tercinta, bapak HASAN dan Ibu MARYAM, kakak dan adik saya serta keluarga besar penulis yang tidak pernah lelah memberi semangat, bantuan, perhatian, doa, dan kasih sayang yang tak ternilai harganya kepada penulis. Teriring doa selalu untuk kalian semua.
3. Bapak Dr. Ir. Mohammad Mohsen Sir, ST.,MT. dan Bapak Abd. Mufti Radja, ST.,MT.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan yang berharga hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Afifah Harisah, ST.,MT.,Ph.D. dan , Ir. Ria Wikantari Rosalia, M.arch.,Ph.D, dan selaku penguji dan dosen LBE Teori dan Sejarah yang telah memberikan banyak masukan—masukan mengenai penulisan skripsi dan desain perancangan.
5. Bapak Dr.Ir.H. Edward Syarif M.T , selaku ketua Departemen Arsitektur & Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan

nasehat, dorongan, dan kesempatan agar penulis dapat menyelesaikan studinya tepat waktu.

6. Bapak Ibu dosen untuk ilmu yang telah diberikan, serta staff yang telah membantu penulis.
7. Saudara-saudari se-Simetri 2017 atas segala cerita yang terbentuk selama penulis kuliah yang tidak akan pernah penulis lupakan.
8. Kepada seluruh Pengurus Fima Sulsel Priode 2020-2021 dan seluruh mahasiswa arsitektur Sulawesi selatan.
9. Kakak-kakak senior Angkatan 2014, 2013, 2012, dan 2011 yang memberikan ilmu tambahan diluar dari ilmu yang penulis dapatkan diruang kelas dan adik-adik angkatan 2018,2019,2020 yang tergabung dalam keluarga besar OKJA dan HMA FT-UH yang memberikan dukungan dan pengalaman selama penulis berada dikampus tercinta Universitas Hasanuddin dan bangga menjadi anak TEKNIK. *Bravo Arsitektur, We Are The Champion.*
10. Serta berbagai pihak yang berperan serta secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi perancangan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pribadi dan kita semua.

Amin allahumma amin.

Makassar, 15 Maret 2023

Penulis,

Ainun Puspitasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	vii
SURAT PERNYATAAN.....	xi
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I- PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
1. Non-Arsitektural.....	5
2. Arsitektural	5
C. Tujuan Dan Sasaran	6
1. Tujuan.....	6
2. Sasaran.....	6
D. Manfaat	6
1. Secara Subjektif.....	6
2. Secara Objektif	7
E. Lingkup Pembahasan	7
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II- TINJAUAN UMUM	
A. Pengertian Judul	9
1. Pusat	9
2. Pengembangan.....	9
3. Industri.....	10
4. Kreatif.....	10
5. Industri Kreatif	11

6. Space Syntax	11
B. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Kreatif	11
C. Tinjauan Umum Tentang Industri Kreatif.....	14
1. Sejarah Ekonomi dan Industri Kreatif di Indonesia	14
2. Urgensi Industri Kreatif.....	19
3. Ruang Lingkup Industri Kreatif di Indonesia.....	20
D. Tinjauan Umum Creative Hub	22
1. Creative Hub.....	22
2. Jenis Creative Hub.....	22
E. Tinjauan Umum Konsep Space Syntax	24
F. Studi Banding.....	29
1. Pusat Pengembangan Industri Kreatif	29
G. Analisis Studi Banding.....	35
BAB III - TINJAUAN KHUSUS	
A. Tinjauan Khusus Lokasi.....	38
1. Gambaran Umum Kota Makassar	38
2. Peran Kota Makassar	40
3. Kondisi Fisik Kota Makassar	40
4. Kondisi Non-Fisik Kota Makassar	42
B. Tinjauan Khusus Pusat Pengembangan Industri Kreatif	57
1. Dasar Pengadaan Pusat Pengembangan Industri Kreatif	57
2. Peran dan Fungsi Pengadaan Pusat Pengembangan Industri Kreatif	58
3. Dasar Pertimbangan Perancangan Pusat Pengembangan Industri Kreatif	58
4. Fasilitas Pusat Pengembangan Industri Kreatif.....	60
5. Rencana Pusat Pengembangan Industri Kreatif	63
BAB IV - PENDEKATAN KONSEP PERANCANGAN	
A. Pendekatan Metode Perancangan.....	66
1. Pendekatan Metode Penelitian	66
2. Proses Analisis Data	66
B. Pendekatan Konsep Makro	68

1.	Penentuan Lokasi	68
2.	Pemilihan Tapak.....	72
3.	Penataan Ruang Luar/Lansekap	81
C.	Pendekatan Konsep Mikro	89
1.	Analisis Jenis Kegiatan	89
2.	Analisis Pelaku Kegiatan.....	91
3.	Analisis Kebutuhan Ruang	96
4.	Besaran Ruang.....	99
5.	Analisis Pola Ruang dan Sirkulasi	107
6.	Analisis Sistem Struktur	112
BAB V - KONSEP DASAR PERANCANGAN		
A.	Metode Perancangan	116
1.	Space Syntax	116
2.	Konsep Tampilan Bangunan	117
B.	Konsep Tapak (Makro)	117
1.	Rona Awal Tapak.....	117
2.	Pencapaian.....	118
3.	Pandangan dari Dalam Tapak.....	119
4.	Pandangan dari Luar Tapak.....	120
5.	Kebisingan Tapak.....	120
6.	Klimatologi Tapak.....	121
7.	Zonasi Tapak	122
8.	Luasan dan Sempadan Tapak.....	122
C.	Konsep Ruang (Mikro)	123
1.	Matrik Hubungan Ruang	123
2.	Konsep Lansekap	124
3.	Konsep Interior Bangunan.....	125
4.	Konsep Struktur.....	126
5.	Konsep Pencahayaan	127
6.	Konsep Penghawaan.....	128
7.	Sistem Utilitas Bangunan	130

DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1. Transformasi Ekonomi dari Masa ke Masa	15
Gambar 2 2. Urgensi Industri Kreatif	19
Gambar 2 3. Konsep step depth	25
Gambar 2 4. Parameter nilai dalam software Depthmap v.10	25
Gambar 2 5. Connectivity ruang dalam software Depthmap v.10	26
Gambar 2 6. Intergirity ruang dalam software Depthmap v.10	27
Gambar 2 7. Thailand Creative and Design Center	29
Gambar 2 8. Bandung Creative Hub	30
Gambar 2 9. Perencanaan Bogor Creative Hub	32
Gambar 2 10. Koridor Bangunan Utama	32
Gambar 2 11. Roof Diagram	33
Gambar 3 1. Peta Administrasi Kota Makassar	40
Gambar 3 2. Peta Topografi Kota Makassar	41
Gambar 3 3. Peta Rencana Pola Ruang Kota Makassar	44
Gambar 3 4. Dimensional Sirkulasi Ruang Pameran	61
Gambar 3 5. Layout Galeri	61
Gambar 3 6. Layout Perpustakaan	62
Gambar 3 7. Layout Kafetaria	62
Gambar 3 8. Layout Lobby	63
Gambar 4 1. Peta Kecamatan Mariso	69
Gambar 4 2. Peta Kecamatan Tamalate	70
Gambar 4 3. Peta Kecamatan Tamalate	77
Gambar 4 4. Alternatif 1	78
Gambar 4 5. Alternatif 5	79
Gambar 4 6. Alternatif 3	80
Gambar 4 7. Tapak Terpilih	81
Gambar 4 8. Pola Kegiatan Edukasi	91
Gambar 4 9. Pola Kegiatan Produksi	92
Gambar 4 10. Pola Kegiatan Pengunjung	92
Gambar 4 11. Pola Kegiatan Eksibisi	93
Gambar 4 12. Pola Kegiatan Komunitas Kreatif	93
Gambar 4 13. Pola Kegiatan Pengunjung	94
Gambar 4 14. Pola Kegiatan Komersil	94
Gambar 4 15. Pola Kegiatan Komersil	94
Gambar 4 16. Pola Kegiatan Pengelola	96
Gambar 4 17. Pola Ruang Terpusat	107
Gambar 4 18. Pola Ruang Linear	108
Gambar 4 19. Pola Ruang Radial	108

Gambar 4 20. Pola Ruang Cluster	109
Gambar 4 21. Pola Ruang Terpusat.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1. Parameter keberhasilan pada perhitungan Intelligibility	28
Tabel 2 2. Analisis Studi Banding	35
Tabel 3 1. Luas Wilayah dan Jumlah Kelurahan per Kecamatan di Kota Makassar	38
Tabel 3 2. Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Makassar	42
Tabel 3 3. Tabel RTRW Kota Makassar 2015-2034	44
Tabel 3 4. Jumlah Usaha Kreatif di Makassar	63
Tabel 3 5. Jumlah pelaku dan nilai produksi selama tahun 2015 dan 2016	63
Tabel 4 1. Analisis Penentuan Lokasi Berdasarkan Sistem Pembobotan	71
Tabel 4 2. Analisis Penentuan Tapak Berdasarkan Sistem Pembobotan	81
Tabel 4 3. Alternatif Pohon Peneduh	83
Tabel 4 4. Alternatif Tanaman Pengarah	85
Tabel 4 5. Alternatif Tanaman Estetika	86
Tabel 4 6. Alternatif Penutup Tanah	88
Tabel 4 7. Alternatif Hardscape	88
Tabel 4 8. Asumsi Kebutuhan Ruang	96
Tabel 4 9. Besaran Ruang Pengelola	99
Tabel 4 10. Besaran Ruang Pelatihan	100
Tabel 4 11. Besaran Ruang Komersil	103
Tabel 4 12. Besaran Ruang Pameran	104
Tabel 4 13. Besaran Ruang Service	104
Tabel 4 14. Besaran Ruang Penunjang	105
Tabel 4 15. Besaran Ruang Parkir	106
Tabel 4 16. Rekapitulasi Besaran Ruang	106
Tabel 4 17. Alternatif Struktur Atap	113
Tabel 4 18. Alternatif Struktur Tengah Bangunan	114
Tabel 4 19. Alternatif Upper Structure	115
Tabel 5 1. Konsep Softscape	125
Tabel 5 2. Konsep Hardscape	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap tahun UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) memilih beberapa kota di seluruh dunia untuk kemudian dinobatkan menjadi kota-kota kreatif. Kota-kota yang terpilih ini dinilai telah membangun dan mengembangkan iklim kreatif kota, khususnya ekonomi kreatif, pada beberapa kategori yang telah ditentukan oleh UNESCO antara lain: literatur, film, musik, kerajinan, desain, media dan gastronomi (UNESCO, 2011).

Upaya UNESCO untuk membangun jaringan kota-kota kreatif di berbagai Negara bertujuan untuk membangun kerjasama antar kota dengan menjadikan kreatifitas sebagai faktor strategis bagi pembangunan berkelanjutan melalui skema kemitraan antara masyarakat, sektor privat, organisasi profesional, komunitas, masyarakat sipil, dan lembaga kultural di seluruh penjuru dunia.

Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional yang berkelanjutan dan menekankan pada penambahan nilai barang lewat daya pikir serta kreatifitas manusia. Saat ini, Ekonomi kreatif menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia ditengah perlambatan pertumbuhan ekonomi global. Pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia.

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia sudah sangat terlihat peningkatannya. Setiap tahun perkembangan industri kreatif terus mengalami peningkatan, salah satu indikatornya adalah pada tahun 2016 sektor ini menyumbang sebesar 922,59 triliun rupiah terhadap PDB nasional atau 7,44% PDB nasional, dengan kontribusi ekspor yang sudah mencapai USD 20 miliar atau 13,77% dari total ekspor dari semua sektor yang ada.

Selain itu, sektor ini juga menyerap 16,91 juta tenaga kerja atau sama dengan 14,28% tenaga kerja nasional, yang mana hal tersebut telah melampaui target capaian ekonomi kreatif dalam RPJMN 2015-2019 (BEKRAF, 2018).

Pencapaian sektor ekonomi kreatif tidak jauh dari upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah yaitu dengan pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tahun 2015 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Pembentukan badan ini bertujuan untuk menjadikan sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu kekuatan perekonomian di Indonesia. Salah satu program yang dilakukan yaitu Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I). Program ini bertujuan untuk menghubungkan semua aktor yang terlibat yaitu akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan pemerintah dari 16 subsektor yang ada.

Hal tersebut dilakukan dengan pemetaan potensi dan permasalahan di setiap daerah, yang akan berfungsi untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Setiap daerah akan menilai secara mandiri potensi/unggulan subsektor yang dimiliki untuk diajukan, yang lalu akan ditinjau kembali oleh BEKRAF untuk dilakukan pemetaan guna menyiapkan infrastruktur yang diperlukan (KaTa Kreatif, 2018). Proses tersebut dilakukan agar pengembangan ekonomi kreatif pada setiap daerah dapat dioptimalkan, sehingga iklim ekonomi kreatif nasional dapat terbentuk dengan baik.

Di Indonesia, kota-kota kreatif mulai diinisiasi di beberapa kota besar sejak awal 2010, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan mulai menyebar virusnya ke Timur. Makassar sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia dengan program pemerintah yang sedang menggeliatkan dirinya menuju kota dunia, baik struktur maupun infrastruktur, secara sadar mulai melihat potensi dari sektor-sektor kreatif. Pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar meningkat secara perlahan setiap tahunnya dan industri kreatif merupakan salah satu faktor yang ikut berperan dalam pertumbuhan ekonomi tersebut. Kota Makassar sendiri menurut data Dinas Kebudayaan

dan Pariwisata, terdapat lebih dari 140 kelompok komunitas kreatif yang aktif di 14 kecamatan di kota Makassar belum termasuk kelompok-kelompok komunitas kreatif yang lahir di kampus-kampus. Jumlahnya juga sangat signifikan. Dan jumlah yang besar itu aktif menggelar kegiatan dalam sektor sosial, ekonomi dan budaya secara rutin. Dan yang menarik, kelompok-kelompok kreatif tersebut berjalan bergandengan tangan. Menjunjung semangat kolaboratif untuk saling membesarkan satu sama lain.

Kota Makassar juga merupakan salah satu kota yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi yaitu 7.9% (Statistik Daerah Kota Makassar 2017, 2017). Angka ini telah melampaui pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya mampu mencapai nilai 5.07% (Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi, 2018) dan pencapaian ini tidak luput dari peran ekonomi kreatif yang ada di Makassar.

Industri kreatif di Makassar dalam beberapa tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data statistik Lembaga Pemerintahan Nonkementrian BEKRAF (Badan Ekonomi kreatif) yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS). Pelaku industri kreatif di Kota Makassar berjumlah kurang lebih 37.375 yang bergerak di berbagai sektor (Data Statistik BPS) yang 3 subsektor terbesarnya bergerak di subsektor kuliner 24,59% usaha kreatif, Seni Pertunjukan 15,83 % usaha kreatif dan music 14,62% usaha kreatif. Makassar juga termasuk posisi teratas jumlah pelaku kreatif terbanyak di Sulawesi Selatan.

Oleh karena itu diperlukannya sebuah wadah sebagai penunjang industri kreatif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Makassar. Wadah tersebut diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan industri kreatif, menciptakan lingkungan masyarakat yang kreatif, dan menginspirasi industri kreatif lokal agar dapat bersaing dalam pasar global, di mana wadah tersebut dapat dikenal dengan istilah *Makassar Creative Hub*.

Makassar Creative Hub sendiri adalah representasi dari banyak fungsi

bangunan di antaranya area display, coworking space, bioskop mini, studio editing, ruang workshop, dan amphitheater mini. Selain itu juga ada kegiatan-kegiatan yang dapat dilaksanakan di sini, seperti workshop film atau animasi, pemutaran film, seminar, ataupun talkshow (Pranyoto, 2019), serta banyak fungsi yang ada, dalam pembangunannya permasalahan arsitektural terjadi di dalam desain bangunan dan ruang – ruang pada bangunan. Pada umumnya luasan ruang dapat ditentukan dengan penentuan aktivitas dan kegiatan yang berlangsung di dalamnya. Kemudian kebutuhan ruang diolah membentuk 2 alternatif konfigurasi ruang dengan tingkat kualitas ruang yang optimal.

Kualitas ruang dapat dilihat berdasarkan hubungan spasial antara ruang dengan pengguna. Hubungan spasial ruang dikembangkan secara teori yang dikenal dengan teori space syntax (Hillier, 1984). Space syntax merupakan suatu sistem teknik yang berfungsi untuk menganalisis ruang arsitektur dan perkotaan untuk mendapatkan suatu perkiraan hasil yang fungsional (Hillier, 1984). Metode space syntax memiliki dua hal yang menjadi dasar dalam pengembangannya. Pertama, ruang menjadi hal yang perlu dipahami bahwa ruang bukan sebagai latar belakang aktivitas manusia, tetapi ruang menjadi hal yang termasuk di dalamnya. Kedua, ruang menjadi konfigurasi yang utama dan penting. Dursun (2007) menyatakan bahwa space syntax dapat digunakan sebagai bahasa dalam berpikir dan berbicara tentang ruang. Bahasa yang dihasilkan membuat karakteristik ruang yang bersifat non-diskursif menjadi ruang yang bersifat diskursif. Space syntax menjadi salah satu alat yang dapat digunakan dalam memahami ruang dengan berfokus pada pengorganisasian ruang, pola pergerakan, serta makna sosial. Desain ruang yang dihasilkan tidak hanya menjadi ruang yang bersifat fisik dan statis, namun sebagai suatu kehidupan yang dapat dirasakan oleh penghuninya.

Maka dari itu perancangan *Makassar Creative Hub* menggunakan metode analisa space syntax yang dapat memberikan diagram yang tepat dalam mengatur sebuah konfigurasi ruang yang pas untuk nantinya di berlakukan

pada hasil rancangan.

Berdasarkan gambaran di atas sehingga hadir kebutuhan akan sarana akomodasi yang dapat menunjang kegiatan dan menggabungkan beberapa unsur yang berbeda dan mengaplikasikannya ke dalam suatu bentuk desain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa diperlukannya rancangan bangunan berupa Pusat Pengembangan Industri Kreatif dengan pendekatan Space Syntax.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dapat di bagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Non-Arsitektural

Rumusan masalah non-arsitektural yang dihadapi terkait perancangan Pusat Pengembangan Industri Kreatif adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana urgensi industri kreatif di Makassar ?
2. Bagaimana mewadahi suatu bangunan yang dapat meningkatkan taraf ekonomi di bidang idustri kreatif ?
3. Bagaimana mewadahi suatu bangunan yang dapat menunjang kebutuhan generasi muda dan masyarakat dalam menumbuhkan motivasi belajar, kreatifitas dan potensi diri di bidang industri kreatif ?

2. Arsitektural

Rumusan masalah Arsitektural yang dihadapi terkait perancangan *Makassar Creative Hub* adalah sebagai berikut:

a. Arsitektural Makro

1. Bagaimana menentukan lokasi, aksesibilitas pengguna serta sarana dan prasarana pada perencanaan *Makassar Creative Hub*?

b. Arsitektural Mikro

1. Bagaimana merancang tata ruang bangunan yang layak secara teknis dan fungsi?
2. Bagaimana merancang sebuah bangunan yang dapat

mengakomodasi berbagai kegiatan dalam bidang industri kreatif?

3. Bagaimana Konfigurasi ruang terbentuk pada bangunan *Makassar Creative Hub*?

4. Bagaimana menentukan pola sirkulasi dalam tapak agar fasilitas-fasilitas yang ada dapat terprogram dengan baik dengan pendekatan space syntax?

5. Bagaimana menentukan hubungan ruang dan aktivitas manusia yang sesuai dengan fungsi bangunan dengan pendekatan space syntax.

6. Bagaimana penentuan struktur, material dan utilitas bangunan yang di terapkan dapat sesuai dengan fungsi bangunan?

C. Tujuan Dan Sasaran

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai yaitu merancang sebuah wadah yang dapat menunjang industri kreatif di Kota Makassar. Wadah tersebut diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif, menghubungkan para pelaku industri kreatif dan menciptakan lingkungan masyarakat yang kreatif, dan menginspirasi industri kreatif lokal agar dapat bersaing dalam pasar global.

2. Sasaran

Sasaran penelitian ini yaitu membentuk sebuah *Creative Hub* yang ideal sesuai dengan potensi industri kreatif di Kota Makassar dan meningkatkan Ekonomi Kreatif dalam bidang Industri kreatif di Kota Makassar.

D. Manfaat

1. Secara Subjektif

a. Untuk memenuhi salah satu persyaratan mengikuti Tugas Akhir di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

b. Sebagai acuan untuk melanjutkan ke dalam proses penyusunan LP3A, eksplorasi desain serta desain grafis Tugas Akhir.

2. Secara Objektif

a. Sebagai fasilitas umum secara digital untuk memudahinya meningkatnya subsektor perkembangan industri kreatif di Kota Makassar akan direncanakan dan dirancang sesuai dengan disiplin ilmu arsitektur.

b. Sebagai pegangan dan acuan selanjutnya dalam perancangan *Creative Hub*, selain itu diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan di bidang arsitektur khususnya mengenai permasalahan konfigurasi ruang.

c. Dapat menjadi usulan yang bermanfaat bagi masyarakat Kota Makassar tentang *Makassar Creative Hub*.

E. Lingkup Pembahasan

1. Pembahasan meliputi kelengkapan fasilitas dan sarana pelengkapan kawasan termasuk sarana pengelolaan dan sarana penunjang lainnya.

2. Pembahasan dilakukan ditinjau dari disiplin ilmu arsitektur dan disiplin ilmu lainnya yang dapat melengkapi perencanaan standar yang ada.

3. Ruang lingkup perencanaan dan perancangan Pusat Pengembangan Industri Kreatif yaitu menjadikan Pusat Pengembangan Industri Kreatif sebagai fasilitas utama yang mampu mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Makassar sesuai dengan potensi industri kreatif yang ada yang dibagi dalam beberapa bagian utama berdasarkan jenis kegiatan dan fungsi dan tata letak dari setiap bangunan berdasarkan pendekatan Space Syntax.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini disusun sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : Membahas tentang pengantar umum melalui dasar pemikiran dan latar belakang masalah sebagai pengantar permasalahan. Pada bab ini terdapat beberapa sub judul yaitu latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan serta metode dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Umum : Membahas tinjauan pustaka tentang judul terkait secara umum berupa studi literatur teori dan konsep tentang Creative Hub dan juga tentang space syntax dari beberapa sumber.

BAB III Tinjauan Khusus : Membahas tentang tinjauan khusus mengenai judul terkait di lokasi sehingga pembahasan lebih detail berisi gambaran fisik lokasi serta potensi-potensi lingkungan.

BAB IV Pendekatan Konsep : Membahas tentang pendekatan perencanaan fisik bangunan.

BAB V Konsep Perancangan : Membahas tentang kesimpulan dari pembahasan terdahulu, yang akan dijadikan patokan dasar kearah pendekatan perencanaan fisik bangunan.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Pengertian Judul

Batasan pengertian Pusat Pengembangan Industri Kreatif Makassar di peroleh melalui definisi masing-masing kata:

1. Pusat

Pusat adalah suatu tempat penyatuan berbagai macam kegiatan ke dalam suatu wadah tertentu yang dapat menampung kegiatan dimana kegiatan tersebut memiliki persamaan pokok yang menjadi induk kegiatan dari semua kegiatankegiatan yang ada. (departemen pendidikan dan kebudayaan).

2. Pengembangan

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis, konseptual, dan moral karyawan, sedangkan latihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan, workshop bagi karyawan dapat meningkatkan pengetahuan lebih lagi di luar perusahaan.

Edwin B. Flippo mendefinisikan pengembangan sebagai berikut : “Pendidikan adalah berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan kita secara menyeluruh”, sedangkan latihan didefinisikan sebagai berikut : “Latihan adalah merupakan suatu usaha peningkatan pengetahuan dan keahlian seorang karyawan untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu”.

Sedangkan Andrew F. Sikula mendefinisikan pengembangan sebagai berikut : “Pengembangan mengacu pada masalah staf dan personel adalah suatu proses pendidikan jangka panjang menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan mana manajer belajar pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum”. Sedangkan

definisi latihan diungkapkan oleh Andrew F. Sikula yaitu “latihan adalah proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu”.

3. Industri

Menurut Tegus S Pamudi, Pengertian Industri adalah sekelompok perusahaan yang menghasilkan suatu produk yang bisa saling menggantikan satu sama lainnya. Pengertian Industri menurut I Made Sandi adalah suatu bentuk usaha guna memproduksi barang jadi melalui proses produksi penggarapan di dalam jumlah yang besar, sehingga barang produksi tersebut dapat diperoleh dengan harga yang rendah namun dengan kualitas yang setinggi-tingginya.

Menurut UU No. 3 Tahun 2014, Pengertian Industri adalah seluruh bentuk dari kegiatan ekonomi yang mengelolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri, sehingga dapat menghasilkan barang yang memiliki nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk juga jasa industri. Hinsa Sahaan mengatakan bahwa, Pengertian Industri adalah bagian dari suatu proses yang mengelolah bahan mentah menjadi bahan baku atau bahan baku menjadi barang jadi, sehingga menjadi suatu barang yang memiliki nilai bagi masyarakat luas.

Dari definisi industri yang diungkapkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Pengertian Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengelolaan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah guna mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi merupakan bagian dari industri. Hasil dari industri ini tidak hanya berupa barang, akan tetapi juga dalam bentuk jasa.

4. Kreatif

- a. Arti kreatif menurut Hobkenz (1937): Diri seseorang yang

melakukan respon ketika dipengaruhi secara mendalam dan enerjik.

b. Menurut Hobkenz kreatif adalah sikap yang dimiliki seseorang atau individu, yaitu sikap menanggapi sesuatu.

c. Pengertian kreativitas menurut Heart (1950): Sebuah kekuatan yang tersimpan pada diri manusia. Berdasarkan Heart, kekuatan ini didasarkan pada asas cinta, kebebasan berekspresi yang ditemukan pada diri manusia.

d. Definisi kreatif menurut Anderos (1961): Salah satu sifat manusia yang didasarkan atas proses yang dilalui seseorang di tengah-tengah pengalamannya sehingga menyebabkan ia memperbaiki dan mengembangkan dirinya.

5. Industri Kreatif

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu. (Departemen Perdagangan RI : 2009)

6. Space Syntax

Space Syntax adalah teori ruang dan sekumpulan analitis, kuantitatif dan alat deskriptif untuk menganalisis formasi spasial di berbagai bentuk: bangunan, kota, ruang interior atau lanskap (Hillier dan Hanson, 1984, Hillier, 1996). Minat utama sintaks ruang adalah hubungan antara manusia dan ruang mereka yang dihuni. Hal ini percaya bahwa karakteristik khas masyarakat ada dalam spasial pengetahuan mereka disampaikan melalui ruang itu sendiri, dan melalui organisasi ruang (Dursun dan Saglamer, 2003).

B. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya

individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat (Inpres No. 6 Tahun 2009).

Industri dewasa ini telah menjadi bagian dari minat para ekonom, stasis, ahli budaya dan pembuat kebijakan public. Potensi dan peran industri kreatif diakui semakin besar dalam mendorong keberagaman budaya melalui pasar (UNESCO, 2016). Industri kreatif bukan saja bidang minat para seniman terlatih atau perusahaan, melainkan menjadi minat setiap orang, tidak hanya terbatas pada satu sektor melainkan banyak sector dan sudah merambah ke negara maju. Dunia dewasa ini sedang berada pada tahap transformasi ke arah ekonomi dan budaya kreatif (John Hartley, 2015).

Menurut John Howkins, dalam bukunya *The Creative Economy*, orang-orang yang memiliki ide akan kuat dibandingkan orang-orang yang bekerja dengan mesin produksi, atau bahkan pemilik mesin itu sendiri (Amelia, 2016) John Howkins menulis buku “*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*”. Mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana outputnya adalah Gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasisi kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 miliar dollar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan ekonomi kreatif, yaitu “*The creation of value as a result of ideas*”. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi. Gagasan yang dimaksud adalah karya orisinal dan dapat diproteksi oleh HKI.

Definisi industri kreatif sering kali merujuk pada UK Department for Culture, Media, and Sport (DCMS) Task force 1998, Lembaga yang mengelola industri kreatif di Inggris, kemudian Departemen Perindustrian RI mendefinisikan “industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan daya

kreasi, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya cipta dan daya cipta individu tersebut”.

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Berikut ini telah dikemukakan oleh UNCTAD dalam Creative Economy Report (2008:3).

“Creativity in this context refers to the formulation of new ideas and to the application of these ideas to produce original works of art and cultural products, functional creation, observable in the way it contributes to entrepreneurship, fosters innovation, enhances productivity and promotes economic growth”

"Kreativitas dalam konteks ini mengacu pada perumusan ide-ide baru dan penerapan ide-ide ini untuk menghasilkan karya asli produk seni dan budaya, penciptaan fungsional, dapat diamati dalam caranya berkontribusi pada kewirausahaan, menumbuhkan inovasi, produktivitas enhances dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi"

Studi Ekonomi Kreatif terbaru dilakukan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada tahun 2010 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai:

“An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.”

"Konsep yang berkembang berdasarkan aset kreatif berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi." Dengan penjabaran sebagai berikut:

- a. Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
- b. Menyertakan aspek social, budaya, ekonomi dalam pengembangan teknologi, Hak Kekayaan Intelektual, dan

pariwisata.

c. Kumpulan aktivitas ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterhubungan lintas sectoral pada level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan.

d. Suatu pilihan strategi pengembangan yang membutuhkan tindakan lintas kementerian dan kebijakan yang inovatif dan multidisiplin.

e. Di jantung Ekonomi Kreatif terdapat Industri Kreatif

C. Tinjauan Umum Tentang Industri Kreatif

1. Sejarah Ekonomi dan Industri Kreatif di Indonesia

Pada Awalnya, ekonomi dunia digerakkan dengan komoditas dominan merupakan hasil pertanian. Sehingga pada masa tersebut dikenal sebagai ekonomi agraris atau ekonomi pertanian. lalu seiring ditemukannya mesin uap, disusul dengan revolusi industri di Inggris, mengubah paradigma ekonomi pertanian ini menjadi ekonomi industri. Pada fase ini, industri bergerak pada sektor-sektor manufaktur di mana mesin-mesin mulai menggantikan peran manusia. Negara-negara maju dihuni oleh negara-negara raksasa industri. Sebaliknya, negara miskin atau dikenal dengan negara dunia ketiga, sebagian besar masih mengandalkan ekonomi pertanian.

Kemudian, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berhasil mengubah peta dunia. Dunia seakan dibuat tanpa mengenal batas-batas teritorial sebagaimana yang terjadi pada fase ekonomi industri dan ekonomi pertanian. Sekat-sekat negara itu hilang akibat ditembus oleh arus informasi yang deras karena keberadaan jaringan internet. Pada era ini, pemenang kompetisi ditentukan oleh siapa yang menguasai informasi. Sehingga pada akhirnya, paradigma yang berlaku disebut sebagai ekonomi informasi.

Kini, muncul pandangan bahwa ekonomi tak seharusnya terus bergantung kepada keberadaan bahan baku, jarak distribusi, modal kapital dan sebagainya. Sebagai alternatif, muncul gagasan bahwa

gagasan atau ide adalah modal itu sendiri. Sehingga yang diperlukan adalah memperluas ekonomi ke sektor layanan atau sektor jasa. Dengan demikian, keberadaan barang modal dalam bentuk fisik mulai direduksi.

Pandangan ini menilai, ruh utama untuk melahirkan gagasan itu adalah adanya kreatifitas. Kreatifitas lalu menjadi pijakan utama dalam membangun kota yang mampu menyelesaikan permasalahan kota dengan cara yang kreatif serta mengubah kesulitan-kesulitan menjadi kesempatan-kesempatan. Pandangan ini sekarang kita kenal sebagai paradigma ekonomi kreatif.



Gambar 2 1. Transformasi Ekonomi dari Masa ke Masa

Sumber: (Rencana Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif 2009-2015)

Pada tahun 2005, mantan Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan tentang pentingnya mengembangkan industri pada sektor yang bersumber pada kerajinan dan kreativitas bangsa. Setelah itu, pada tahun 2006, menteri perdagangan RI saat itu, Dr. Mari Elka Pangestu meluncurkan program Indonesia Design Power di jajaran Departemen Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun luar negeri. Program Indonesian Design Power menitikberatkan pada pengembangan sektor jasa, dan dapat memberikan ruang bagi pelaku dan industri kreatif. Setelah itu, istilah Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif mulai sering diperbincangkan masyarakat Indonesia.

Setelah itu, disahkannya Inpres No.6/2009 pada tahun 2009 serta dicanangkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif oleh Presiden SBY. Pada tahun yang sama, Pameran Virus Kreatif yang mencakup sektor

industri kreatif dan Pameran Pangan Nusa yang mengenalkan industri pangan Indonesia diselenggarakan dan berjalan sukses. Hal ini menjadi bukti bahwa perkembangan Industri kreatif di Indonesia mengarah pada tren yang positif.

Pada tahun 2010, dibuat suatu platform digital yang bernama Ekonomi Kreatif Indonesia (indonesiakreatif.net) yang berfungsi untuk wadah bagi masyarakat Indonesia untuk mengetahui perkembangan industri kreatif di Indonesia. Disisi lain, mulai adanya sosialisasi yang semakin intens dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah dalam perihal pembuatan data eksportir, importir, para pengusaha, kalangan asosiasi dan para pelaku industri kreatif serta lembaga pendidikan formal maupun non-formal.

Gagasan mengenai Ekonomi kreatif ini terus bergulir dan penguatan kelembagaan pengembangan Industri kreatif terus dilakukan oleh pemerintah hingga pada tanggal 21 Desember 2011 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011, pemerintah secara resmi membentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diperkuat dengan dua Direktur Jenderal yang secara langsung bertanggung jawab terhadap pengembangan Industri kreatif di Indonesia, yaitu: Direktorat Jenderal Industri Kreatif Berbasis Seni dan Budaya dan Direktorat Jenderal Industri Kreatif Berbasis Media, Desain, dan IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi).

Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan Industri kreatif di Indonesia, pada 2012, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik menerbitkan Laporan Penguatan Data dan Informasi Industri Kreatif. Terdapat beberapa pencapaian dalam pengembangan Industri kreatif sejak diluncurkannya Inpres No.6 Tahun 2009, yaitu dalam hal penyerapan tenaga kerja, Industri kreatif telah menyerap lebih dari 10% angkatan kerja di Indonesia. Dalam hal kontribusi Industri, Industri kreatif telah menyumbang 7% dari pendapatan domestik bruto Indonesia. Dari segi

ekspor, Industri kreatif juga telah menyumbang sekitar 6% dari total ekspor Indonesia. Namun perlu diakui masih banyak pula tantangan yang masih harus diselesaikan dan masih banyak pula peluang dan potensi yang belum dikembangkan secara optimal.

Terbentuknya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara fundamental telah mengubah tatanan pemerintahan dan prioritas pembangunan di masa yang akan datang. Dengan terbentuknya Kementerian tersebut, Industri kreatif secara khusus diatur oleh satu kementerian tersendiri, sehingga terdapat kebutuhan yang mendesak untuk melakukan perubahan pada Rencana Induk Pengembangan Industri Kreatif yang telah disusun oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2009 lalu dalam konteks kelembagaan. Sebagai langkah awal pengembangan Industri kreatif di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif maka disusunlah rencana strategis pengembangan pariwisata dan Ekonomi kreatif Nasional yang merupakan dasar pelaksanaan program dan kegiatan pengembangan Industri kreatif hingga 2014 dengan fokus utama pada upaya-upaya peningkatan kuantitas dan kualitas SDM kreatif, penguatan kelembagaan, dan akses pasar bagi karya kreatif lokal.

Pada tahun 2012 dilakukan revitalisasi terhadap penyelenggaraan kegiatan akbar Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI) yang telah dilaksanakan sejak tahun 2007. Penyelenggaraan PPKI sejak tahun 2012 memiliki visi “*Unleashing Indonesia’s Full Creative Power*” yang bertujuan untuk menempatkan negara Indonesia sebagai negara yang memiliki soft power yang kuat di dunia. Pada tahun ini pula pemerintah meluncurkan maskot Industri kreatif yang bernama OK –singkatan dari Orang Kreatif- yang merupakan kekuatan utama dari Industri kreatif Indonesia.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan intensif dengan semua pemangku kepentingan, saat ini Industri kreatif dihadapkan pada tujuh isu strategis (dibanding dengan enam yang diidentifikasi pada 2009),

yaitu: (1) Ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang profesional dan kompetitif; (2) Ketersediaan bahan baku yang berkualitas, beragam, dan kompetitif; (3) Pengembangan industri yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam; (4) Ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif; (5) Perluasan pasar bagi karya, usaha, dan orang kreatif; (6) Ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif; dan (7) Kelembagaan dan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan Industri kreatif

Di tahun 2014, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melakukan revisi rencana pengembangan Industri kreatif hingga tahun 2025, yang dijabarkan menjadi rencana pengembangan Industri kreatif 2015-2019 ini, dan rencana pengembangan 15 subsektor Industri kreatif 2015-2019. Khusus untuk rencana pengembangan subsektor film, video, dan fotografi 2015-2019 akan dikembangkan menjadi empat dokumen perencanaan subsektor yang terpisah, yaitu film, video, fotografi, dan animasi. Oleh karena itu, dokumen perencanaan yang dihasilkan adalah sebanyak 20 buku, meliputi: (1) dokumen rencana pengembangan Industri kreatif 2015-2025; (2) dokumen rencana pengembangan Industri kreatif 2015-2019; (3) Delapan belas dokumen rencana pengembangan subsektor Industri kreatif 2015-2019.

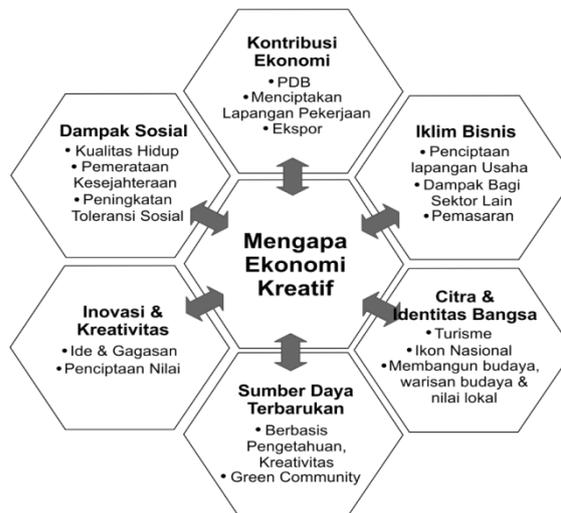
Berdasarkan rencana induk pengembangan Industri kreatif hingga 2025, arah pengembangan Industri kreatif 2015–2019 adalah memantapkan pengembangan Industri kreatif dengan menekankan pencapaian daya saing kompetitif berlandaskan keunggulan sumber daya alam, budaya, dan sumber daya manusia berkualitas dan kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memperkuat kelembagaan untuk menciptakan iklim usaha kondusif bagi pengembangan industri kreatif lokal. Arah strategis ini merupakan dasar penyusunan rencana pengembangan Industri kreatif pada periode 2015–2019 mendatang.

Namun, di masa pemerintahan yang baru saat ini, yaitu di bawah

kepemimpinan Presiden Joko Widodo, dibentuklah satu lembaga yang khusus untuk pengembangan industri kreatif Indonesia. Pada tanggal 20 Januari 2015, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, dibentuklah sebuah lembaga baru non-kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Badan ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

2. Urgensi Industri Kreatif

- a. Memberikan kontribusi Ekonomi yang signifikan
- b. Menciptakan iklim bisnis yang positif
- c. Membangun citra dan identitas Bangsa
- d. Berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan
- e. Menciptakan inovasi dan kreatifitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa
- f. Memberikan dampak social yang positif



Gambar 2 2. Urgensi Industri Kreatif

Sumber: : <https://www.slideshare.net/togar/pengembangan-ekonomi-kreatif-indonesia>)

3. Ruang Lingkup Industri Kreatif di Indonesia

Di Indonesia Pemerintah sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri mencakup 14 subsektor, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025 antara lain:

- a. **Periklanan (advertising):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi, iklan, surat kabar, elektronik (televisi dan radio), reklame, sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta penyewaan kolom untuk iklan
- b. **Arsitektur.** Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 adalah jasa konsultasi arsitek, yaitu mencakup usaha seperti: desain bangunan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, dan sebagainya. Selain itu sub sector Arsitektur yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan tehnik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik.
- c. **Pasar Barang Seni.** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, lukisan, musik, internet dan lainnya yang berkaitan dengan seni.
- d. **Kerajinan,** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari design awal sampai dengan proses penyelesaian produksinya.
- e. **Fashion,** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi design pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.

- f. **Video, film, dan fotografi.** Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film
- g. **Permainan interaktif,** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- h. **Musik,** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara.
- i. **Seni pertunjukan,** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, desain, dan lainnya.
- j. **Penerbitan dan percetakan,** kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
- k. **Layanan komputer dan piranti lunak,** kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan computer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain, dan analisis sistem
- l. **Televisi dan radio,** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi dan siaran radio.
- m. **Riset dan pengembangan,** kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

D. Tinjauan Umum Creative Hub

1. Creative Hub

Menurut Janine Matheson, Creative Edinburgh and Gillian Easson, Creative Dundee Creative Hubkit, Creative Hub adalah tempat, baik fisik atau virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif yang berperan sebagai pertemuan, menyediakan ruang dan dukungan untuk jaringan, pengembangan bisnis dan keterlibatan masyarakat dalam sektor kreatif, budaya dan teknologi. Menurut Janine Matheson, Creative Edinburgh and Gillian Easson, Creative Dundee Creative Hubkit, Creative Hub memiliki berbagai tujuan:

- Untuk memberikan dukungan melalui layanan dan / atau fasilitas untuk gagasan, proyek, organisasi, dan bisnis yang menjadi tuan rumah, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek, termasuk acara, pelatihan keterampilan, pengembangan kapasitas, dan peluang global.
- Untuk memfasilitasi kolaborasi dan jaringan di antara komunitasnya.
- Untuk menjangkau pusat penelitian dan pengembangan, lembaga, industri kreatif dan non-kreatif.
- Untuk berkomunikasi dan terlibat dengan khalayak yang lebih luas, mengembangkan strategi komunikasi aktif.
- Untuk memperjuangkan dan merayakan bakat yang muncul; menjelajahi batas-batas praktik kontemporer dan mengambil risiko terhadap inovasi.

2. Jenis Creative Hub

Menurut Janine Matheson, Creative Edinburgh and Gillian Easson, Creative Dundee Creative Hubkit, terdapat beberapa jenis creative hub:

1. Studio

Kumpulan individu-individu dalam skala kecil untuk melakukan

pekerjaan dalam co-working space.

2. Center

Bangunan dengan ukuran skala besar yang digunakan untuk kegiatan kreatif dimana memiliki fasilitas lain seperti café, bar, cinema, markerspace, shop, exhibition space.

3. Network

Kelompok individu atau bisnis yang tersebar tetapi tetap membentuk jaringan atau relasi berdasarkan sektor tertentu.

4. Cluster

Kelompok individu atau bisnis kreatif yang bekerja dalam suatu area geografis tertentu.

5. Online platform

Bentuk pusat kreatif yang menggunakan metode online seperti website dan media sosial dalam melakukan bisnis kreatif.

6. Alternative

Bentuk pusat kreatif yang berfokus dengan membuat komunitas sektor dan tipe keuangan baru.

Menurut buku *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia* oleh. British Council, untuk tujuan analitis dan agar praktis, British Council mengkategorikan creative hubs yang ada di Indonesia menjadi 3 berdasarkan fungsinya masing masing yaitu:

- Creative Space adalah awal dari gerakan seni dan budaya di Jakarta. Biasanya dijalankan oleh individu maupun komunitas seni yang menyediakan tempat untuk menghasilkan karya, memajang karya, maupun menjual karya.
- Space Coworking memiliki fungsi yang berbeda dengan creative space, tempat ini tidak hanya menyediakan tempat untuk bekerja namun juga sebuah tempat untuk berkumpulnya komunitas dan perorang yang ingin berkolaborasi dan menambah jaringan relasi.
- Makerspace tidak berbeda jauh dengan coworking, namun

perbedaannya adalah pada makerspace terdapat mesin mesin khusus yang digunakan untuk memproduksi atau menghasilkan sebuah produk maupun karya. Sedangkan coworking biasanya hanya menyediakan peralatan untuk bekerja.

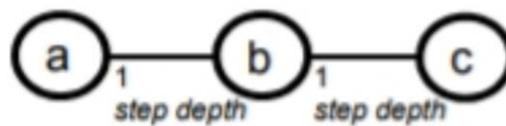
E. Tinjauan Umum Konsep Space Syntax

Secara sederhana, ruang dapat diartikan sebagai wadah aktivitas. Kompleksitas yang dimiliki lingkungan perkotaan dimulai dengan beragamnya aktivitas yang kemudian berdampak pada susunan ruang. Beragamnya aktivitas membutuhkan konfigurasi ruang yang efektif dan efisien yang ditentukan dari pembentukan struktur ruang. Sebagai bagian dari sebuah konfigurasi, ruang tidak hanya berbentuk node, tetapi juga path atau jalur yang umumnya bersifat publik. Node dan path ini menghubungkan lahan-lahan dan mengikat mereka dalam suatu sistem hubungan (linkage system).

Sejak dipublikasikannya buku berjudul *The Social Logic of Space* karya Ben Hillier dan Julienne Hanson (1984), penelitian mengenai konfigurasi ruang menemui titik terang. Buku ini berisi prinsip-prinsip penting mengenai konfigurasi ruang dan bagaimana membangun generalisasi pola hubungan yang disebut sebagai space syntax. Pengembangan dilakukan untuk membangun metode yang akurat dan valid dalam mengukur interaksi dalam dua skala, yaitu lokal dan global dengan menggabungkan visualisasi grafis dan statistik. Space syntax dengan ketiga dimensinya kemudian menjadi standar dalam penelitian mengenai konfigurasi ruang arsitektur dan perkotaan dibantu oleh perangkat lunak dalam beberapa platform.

Dalam buku ini juga disebutkan bahwa space syntax adalah prinsip konfigurasi ruang yang bagaimana membangun generalisasi pola suatu hubungan ruang. Konsep space syntax sendiri memiliki teknik analisis tiga dimensi yaitu mencakup connectivity, integrity (Posisi relatif ruang), intelligibility (Kejelasan ruang) dan konsep axial line (hillier et al:1987) Konsep jarak pada space syntax sendiri disebut kedalaman (depth) yang

diukur dalam langkah (step) yang disebut jarak topologis atau topological distance (hillier et al:1987). Jadi step depth disini dapat diartikan sebagai jarak antara dua buah ruang yang terhubung secara langsung. Pada gambar dibawah ini, jarak antara a-b mencakup 1 step depth begitu pula jarak ruang b-c dan untuk jarak ruang a-c memiliki nilai 2 step depth.



Gambar 2 3. Konsep step depth

Sumber: : Siregar Paarindungan2014

Penggunaan simulasi dengan Depthmap didapatkan dengan cara menganalisa layout berdasarkan susunan pola hubungan ruang yang, hasil ini akan ditampilkan berupa VGA yang di perlihatkan melalui persebaran gradasi warna sebagai parameter nilai dari analisa sebuah area (Pinelo dan Turner, 2010).



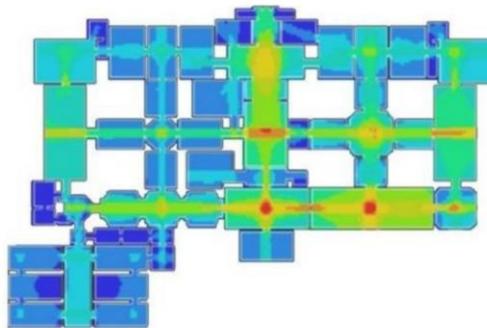
Gambar 2 4. Parameter nilai dalam software Depthmap v.10

Sumber : Joao Pinelo & Alasdair Turner, Introduction to UCL Depttmap x 10, 2010.

Dari gambar diatas dapat dilihat nilai terendah dalam penilaian menggunakan space syntax berwarna biru yang akan dilanjutkan hingga berwarna merah yang merupakan nilai tertinggi menurut Pinelo dan Turner,2010). Tiga teknik analisis dimensi:

1) Aspek Connectivity

Connectivity adalah salah satu aspek dalam simulasi space syntax, aspek ini adalah sebuah dimensi untuk mengukur local property atau informasi mengenai hubungan ruang dan keterkaitan antara satu ruang dengan ruang yang lain nya yang secara langsung diamati dari ruang pengamat. Aspek ini menghitung dengan jumlah ruang yang secara langsung terhubung dengan masing – masing ruang lain nya dalam sebuah konfigurasi ruang (Hiller et al: 1993 dan Hiller et al: 1987), dengan jumlah ruang yang terhubung akan dihitung dengan menggunakan konsep jarak yang disebut kedalaman atau depth, inti dari simulasi connectivity adalah untuk mengukur dan menemukan tingkat interaksi setiap ruang terhadap ruang – ruang lain nya, selain itu hasil dari connectivity berfungsi sebagai aspek perhitungan tertinggi dari space syntax (intelligibility) dengan cara mengkolerasikan nilai connectivity dengan nilai intergrity



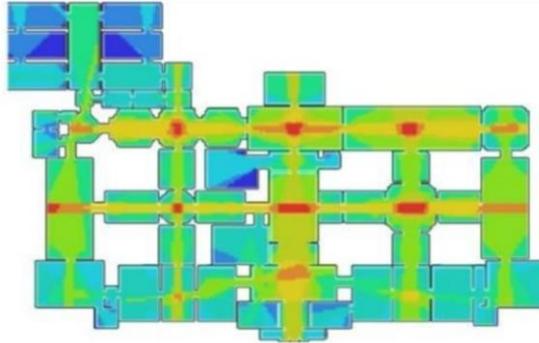
Gambar 2 5. Connectivity ruang dalam software Depthmap v.10

Sumber: Joao Pinelo & Alasdair Turner, Introduction to UCL Depttmap x 10, 2010.

2) Aspek Intergity

Simulasi intergrity dapat disimpulkan sebagai hipotesa atas kemudahan pengguna bangunan untuk mencapai satu ruang dengan ruang lain nya, sehingga dengan mengetahui informasi area mana yang mempunyai pencapaian rung yang mudah maka area tersebut termasuk juga dapat diketahui aktifitas pengguna ruang paling banyak

terjadi, hal ini merujuk pada teori natural movement (Hiller et al, 1993).



Gambar 2 6. Intergrity ruang dalam software Depthmap v.10

Sumber: Joao Pinelo & Alasdair Turner, Introduction to UCL Depttmap x 10, 2010.

3) Aspek Intelligibility

Intelligibility merupakan sebuah hipotesa akan suatu kemudahan pengguna ruang dalam memahami struktur ruang dalam sebuah konfigurasi ruang yang disimulasikan, nilai Intelligibility yang tinggi menunjukkan bahwa hubungan skala lokal mencerminkan sebuah kemudahan pengguna ruang dalam pencapaian dari satu ruang menuju ruang yang lain nya (Hiller et al, 1987), sebaliknya nilai Intelligibility yang rendah merujuk pada sebuah struktur ruang yang sulit dipahami oleh pengguna ruang dari keberadaan sebuah ruang secara parsial yang dapat membuat pengguna ruang menjadi kesulitan atau tidak mudah dalam mencapai sebuah konfigurasi ruang (Johanness, 2014).

4) Parameter Nilai dari Aspek Intelligibility

Pada pembahasan aspek Intelligibility sebelumnya didapatkan sebuah digram dimana diagram tersebut menunjukkan angka R^2 dimana angka ini mengartikan sebuah kemudahan pencapaian dan ke efektifan sebuah pengguna pada suatu konfigurasi ruang. Intelligibility diukur dengan mempergunakan analisa korelasi dari dua aspek dengan menunjukkan sebuah diagram dan keterangan nilai. Koefisien kolerasi

produk momen Person (R) menghasilkan nilai kolerasi berupa angka dalam rentang 0 (terendah) sampai 1 (tertinggi) dimana nilai 0 menunjukkan tidak ada kolerasi sama sekali dalam sebuah ruang atau tidak mudah dalam pencapaian, keterakitan ruang, dan interaksi, sedangkan nilai 1 mengartikan sebuah konfigurasi ruang yang sangat mudah di capai, mempunyai keterkaitan ruang dan interaksi yang sangat baik, poin regresi sederhana pada gambar diagram yang menunjukkan poin x dan y merupakan perwujudan dari simulasi Connectivity (x) dan Intergrity (y), (Hiller et al: 1987 dan Hiller et al: 2007). Sehingga dapat ditarik analisa dari pengertian nilai efektifitas keberhasilan dari suatu ruang sebagai berikut.

Tabel 2 1. Parameter keberhasilan pada perhitungan Intelligibility

<u>Parameter penilaian sebuah konfigurasi ruang dikatakan efektif</u>			
<u>Angka parameter (desimal)</u>	0-0.4	0.5-0.7	0.8-1.0
<u>Keterangan angka</u>	Buruk	Cukup	Baik

(Sumber: Johanness 2014)

Sehingga pada simulasi Intelligibility sebelumnya dimana R^2 yang didapat sebesar 0,937 mengartikan bahwa pada konfigurasi ruang tersebut sudah dikatakan baik dalam kemudahan pencapaian ruang, interaksi dan keterkaitan ruang.

F. Studi Banding

1. Pusat Pengembangan Industri Kreatif

a. Thailand Creative and Design Center

Bangunan ini memiliki luas bangunan sebesar 9.950 m² dan dibangun pada tahun 2017. Bangunan TCDC berada di area di belakang gedung pos besar Thailand yang memiliki sejarah. Keberadaan TCDC menjadi intervensi yang berdialog dengan bangunan lama. Tujuan dibangunnya creative & design center ini untuk menginspirasi pemikiran kreatif dalam masyarakat dan meningkatkan ekonomi kreatif negara. Bangunan ini memiliki perpustakaan desain, perpustakaan material, dan co-working space. Selain itu, ada juga ruang-ruang pelengkap seperti makerspace/ruang produksi, ruang pameran, dan ruang workshop.



Gambar 2 7. Thailand Creative and Design Center

Sumber: Google.com

Ruang-ruang dalam TCDC didesain untuk menciptakan interaksi dengan

setting seperti di dalam kafe atau co-working space. Ruang dibuat terbuka dan sirkulasi dirancang untuk membuat orang dapat terinspirasi dari aktivitas orang lain serta memungkinkan diskusi spontan. Pemilihan furnitur yang dapat dipindah dan disesuaikan ulang membuat suasana ruang menjadi fleksibel dan dapat mewadahi berbagai aktivitas kreatif.

b. Bandung Creative Hub

Bandung Creative Hub merupakan pusat kreatif pertama di Indonesia, dan kedua di Asia Tenggara. Sebelumnya sudah ada Thailand yang memiliki Creative Hub bernama Thailand Creative & Design Center (TCDC).



Gambar 2 8. Bandung Creative Hub

Sumber: Google.com

Konstruksi lebih rumit bangunan lebih tidak biasa, isinya tidak biasa. Belum ada di Indonesia. Bentuknya poligon, segi banyak, Fasilitas di Bandung Creative Hub :

- a. Studio inovasi (3D printer, laser cutting, textile printer dll)

- b. Studio fashion, studio ICT, studio foto/TV, studio musik, studio keramik
- c. Design museum
- d. Toko Desain
- e. Design/art library
- f. Art gallery
- g. Design studio
- h. Bioskop untuk film eksperimental
- i. Classroom
- j. Cafe/resto
- k. Co-working space
- l. Tempat hang out/study 24 jam

Bangunan dengan arsitektur unik. Bangunan tersebut memiliki arsitektur yang menarik. Desain bangunannya berbentuk poligon (segi banyak) dan menarik perhatian bagi pengendara yang lewat di jalan lokasi berdirinya gedung tersebut. Ornamen warna terang menghiasi gedung tersebut, bahkan sekilas mirip aneka permen warna-warni. Setelah Proyek Bangunan Bandung Creative Hub selesai, diharapkan standar pembangunan gedung di Kota Bandung akan mengacu kepada standar yang diterapkan pada bangunan Bandung Creative Hub ini.

Gedung yang dibangun Pemerintah Kota Bandung tersebut menjadi pusat aktivitas kreatif warga. Untuk isinya, gedung tersebut menghadirkan design store, perpustakaan, co-working space, museum desain, bioskop, studio musik, ruang pameran keramik, ICT/Games, studio seni rupa, studio fashion, cafe dan resto, ruang workshop seni, innovation room (3D printer, laser cutting), dan lain-lain.

Sementara untuk teknis pengisi dan pengelola akan ada pemilahan untuk sejumlah aktivitas kreatif, serta alat pendukungnya. Dengan berdirinya pusat kreatif ini, diharapkan bisa menjadi wadah bagi

kalangan kreatif sehingga masyarakat tahu bahwa Kota Bandung memiliki tempat dan diisi oleh orang-orang kreatif.

c. Bogor Creative Hub



Gambar 2 9. Perencanaan Bogor Creative Hub

Sumber: *archdaily*

Bogor Creative Hub ini bertujuan sebagai ruang kolektif kegiatan yang bertindak sebagai platform terbuka untuk pertukaran, spontan, latihan informal dan ruang inspirasi. Bogor Creative Hub berdiri di atas lahan seluas 1,3 hektar. Lokasinya dekat dengan Kebun Raya Bogor dan Istana Kepresidenan Indonesia.

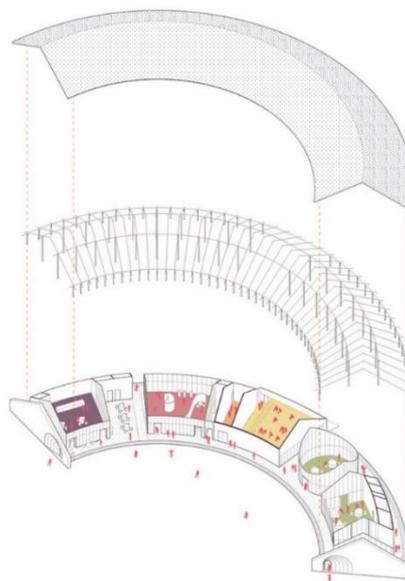


Gambar 2 10. Koridor Bangunan Utama

Sumber: *archdaily*

Sementara itu, di sebelah Bogor Creative Hub terdapat bangunan bersejarah berusia 200 tahun yang telah dibangun pada masa kolonial Belanda. Karenanya, Bogor Creative Hub dibangun secara hati-hati tanpa merusak cagar budaya yang ada di sekelilingnya. Desain Bogor Creative Hub tidak sepenuhnya berupa bangunan, melainkan juga menghadirkan ruang terbuka hijau yang cukup luas. Ruang terbuka hijau ini dapat dimanfaatkan untuk beragam aktivitas, mulai dari tempat untuk bersantai hingga melakukan beragam kegiatan formal dan non-formal lainnya.

Creative hub dirancang sebagai satu bangunan, dengan aksesibilitas berpori dari segala arah, menghubungkan semua ruang terbuka di kompleks dengan lancar untuk aktivitas terbuka bahkan hingga meluas ke area taman. Selain itu, desain Creative Hub dibangun berbentuk C disusun dengan menghadap pohon-pohon besar yang ada di sekelilingnya dan juga bangunan tua bersejarah yang ada di hadapannya.



Gambar 2 11. Roof Diagram

Sumber: *archdaily*

Bogor Creative Hub memiliki sejumlah ruang fungsional, seperti auditorium, ruang kelas dan bahkan galeri. Lokasinya menempati geometri yang berbeda di bawah atap melengkung tunggal yang mencerminkan ekspresi dominan desain tropis. Selanjutnya setiap ruang bangunan dikelilingi oleh teras terbuka yang memperbesar ruang sebagai ruang komunal dan aksesibilitas. Sensasi ruang terbuka dan tertutup terus menerus melalui teras, menyediakan lingkungan yang inklusif antara pendidikan, rekreasi dan pertunjukan luar ruangan. Bangunan berbentuk C menghadap langsung ke bangunan bersejarah bekas peninggalan kolonial Belanda.

G. Analisis Studi Banding

Tabel 2 2. Analisis Studi Banding

No.	Nama	Luas Lantai	Bentuk gaya	Fasilitas	Analisa Studi
1	Thailand Creative and Design Center	9.950 m2	Arsitektur modern	Utama : <ul style="list-style-type: none">- perpustakaan desain,- perpustakaan material,- ruang kerja bersama. Penunjang : <ul style="list-style-type: none">- ruang produksi/makespace,- ruang pameran.- Workshop- kafe	Memadukan konsep edukasi dan digital dengan tujuan untuk menginspirasi pemikiran kreatif dalam masyarakat dan meningkatkan ekonomi kreatif Negara.

2	Bandung Creative Hub	Terdiri dari 6 lantai, luasan basement 10.000m ²	BCH dari berbagai unsur estetika visual mencerminkan identitas Kota Bandung dengan bentuk dan elemen bangunan yang kontras.	<p>Utama :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rg. Kelas - Studio musik - Workshop - Co-working space <p>Penunjang :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bioskop - auditorium - cafe 	wadah untuk mengembangkan kreativitas, edukasi, dan laboratorium untuk berbagai sektor industri kreatif. Bangunan ini menyediakan sarana dan fasilitas lengkap agar anak-anak muda Bandung semakin semangat untuk berkreasi.
3	Bogor Creative Hub	1,3 hektar	Ekspresi dominan desain tropis	<p>Utama :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rg. Pameran - Rg. Kelas - Galeri - Auditorium - Teras - Open Space 	Bogor Creative Hub bertujuan sebagai ruang kolektif kegiatan yang bertindak sebagai platform terbuka untuk pertukaran, spontan, latihan informal dan ruang inspirasi.

Kesimpulan Studi Literatur

- Kegiatan yang ditampung pada bangunan yang mengkhususkan pengembangan industri kreatif memilih jenis kegiatan berdasarkan potensi lokal daerah masing-masing.
- Luasan bangunan beragam tergantung pada jenis kegiatan yang ditampung.
- Selalu tersedia ruangan kegiatan seperti workshop dan juga penunjang seperti perpustakaan dan ruang seminar.
- Bangunan untuk industri kreatif dibangun seunik mungkin sehingga berintegrasi dengan fungsi dasar bangunan sebagai pusat kegiatan kreatif