

BAB II

TINJAUAN OBJEK PERANCANGAN

2.1 Tinjauan Umum Perancangan

Tinjauan umum obyek rancangan berisi tentang hal – hal yang bersifat umum, dalam hal ini bisa menjelaskan tentang pengertian judul obyek yang diambil dari beberapa studi kasus dan literatur. Selain itu, juga menganalisa studi kasus objek yang memiliki kemiripan dengan objek rancangan agar dapat menjadi acuan dalam proses perancangan.

2.1.1 Pengertian Judul

Dari judul yang diajukan dalam perancangan tugas akhir ini, yaitu “Sidoarjo *Creativepreneur Center* dengan pendekatan *Biophilic Design*” dapat diuraikan sebagai berikut :

- **Sidoarjo**

Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten ke 3 dari aspek UMK di Jawa Timur, sehingga kota Sidoarjo merupakan Kawasan yang sangat strategis dan merupakan Kawasan yang berkembang secara ekonomi dengan jumlah penduduk yang tinggi. Menimbang dari geliat pertumbuhan industri kreatif tidak stabil di Kabupaten Sidoarjo, maka sudah selayaknya para pelaku industri kreatif mendapatkan sarana dan prasarana yang layak untuk berkreasi serta menawarkan berbagai kreasinya. Dan dengan adanya dukungan Bupati Sidoarjo untuk keterbukaannya berinvestasi maka kebutuhan kantor juga akan semakin meningkat, (BPS Kota Sidoarjo 2020).

- ***Creativepreneur Center***

Creativepreneur menurut pakar marketing Llise Benun (2011) adalah seseorang yang memulai atau menjual bisnisnya menggunakan ide kreatif. Ada yang menyebutkan, *creativepreneur* sebagai bisnis berbasis kreativitas. *Creativepreneur* basisnya adalah kreatif. Sehingga di era Milenial, *creativepreneur* berkembang dengan amat pesat tanpa batas karena tidak lagi berbabis pada aturan ekonomi

bisnis masa lalu. Persaingan saat ini memiliki dua pilihan yaitu kreatif untuk bertahan atau tidak berkreasi. Untuk itulah diperlukan ide dan inovasi untuk terus dapat mengembangkan usaha dan membangun jaringan bisnis. Dengan era disrupsi Revolusi Industri 4.0 sekarang ini terlebih dengan adanya pandemi Covid-19 menjadi *Creativepreneur* tidaklah mudah. Ruang gerak menjadi terbatas, perubahan perilaku konsumen yang drastis hingga tekanan ekonomi.

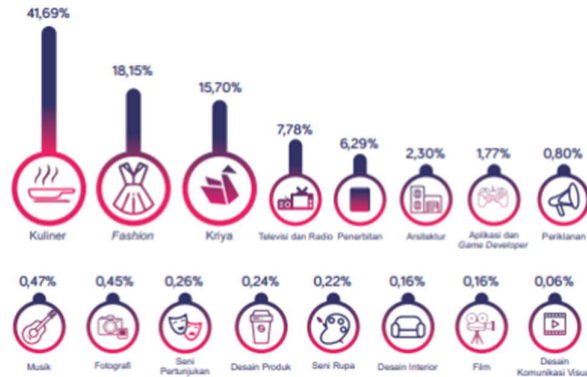
- ***Biophilic Design***

Secara Teritis *Biophilia* pertama kali ditemukan oleh seorang psikolog bernama *Enrich Fromm* pada tahun 1964. Menurut bahasa Yunani arti kata *biophilia* berasal dari 2 suku kata yaitu *bio* ($\beta\acute{\iota}\omicron\varsigma$) yang berarti hidup, dan *philia* ($\phi\acute{\iota}\lambda\acute{\iota}\alpha$) yang berarti cinta. Istilah *Biophilia* ini mulai dipopulerkan oleh pemenang *Pulizer Price*, seorang pakar biologi *universitas Harvard* yang bernama *Edward O. Wilson* di tahun 1984, yang menjelaskan *Biophilia* sebagai suatu dorongan yang dimiliki oleh manusia untuk berafiliasi dengan bentuk-bentuk kehidupan (“mencintai kehidupan”). Pengaplikasian *biophilia* pada desain adalah topik dari sebuah konferensi tahun 2004 dan dikeluarkan buku mengenai desain *biophilia* (*Eds., Kellert, Heerwagen & Mador, 2008*) di mana *Stephen R. Kellert* mengidentifikasi lebih dari 70 mekanisme yang berbeda untuk melahirkan sebuah desain biophilic, dan penulis yang juga berkontribusi adalah *William Browning* dan *Jenifer Seal-Cramer* dan mereka merangkum desain biophilic ini ke dalam 3 kategori yaitu: Alam dalam ruang, Analogi Alami, dan Sifat alami suatu ruang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **“Sidoarjo *Creativepreneur Center Dengan Pendekatan Biophilic Design*”** merupakan Pusat perancangan yang melayani fasilitas 4 sub-sektor industri kreatif unggulan di kota Sidoarjo, yaitu desain produk, desain grafis dan film, animasi dan video, dan seni rupa. Serta menampung subsektor industri kreatif yaitu fasilitas *co-working space*, kafeteria dan perpustakaan. Serta menciptakan bangunan yang mempunyai karakteristik dan ruangan bernuansa alami sehingga dapat diselesaikan dengan pendekatan *Biophilic Design*.

2.1.2 Studi Literatur

1. Kajian Industri Kreatif



Gambar 2.1 1. Persentase Sub Sektor Industri Kreatif

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), 2017

Menurut Departemen Perdagangan RI (2009), didefinisikan 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 individu. Berdasarkan pemetaan dari BEKRAF terdapat 16 subsektor.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia menetapkan bahwa di Indonesia terdapat 14 subsektor industri kreatif yang meliputi periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; desain fesyen; video, film dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan computer dan piranti lunak; televisi dan radio; riset dan pengembangan; serta kuliner.



Gambar 2.1 2. Klasifikasi Industri Kreatif di Indonesia
 Sumber : Departemen Perdagangan RI Tahun 2008

Berikut akan dijelaskan klasifikasi subsektor industri kreatif menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008 : 4 – 6), sebagai berikut:

1. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang produksi material iklan, promosi, kampanye relasi public, tampilan iklan di media cetak dan elektronik.

2. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain.

3. Pasar seni dan barang antik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.

4. Kerajinan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga,

aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur dan besi.

5. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.

6. Desain Fashion

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

7. Video, film dan fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.

8. Permainan interaktif

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi permainan computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

9. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukkan musik, penyanyi, dan komposisi musik.

10. Seni pertunjukkan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukkan, pertunjukkan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.

12. Layanan computer dan piranti lunak

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.

13. Televisi dan radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.

14. Riset dan Pengembangan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

2. Kajian *Creativepreneur Center*

Creativepreneur menurut pakar marketing Llise Benun (2011) adalah seseorang yang memulai atau menjual bisnisnya menggunakan ide kreatif. Ada yang menyebutkan, *creativepreneur* sebagai bisnis berbasis kreativitas. *Creativepreneur* basisnya adalah kreatif. Sehingga di era Milenial, *creativepreneur* berkembang dengan amat pesat tanpa batas karena tidak lagi berbabis pada aturan ekonomi bisnis masa lalu. Persaingan saat ini memiliki dua pilihan yaitu kreatif untuk bertahan atau tidak berkreasi. Untuk itulah diperlukan ide dan inovasi untuk terus dapat mengembangkan usaha dan membangun jaringan bisnis. Dengan era disrupsi Revolusi Industri 4.0 sekarang ini terlebih dengan adanya pandemi Covid-19 menjadi *Creativepreneur* tidaklah mudah. Ruang gerak menjadi terbatas, perubahan perilaku konsumen yang drastis hingga tekanan ekonomi.

Pengertian kreatif menurut Coleman dan Hamman adalah berpikir yang menghasilkan metode baru, konsep baru, pengertian baru, perencanaan baru, dan seni baru. Rawlinston menjelaskan, bahwa berpikir kreatif dinamakan berpikir divergen atau lateral, yaitu menghubungkan ide atau hal-hal yang sebelumnya tidak berhubungan. Untuk dapat berpikir kreatif dengan baik, diperlukan keberanian dan keyakinan pada diri sendiri.

Sedangkan pengertian *entrepreneur* atau wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan koordinasi, organisasi dan pengawasan. Wirausaha memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan dan membuat keputusan-keputusan tentang lingkungan usaha, mengelola sejumlah modal dan menghadapi ketidakpastian untuk meraih keuntungan (Say, 1996). Wirausaha dari segi etimologi berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu. Sedangkan kewirausahaan adalah suatu hal yang berhubungan dengan keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan yang bersifat bisnis atau yang bukan bisnis (non bisnis) secara mandiri.

Menurut Vincent (2015), suatu *Youth Creative Center* dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan kepelayanan dan kepemilikannya
 - a. Pusat Kreatif Swasta, berfungsi untuk perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan aset kreatif industri swasta.
 - b. Pusat Kreatif Pendidikan, berfungsi untuk pendidikan akademik yang diarahkan terutama pada penguasaan pelajaran industri kreatif.
2. Berdasarkan jenis pendidikan kreativitas yang terwadahi
 - a. Umum, mewadahi berbagai fasilitas kegiatan pendidikan industri kreatif.
 - b. Khusus, memfasilitasi satu atau beberapa cabang pendidikan industri kreatif.

3. Berdasarkan usia pengguna
 - a. Pusat Kreatif Anak
 - b. Pusat Kreatif Remaja
 - c. Pusat Kreatif untuk pengunjung

- **Ruang Lingkup**

Pendidikan Industri Kreatif sudah mengalami revolusi digital dan globalisasi yang besar dan terbagi menjadi tiga mayor sub-sektor yakni *Arts and Culture* , *Design dan Media and Communication*

1. *Art and Culture*, adalah mewujudkan pemikiran kreatif dan kritik, yang meliputi analisis budaya visual kontemporer bersama bentuk-bentuk seni, yaitu seni rupa, sastra, musik, teater, film, tari dan lain-lainya.
2. *Design*, adalah sebuah rencana atau gambar yang menunjukkan tampilan dan fungsi atau kerja bangunan, pakaian, atau benda lain sebelum dibuat.
3. *Media and Communications*, adalah penyampain pesan dengan menggunakan alat (media), termasuk media cetak dan video dan lain-lain, dengan maksud memberikan dampak terhadap penerima (komunikan) agar sesuai yang diinginkan oleh komunikator

Art & Culture	Design	Media & Communication
<i>Perfoming Art</i>	<i>Architecture</i>	<i>Advertising</i>
<i>Technical Theatre</i>	<i>Design</i>	<i>Film, Video, Photography</i>
<i>Visual Art</i>	<i>Fashion</i>	<i>Digital Media & Software</i>
<i>Music</i>	<i>Craft & Product</i>	<i>Broadcast</i>

Tabel 2.1. 1. Pendidikan Industri Kreatif
 Sumber: *Workforce Development Agency*, 2015.

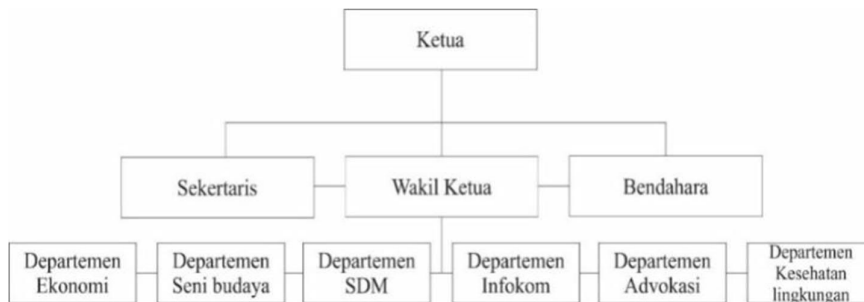
- **Fungsi dan Tipologi Bangunan**

Youth Creative Center adalah tempat yang menyediakan atmosfer untuk anak – anak dan remaja belajar dan mendalami ilmu industri kreatif bersama. Untuk klasifikasi bangunan, *Youth Creative Center* masuk dalam tipologi bangunan gedung pendidikan, sekolah informal, museum, pameran dan hiburan yang

mempunyai fasilitas untuk kegiatan belajar industri kreatif seperti pentas seni, teknis teater, seni rupa, musik, desain dan arsitektur, kerajinan, tata busana, periklanan, digital media dan software, film, video dan fotografi dan broadcast serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti kafetaria, taman bermain, toko buku dan tempat pertunjukan auditorium, galeri, dan museum (Evan, 2001).

- **Struktur Organisasi**

Berikut di bawah ini merupakan contoh struktur organisasi yang ada di *Home Creative Center* di Lhokseumawe yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1 3. Struktur Organisasi Creative Center
 Sumber: *Home Creative Center Lhokseumawe*, 2015.

- **Ketentuan Perancangan**

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merancang *Youth Creative Center* (Vincent, 2015) antara lain:

- Pada umumnya, departemen belajar industri kreatif terletak pada tempat yang ramai. Bisa terletak di dekat ruang kafeteria dan olahraga namun harus mempunyai fasilitas jalan untuk peralatan dan perlengkapan kegiatan.
- Mempunyai area belajar di ruangan yang terbuka dan akses ke fasilitas kamar mandi dan loker.
- Semua mesin dan peralatan belajar harus di atur secara urut sehingga proses dan kebutuhan bisa terjaln dengan efisien.
- Sebuah “*resource center*”, pusat pengetahuan dengan menyatukan perpustakaan dan pusat komputer.

- e. Kabel Listrik, data dan air dimasukkan turun lewat langit-langit sehingga konfigurasi ruangan lebih luas.
- f. Aksesibilitas, pengurangan kebisingan, kebutuhan peralatan khusus.
- g. Material dan bahan penyerapan suara yang bisa digunakan adalah *acoustic-absorbent blocks*, untuk plafon adalah *room decking* dan *high wall surfaces*.

4. Kajian sektor Kuliner

Kuliner merupakan hal yang berhubungan langsung dengan dapur atau masakan. (Kamus Bahasa Indonesia, 1990). Seni Kuliner adalah seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman yang memiliki ciri khas yang spesifik dari hidangan tradisional di seluruh pelosok Nusantara (Fadiati dalam Ariani, 1994).

Wolf dalam Suriani (2009:13) memberikan beberapa contoh dari aktifitas yang memenuhi persyaratan sebagai objek dan daya tarik kuliner, yaitu :

- Kelas memasak maupun semiloka dari suatu produk makanan, baik di daerah perkotaan maupaun perdesaan.
- Ruang mencicipi anggur yang menarik, misalnya di dalam gudang tua.
- Sebuah restoran di perdesaan yang membuat makanan terbaik sehingga orang-orang rela mengemudi lebih dari 3 jam untuk mencapainya.
- Bir yang begitu unik; orang-orang melakukan “ziarah” ke daerah pembuatan bir tersebut setidaknya-tidaknya sekali seumur hidup.

- Bentuk-bentuk kuliner dan perkembangannya

- a. *Foodcourt*

Secara umum *foodcourt* merupakan tempat untuk menikmati makanan dan minuman, sambil berbincang-bincang dengan teman, pasangan, dan keluarga (Nur Lailatul Mufidah, 2012). Menurut Nur Lailatul Mufidah (2012), Dengan segala kemudahan fasilitas yang ada, kini mall hadir dengan kemunculan tempat-tempat makan, seperti restoran,

foodcourt yang dapat mengisi kebutuhan konsumen khususnya keluarga mengenai makan, apalagi yang ingin memanjakan anaknya.

b. Warung-warung Pedagang Kaki Lima (PKL)

1) Pengertian Pedagang Kaki Lima (PKL)

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah sekelompok orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual di atas trotoar atau di tepi/ di pinggir jalan, disekitar pusat perbelanjaan/pertokoan, pasar, pusat rekreasi/hiburan, pusat perkantoran dan pusat pendidikan, baik secara menetap atau setengah menetap, berstatus tidak resmi atau setengah resmi dan dilakukan baik pagi, siang, sore maupun malam hari Soedjana (1981). Menurut McGee dan Yeung (1977:25), PKL mempunyai pengertian yang sama dengan “hawker”, yang didefinisikan sebagai orang-orang yang menjajakan barang dan jasa untuk dijual di tempat yang merupakan ruang kepentingan umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar.

2) Karakteristik Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan penelitian Kartini Kartono, dkk (dalam A. Widodo, 2000:2009) ditemukan 21 karakteristik pedagang kaki lima. Karakteristik tersebut adalah :

- Kelompok pedagang yang kadang-kadang sebagai produsen, yaitu pedagang makanan dan minuman yang memasaknya sendiri.
- Pedagang kaki lima memberikan konotasi bahwa mereka umumnya menjajakan barang dagangannya pada gelaran tikar di pinggir jalan dan didepan toko yang dianggap strategis, juga pedagang yang menggunakan meja, kereta dorong dan kios kecil;
- Pedagang kaki lima pada umumnya menjual barang secara eceran;
- Pedagang kaki lima umumnya bermodal kecil, bahkan sering dimanfaatkan pemilik modal dengan memberikan komisi sebagai jerih payah;

Kuliner di Sidoarjo sudah terkenal di kalangan masyarakat. Kuliner tersebut merupakan hasil dari produksi tambak di Sidoarjo yang telah diolah menjadi makanan, beberapa diantaranya yaitu :

- 1.Sentra Industri Ikan Asin desa Gisik, Cemandi, kecamatan Sedati
- 2.Kerupuk Ikan desa Kedung Rejo kecamatan Jabon
- 3.Kerupuk Kupang, Petis Kupang, dan Kupang desa Balongdowo kecamatan Candi
- 4.Ikan Bandeng desa Penatar Sewu dan desa Kalanganyar kecamatan Sedati
- 5.Kerupuk desa Jati Kalang kecamatan Prambon dan desa Telasih kecamatan Tulangan
- 6.Udang Windu desa Kedungpeluk kecamatan Candi, desa
- 7.Kedung Pandan kecamatan Jabon, dan desa Kalanganyar kecamatan Sedati
- 8.Tahu, Tahu & Susu desa Tropodo kecamatan Krian
- 9.Tempe desa Sepande kecamatan Candi dan desa Kedung Cangkring kecamatan Jabon
10. Jamur Merang desa Kedungrawan kecamatan Krembung
11. Pengrajin Mente desa Kedungsugo kecamatan Prambon
12. Jamu Tradisional desa Kedung Bendo kecamatan Tanggulangin

c. Kajian Sektor Fesyen

Mode atau fesyen (bahasa Inggris: *fashion*) adalah sebuah ekspresi estetika yang populer pada waktu, masa, tempat tertentu dan dalam konteks tertentu, terutama pada pakaian, alas kaki, gaya hidup, aksesoris, riasan wajah, gaya rambut, dan proporsi tubuh. Sementara tren sendiri sering berkonotasi sebagai sebuah ekspresi estetika yang aneh dan sering berlangsung lebih pendek dari musim, mode juga merupakan sebuah ekspresi khas dan didukung oleh industri yang secara tradisional terkait dengan musim mode dan koleksi. Gaya merupakan sebuah ekspresi yang berlangsung selama banyak musim dan sering juga dihubungkan dengan gerakan budaya dan penanda sosial, lambang, kelas, dan budaya (mis. Barok, Rococo, dll).

Sentra usaha sub sektor fashion unggulan menurut data dari dinas komunikasi dan informatika di sidoarjo, antara lain :

1. Kampung Batik Jetis
2. Kampung Batik Skardangan
3. Kampung Batik Kenongo.

Tabel 2.1. 2. Tabel Karakteristik Ruang Fesyen

Nama Ruangan	Karakteristik Ruang
Ruang Menjahit	a. Penerangan diarea sirkulasi lebih gelap dari area berdandan
Ruang Ganti	b. Area yang lebar untuk memakai pakaian
Fashion Techlab	c. Dekat dengan ruang kamar mandi.
Room	d. Ruang membutuhkan penghawaan yang bagus untuk
Gudang	mengurangi panas dari mesin dan kepadatan manusia.
	e. Siswa, pengajar dan staf akan membutuhkan tempat untuk
	mengantri dan mengoperasikan mesin.
	f. Membutuhkan ventilasi dan pencahayaan yang cukup

Sumber : Vincent, 2015

d. Kajian Sektor Seni Rupa

Seni berasal dari bahasa Sansekerta, san yang berarti penyembahan dalam upacara keagamaan untuk dewa – dewi dengan mempersembahkan sesuatu sebagai sarana pemujaan dalam Hinduisme. San ini dapat berwujud tari, nyanyi, dan sesaji. Seni merupakan hasil visualisasi pengalaman batin yang disajikan dengan indah dan menarik, untuk melengkapi dan menyempurnakan derajat kemanusiaan yang sifatnya spiritual. Seni rupa adalah salah satu cabang seni yang mengekspresikan pengalaman artistik manusia lewat obyek dua dimensi atau tiga dimensi, yang memakan tempat dan tahan waktu.

- **Fungsi Karya Seni Rupa**

Berdasarkan buku Tinjauan Seni Rupa I, terdapat fungsi karya seni rupa yaitu :

a. Seni Rupa Murni

Disebut pula dengan istilah *fine art*. Adalah karya seni yang diciptakan hanya untuk kepuasan batin penciptanya dan tidak mementingkan nilai praktis. Di sini pelukis atau seniman berkarya hanya untuk menemukan nilai keindahan. Pembuatan karya seni semacam ini sering dinyatakan dengan wujud ekspresi seperti *Herbert Read, " Art is Expression "*. Yang termasuk dalam bidang ini adalah seni patung, seni lukis, kaligrafi dan lain-lain.

b. Seni Terapan

Disebut pula dengan istilah seni pakai. Seni pakai adalah seni yang diterapkan pada penciptaan bentuk benda yang dipakai masyarakat sehari-hari. Karya seni ini memiliki tujuan memenuhi kebutuhan sehari-hari secara material. Seni pakai merupakan bagian dari kebutuhan manusia dan selalu mempertimbangkan keadaan pasar dan estetika. Misalnya seni kerajinan, keramik, reklame, dekorasi dan lain-lain.

Berikut daftar komunitas sub sektor seni rupa unggulan di Sidoarjo :

- 1) **Sanggar (Padepokan Seni Lukis Indonesia) Tanah Jawa**, dimotori oleh pelukis Setyoko, yang tinggal di kawasan perumahan Makarya Binangun, Kec. Waru. Kelompok ini beberapa kali menggelar pameran bersama, diantara yang terlibat antara lain Hardono, Joko Lelono, Misgei, Djagad, dan juga perupa dari Surabaya, seperti Nana Tommy dan Nunung Bahtiar.
- 2) **Padepokan Akar Rumput**. Didirikan dan dimotori oleh M. Thalib Prasajo (alm), sebetulnya dimaksudkan sebagai sanggar seni rupa, khususnya seni rupa terapan. Dalam prakteknya banyak perupa muda yang menggabungkan diri dan pernah menggelar pameran bersama di pendopo Delta Krida Budaya, Galeri Surabaya, maupun di sanggarnya sendiri, di kawasan perumahan Magersari Permai.
- 3) **Sanggar Sungging Salaka**, Porong, depan Pusdik Brimob. Membuka galeri seni rupa, beberapa kali pameran dan latihan bersama. Selain itu juga aktif di bidang teater.
- 4) **Kelompok 10** Pernah aktif tahun 1984-1999, digerakkan oleh 10 perupa alumni Unesa (IKIP Negeri Surabaya), yaitu: Gatot Kinranggono, Lutvia Wahab,

Bambang Tri ES, Sasono Murtiaji, Sugeng Sanyoto, Taufik Rhuman, Sigid W, Aisul Yanto, Bagas KP dan Koko Radjasa. *Aktivitas: Pameran keliling Jatim.*
 Studio: Jalan Gelora 4 Sidoarjo

- 5) **Sanggar Bumi Jenggolo.** Didirikan oleh Tarmuji Sofian, Hardono dkk, namun sudah tidak aktif lagi.

Tabel 2.1 1. Karakteristik ruang Seni rupa

Nama Ruangan	Karakteristik Ruang
Studio Menggambar	a. Ruang seni harus memiliki setidaknya 5.1 m ² luas ruang kerja untuk setiap murid.
Ruang Melukis	b. Membutuhkan tempat penyimpanan barang yang strategis sehingga mampu mengakomodasi setiap teknik pekerjaan dan kebutuhan
Galeri Gudang	c. Area basah harus memakai lantai granit, memiliki saluran air dan tempat tungku pembakaran dan penjemuran.

Sumber : Vincent, 2015

e. Kajian Sektor Desain Produk

Menurut Imam Djati Widodo dalam Siadari (2018) Desain produk adalah suatu pendekatan yang sistematis untuk mengintegrasikan perencanaan produk dan proses yang berpengaruh dengannya, termasuk manufaktur dan pendukung. Menurut Suharno dan Yudi Sutarso dalam Siadari (2018) Desain produk adalah karakteristik produk yang mengakibatkan produk mudah menarik, kuat, mudah dibawa, disimpan dan sebagainya. Dari pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari desain produk adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan produk baru dan memiliki berbagai karakteristik yang mendukung produk seperti menarik, kuat, memiliki ciri khas tertentu sehingga membuat konsumen merasa tertarik terhadap produk tersebut.

Pada dasarnya perusahaan mempunyai keinginan untuk mampu mendesain suatu produk yang baik, desain produk yang dilakukan dapat berupa desain produk atau jasa, ataupun gagasan yang harus memperhatikan beberapa faktor antara lain

legalitas, lingkungan, masalah etika, dan langkah langkah kegiatan penerapannya. Desain produk sangat erat kaitannya dengan strategi perusahaan. Faktor utama dalam strategi perusahaan yang harus diperhatikan adalah biaya, kualitas, waktu masuk pasar, kepuasan pelanggan dan keunggulan bersaing, Menurut Sofyan Assauri (2016:98) berikut ini adalah macam – macam desain produk yaitu:

- **Desain Produk Berupa Barang**

Pengembangan desain atau redesain dari suatu produk, haruslah dilakukan dengan dasar : apa alasan untuk dilakukannya dan apa tujuannya. Alasan dilakukannya desain atau desain produk adalah untuk dapat dicapainya keberhasilan dan kemakmuran suatu organisasi perusahaan. Untuk itu, perlu diperhatikan berbagai kegiatan dan tanggung jawab yang mencakup atau mempengaruhi bidang – bidang fungsional yang terkait dalam organisasi terutama pemasaran dan operasi produksi. Kegiatan dan tanggung jawab itu adalah

1. Menerjemahkan keinginan dan kebutuhan pelanggan ke dalam produk yang akan dibuat, baik dalam operasi produksi maupun pemasarannya.
2. Merumuskan kembali produk yang sekarang dalam pemasarannya dan menjaring produk yang ada di pasar.
3. Mengembangkan produk baru, baik dalam operasi produksi maupun dalam pemasaran.
4. Memformulasikan sasaran dan desain atau redesain produk dalam mutu atau kualitas dengan kaitannya untuk pemasaran dan operasi produksi.
5. Memformulasikan sasaran biaya, yang berkaitan dengan operasi produksi, keuangan dan akuntansi.
6. Membangun dan menguji prototipe, yang terkait dengan operasi produk pemasaran dan teknik.

- **Desain Produk Berupa Jasa**

Umumnya desain yang selalu dibahas adalah desain berupa produk yang berbentuk barang, di zaman sekarang ini dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, industri jasa semakin berkembang, contoh dari industri jasa seperti

perbankan, perhotelan, asuransi dan lainnya, maka produk jasa dapat digolongkan sebagai berikut :

1. *Personel Service* yaitu berupa jasa pembantu rumah tangga, jasa sopir, dan jasa tukang cukur.
2. *Profesional Service* yaitu berupa jasa pengobatan, hukum, akuntan, konsultan manajemen, pendidikan, dan arsitek.
3. *Capital intensive service* yaitu berupa *air travel, hospital*, angkutan darat, angkutan laut dan perbankan
4. *Mass service berupa retailing, wholesale dan fast food*

Selain itu jasa juga dapat dibedakan :

- a. Jasa yang diberikan dengan dasar peralatan seperti pencucian mobil otomatis, dan jasa dengan dasar peran manusia, seperti jasa akuntansi.
- b. Jasa dengan kehadiran klien, seperti dokter bedah dan salon dan jasa yang tidak memerlukan kehadiran klien seperti service mobil.
- c. Jasa kebutuhan pribadi yaitu dokter, dan jasa kebutuhan bisnis, atau *business service* yaitu pengelola gedung.

- **Ruang Lingkup**

Ruang lingkup yang digeluti oleh desain produk sangatlah luas, mulai dari kriya, alat peraga, alat transportasi, hingga ke perlengkapan rumah tangga. Jika dikelompokkan secara umum, maka ruang lingkup Desain Produk dapat dibagi menjadi 3, yaitu :

1. **Desain Produk Industri**

- a) Desain produk peralatan
 - Alat rumah tangga & perkantoran
 - Mebel
 - Komponen arsitektur
 - Alat kedokteran
 - Alat olahraga

- Alat Pendidikan
 - Mainan
 - Alat pertukangan
 - Tekstil industri
- b) Desain perkakas lingkungan
- Desain perangkat kota
 - System hunian lepas pasang
 - Penunjang sarana umum
 - Desain panggung
 - Perangkat penunjang pertamanan
- c) Desain alat transportasi
- Desain alat transportasi darat, laut, dan udara
 - Alat transportasi Amphibie
 - Desain interior alat transportasi
- d) Desain produk kerajinan (Kriya)
- Kriya logam (emas, perak, perunggu, dll)
 - Kriya bahan alam (bamboo, rotan kayu, tanah liat)
 - Kriya bahan tekstil

2. Design Grafis

Desain grafis merupakan proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Bidang ini melibatkan proses komunikasi visual dan desain komunikasi. Desainer grafis membuat dan mengkombinasikan simbol, gambar, dan teks untuk membentuk representasi gagasan dan pesan secara visual. Desainer grafis menggunakan teknik tipografi, seni rupa, dan tata letak halaman untuk membuat komposisi visual. Penggunaan umum dari desain grafis adalah seperti desain perusahaan (logo dan merek), desain editorial (majalah, surat

kabar, dan buku), desain lingkungan, periklanan, desain web, desain komunikasi, dan kemasan produk.

- **Fungsi Desain Grafis**

Desain grafis identik dengan hal-hal terkait periklanan dan promosi sebuah produk. Namun pada dasarnya bidang seni yang satu ini memiliki dua fungsi utama, di mana promosi merupakan bagian darinya. Berikut ulasan lebih lengkap mengenai fungsi desain grafis.

1. Fungsi Identifikasi

Identifikasi merupakan proses pengenalan terhadap sesuatu. Desain grafis dapat menjadi sebuah metode untuk menetapkan identitas dan membenamkan ingatan kepada khalayak akan identitas tersebut. Contoh penerapan desain grafis paling umum adalah dalam desain logo yang menjadi identitas utama dari sebuah merek atau perusahaan. Melalui logo tersebut, khalayak dapat langsung mengenali dari siapa sebuah informasi berasal. Desain grafis menjadi kunci bagaimana khalayak mendapatkan kesan terhadap sesuatu. Desain yang memikat membuat orang tertarik dan ingin tahu lebih jauh. Sebaliknya, desain yang buruk menghasilkan identitas negatif, bahkan tidak menancap dalam ingatan khalayak.

2. Fungsi Instruksi

Desain grafis juga dapat berfungsi untuk mengomunikasikan sebuah informasi yang berupa arahan atau petunjuk. Melalui informasi tersebut, diharapkan khalayak dapat terdorong untuk merespon dan melakukan sesuatu yang diinginkan oleh penyampainya. Di sinilah desain grafis menjadi salah satu sarana promosi, publikasi, dan presentasi. Tujuan yang lebih kompleks tentunya membutuhkan aplikasi desain yang lebih menarik. Desainer harus mampu menyampaikan informasi secara efektif, agar mudah dipahami dan diingat.

Fungsi instruksi berkaitan erat dengan fungsi identitas. Sebagai contoh, sebuah produk memiliki logo dengan dominasi warna merah. Maka iklan dari produk tersebut akan memuat warna yang sama, untuk lebih melekatkan identitasnya.

Aplikasi desain grafis dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Utamanya dalam mengomunikasikan ide atau informasi dengan cara semenarik mungkin, untuk menumbuhkan minat khalayak terhadap pesan tersebut.

- **Jenis-jenis Desain Grafis**

Awalnya, desain grafis hanya memanfaatkan media 2 dimensi. Namun, seiring perkembangan teknologi, kini desain grafis juga ditampilkan dengan media 3 dimensi. Hal ini turut memengaruhi klasifikasi desain grafis, yang kemudian dibedakan menurut aplikasinya.

1. Desain Identifikasi

Identifikasi berkaitan dengan fungsi desain grafis sebagai cara untuk memperkenalkan sekaligus mengingatkan sebuah informasi kepada khalayak. Umumnya diaplikasikan dalam dunia industri, mulai dari desain logo, materi promosi, profil perusahaan, dan lain-lain.

2. Desain Multimedia

Multimedia berarti desain grafis memanfaatkan berbagai jenis media, sesuai dengan penempatannya. Film animasi, iklan televisi, dan video, adalah termasuk contoh desain multimedia yang paling sering ditemui.

3. Desain Percetakan/Printing

Aplikasi desain grafis khusus untuk kebutuhan percetakan. Bisa dalam bentuk sampul buku dan tata letak isinya, majalah, dan media cetak lainnya. Beberapa materi publikasi juga masih menggunakan aplikasi cetak, misalnya poster, *banner*, pamflet, *flyer*, dan sebagainya.

4. Desain Produk

Desain produk meliputi desain kemasan secara menyeluruh, baik bentuk maupun tampilan luarnya. Kemasan ini termasuk kompartemen ukuran besar yang memuat sejumlah unit produk untuk didistribusikan. Juga *merchandise* atau item-item pendukung promosi.

5. Desain Digital

Perkembangan teknologi telah sampai di ranah digital yang identik dengan penggunaan internet. Sehingga kini kategori grafis pun bertambah dengan adanya desain antarmuka website, aplikasi, dan permainan digital yang semuanya bersifat interaktif.

Teknologi digital pun semakin memantapkan posisi desain grafis dalam dunia publikasi. Profesi desainer semakin populer. Proses mendesain juga semakin mudah dilakukan karena tersedia program komputer khusus untuk membuat karya desain grafis.

- **Software yang biasa digunakan**

Saat ini, komputer menjadi perangkat terbanyak yang digunakan untuk desain grafis. Memang, perangkat tersebut menawarkan begitu banyak kemudahan bagi desainer. Praktis, instan, serta efisien, berikut *software–software* desain grafis yang paling umum dipakai.

1. *Corel Draw*

Corel Draw masih belum tergeser posisinya sebagai *software* desain grafis terpopuler. *Software* ini mudah dioperasikan, cocok dipakai untuk mendesain vektor atau ilustrasi gambar yang ukurannya tidak memengaruhi tingkat ketajamannya.

2. *Adobe Photoshop*

Software ini sebenarnya berfungsi untuk mengedit foto. Namun, fitur-fitur di dalamnya memungkinkan pengguna dapat mendesain grafis, baik dengan menggunakan foto maupun membuat gambar baru.

3. *Adobe Illustrator*

Fungsinya hampir sama dengan *Corel Draw*. Hanya saja Adobe Illustrator lebih pas dipakai untuk membuat ilustrasi dalam satu halaman tunggal. Secara fitur, *software* ini memiliki akurasi garis dan warna yang lebih baik daripada Corel Draw.

4. *Anime Studio*

Anime Studio merupakan *software* pembuatan animasi dengan berbagai macam fitur. Aplikasi ini bisa dipakai untuk membuat animasi 2D dan 3D. Memungkinkan penggunaanya dapat langsung mempublikasikan karya mereka dengan mudah.

5. *Canva*

Software ini terbilang baru dan berbasis online. Pengoperasiannya menggunakan media website, baik untuk pengguna computer desktop maupun smartphone. Didalamnya tersedia fitur-fitur instan untuk membuat desain grafis yang ramah digital.

3. **Desain Interior**

Menurut D.K Ching, Desain interior adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang dalam bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Namun desain interior memiliki elemen unik dan spesifik yang harus diperhatikan ketika merancanganya. Beberapa elemen unik tersebut akan dijabarkan pada poin-poin dibawah ini. :

- a. Lantai
- b. Dinding
- c. Langit-langit
- d. Elemen Estetis
- e. Elemen Bukaannya
- f. Elemen Cahaya

- **Ruang Lingkup**

Tugas dan jangkauan pekerjaan desainer interior meliputi perancangan furniture dan asesoris ruangan lainnya, tidak hanya memilih dan mencocokkannya saja seperti dekorator interior. Berikut adalah beberapa ruang lingkup pekerjaan desain interior.

1. Merancang bentuk perabot furnitur dengan pertimbangan ergonomi, fungsi, gaya, keawetan finishing, kestabilan struktural dalam penggunaan, memilih rel laci, engsel dan handel yang tepat, serta penentuan penggunaan bahan dan penempatan dalam ruang.
2. Menentukan tipe dan gaya jendela atau daun penutup lain yang tepat berdasarkan pengendalian cahaya dan sinar matahari , privasi, anti api, perlengkapan akustik dan sistem pengontrolnya.
3. Memilih bentuk dan metode yang tepat dalam penempatan benda seni atau dekorasi dan memastikan bahwa benda tersebut tidak akan jatuh atau melukai seseorang.
4. Memilih jenis pelapis dinding yang tepat berdasarkan aspek keindahan, keawetan, fungsi akustik, kemudahan dalam pembersihan, keamanan dari api, dan memastikan bahwa wall finishes yang digunakan tidak menimbulkan alergi atau beracun.
5. Memilih jenis tanaman yang seseuai dan memastikan bahwa tanaman yang dipilih tidak memiliki bau yang kuat atau beracun yang membahayakan manusia terutama untuk anak-anak.
6. Menggambarkan rencana ruang dan menunjukkan letak perabot yang sesuai dengan keinginan klien maupun persyaratan aksesibilitas ruang.
7. Memilih jenis dan bentuk lampu berdasarkan fungsi dan kesan yang diinginkan, menggambarkan dan menunjukkan lokasi penempatan lampu berserta pengontrolannya.
8. Menentukan bahan, bentuk, warna dan pola lantai yang tepat berdasarkan fungsi dan kesan yang diinginkan. Unsur fungsi yang harus diperhatikan

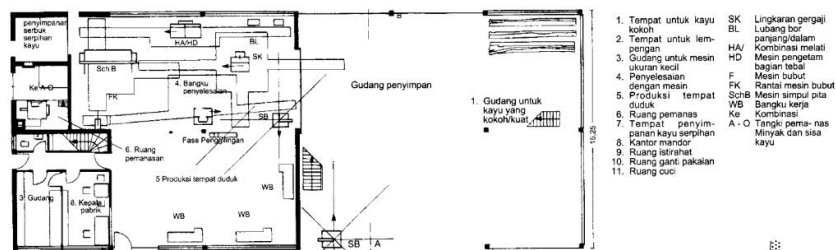
meliputi ketahanan terhadap api, kemampuan meredam suara dan keamanan (tidak licin).

f. *Workshop*

Workshop atau lokakarya atau bengkel yaitu ruangan yang dirancang untuk wadah untuk mengajarkan, memperkenalkan, dan menghasilkan teknis atau ide-ide yang dapat digunakan dalam pekerjaan atau kehidupan sehari-hari (Susanto, 2016). Kegiatan *workshop* dilakukan oleh beberapa kalangan yang meliputi berbagai bidang. Kegiatan *workshop* di *Sidoarjo Creativepreneur Center* berfungsi untuk ruang produksi karya-karya yang memiliki nilai jual yang nantinya akan diperjualbelikan. *Workshop* di sini terbagi menjadi beberapa ruang, yaitu gudang material dan ruang produksi.

- Gudang Material

Gudang material berfungsi sebagai ruang penyimpanan bahan-bahan produksi yang sengaja disimpan dan terutama untuk bahan-bahan mentahan seperti *clay*, kayu, dan lain sebagainya.

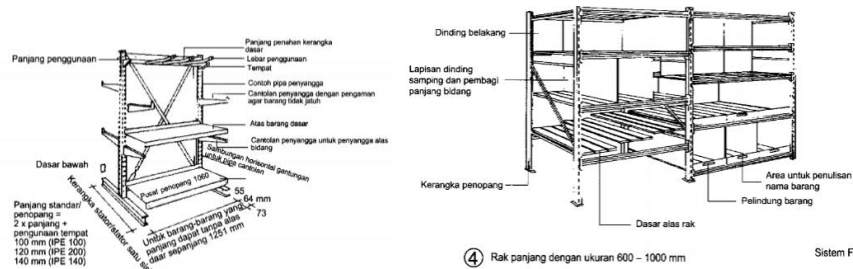


Gambar 2.1 4. . Sistematika Area Workshop

Sumber : Data Arsitek, Jilid 2:51

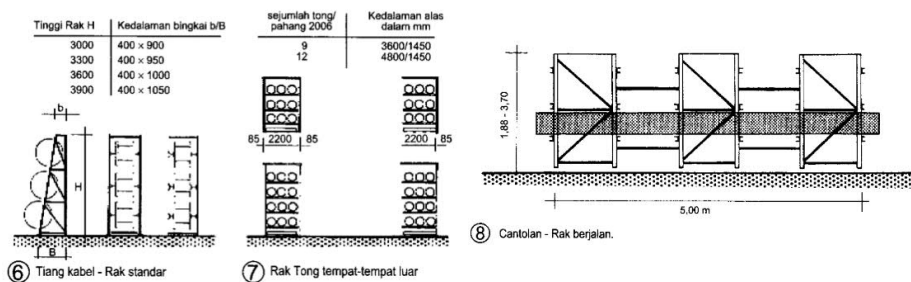
Teknik penyimpanan bahan pada gudang material juga sangat diperhatikan. Teknik penyimpanan bahan yang salah dan sembarangan akan berakibat fatal, baik bagi kualitas bahan, efisiensi ruang dan bahkan keamanan pengguna dan bangunan. Sehingga, teknik penyimpanan perlu memperhatikan beberapa aspek, salah satunya

yaitu beban material dan perlindungan terhadap api dengan menyediakan alat pemadam kebakaran dan menyediakan sirkulasi darurat.



Gambar 2.1 5. Standar Rak Penyimpanan

Sumber : Data Arsitek, Jilid 2:48

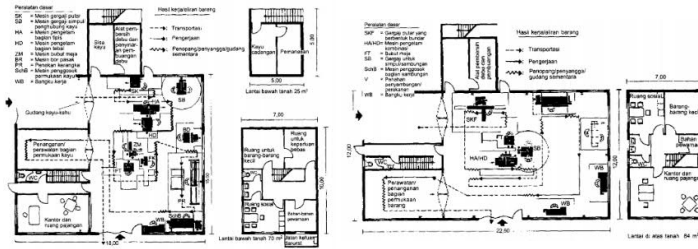


Gambar 2.1 6. Ukuran Rak Penyimpanan

Sumber : Data Arsitek, Jilid 2:48

- Ruang Produksi

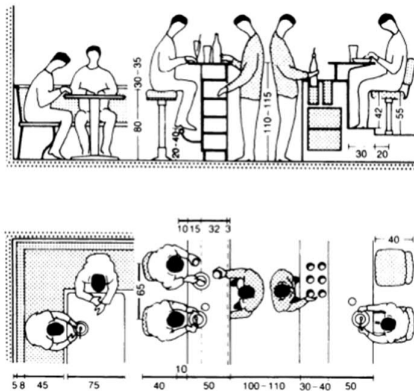
Ruang produksi berfungsi untuk tempat produksi atau pembuatan dan pengaplikasian ide rancangan produk. Sistematika dan standar ruang produksi mengikuti standar pabrik kayu. Hal ini dikarenakan ruang produksi juga membutuhkan beberapa mesin dan perlengkapan yang hampir sama seperti yang digunakan oleh pabrik kayu, yaitu gergaji atau alat pemotong lainnya dan alas kerja.



Gambar 2.1 7. Sistematika Ruang Produksi
 Sumber : Data Arsitek, Jilid 2:50

g. Kafeteria

- Ruang makan biasanya didasarkan pada jumlah orang yang duduk dalam 1 meja.
- Luas dapur sebaiknya setengah dari area ruang makan.
- Service area menyesuaikan dengan kebutuhan fasilitas tertentu.
- Daerah produksi mencakup semua bidang fungsional seperti receptionis, gudang, tempat memasak, tempat mencuci peralatan.



Gambar 2.1 8. Pola Penataan
 Sumber : Data Neufert

h. Biophilic Design

Desain biophilik adalah desain yang berlandaskan pada aspek biophilia dengan tujuan untuk menghasilkan suatu ruang yang dapat berpartisipasi dalam peningkatan kesejahteraan hidup manusia secara fisik dan mental dengan membina hubungan positif antara manusia dan alam di tempat-tempat yang memiliki makna budaya dan ekologi. Desain biophilik dapat menciptakan ruang-ruang yang restoratif bagi fisik manusia, menenangkan sistem syaraf, dan menampilkan vitalitas kehidupan yang estetik. (Kellert, 2005).

Kellert dalam *Building for Life* (2005) mengistilahkan sebuah bangunan yang mampu menyelaraskan kepentingan alam dan manusia dengan definisi desain biophilik. Menurutnya ada dua hal yang harus dipenuhi:

1. Kita harus meminimalkan dan memitigasi efek lingkungan dari sebuah konstruksi bangunan yang modern
2. Kita juga harus mendesain dan menyediakan lingkungan agar manusia senantiasa mempunyai kontak yang cukup dengan alam.

Dalam tahun terakhir, tren pendekatan pengembangan pembangunan desain alternative yang berkelanjutan dan hijau, akan terus digandrungi karena terbukti bukan saja ramah terhadap alam dan lingkungan, tetapi juga memiliki dampak pada kesehatan penghuninya. Pembangunan *biophilic* dirancang mengikuti dua dimensi dasar:

1. Bangunan yang organik (*organic design*), yaitu pembangunan yang mengikuti pola-pola alami, mengikuti kontur lanskap yang ada, yang secara simbolis juga menandakan bahwa manusia cukup beradaptasi dengan lingkungannya tanpa intervensi yang merusak bahkan menentang alam. Pola pembangunan seperti ini, misalnya, bisa secara kreatif dengan memanfaatkan penerangan alami, memanfaatkan ventilasi dan materi bangunan dengan memanfaatkan lingkungan: tidak menebang vegetasi sekelilingnya, berdiri dan mempunyai dekorasi dan ornament yang menyesuaikan dengan alam sekitarnya.

2. Desain adat (*vernacular design*), yaitu rancangan desain mengikuti pola lanskap yang menyesuaikan bangunan dimana konstruksi berdiri, juga mempertimbangkan aspek budaya, sejarah, dan ekologi yang menyesuaikan diri dengan konteks geografis kawasan.

Pola desain biophilik yang ramah lingkungan, tidak hanya menghargai pola-pola alami dimana bangunan didirikan, tetapi juga hendaknya sangat murah dan efisien untuk menjalani kehidupan.

Sepuluh tahun belakangan ini, telah terlihat pertumbuhan yang signifikan pada penelitian dan pendekatan desain yang mengkombinasikan elemen biologi dan psikologi dengan arsitektur. Pada penerapan green building yang menekankan efisiensi energi dan minimalisir jejak karbon pada bangunan, seringkali menghasilkan desain bangunan yang sangat kontras dengan lingkungannya, oleh sebab itu kini penerapan green building banyak yang telah menggabungkan Desain Biophilik ke dalam strategi desain yang berkelanjutan. Bagi perusahaan dan pelaku properti, penerapan Desain Biophilik mampu menciptakan daya tarik tersendiri untuk mempromosikan *brand* perusahaan, meningkatkan produktivitas dan kebahagiaan pengguna bangunan yang dapat mengarah kepada peningkatan nilai jual dan pemasukan keuangan.

Di perkotaan, ketika urbanisasi tidak menunjukkan tanda-tanda penurunan, desain biophilik mampu memberikan rasa kebahagiaan pengguna bangunan dan masyarakat di sekitarnya. Walaupun begitu, hubungan antara manusia dengan alam mungkin saja dapat terus menurun, namun dengan penerapan desain biophilik ke dalam bangunan, hal tersebut mampu membantu untuk menghubungkannya kembali. Penjelasan mengenai sub bab ini bertujuan untuk membahas lebih dalam mengenai pengertian desain biophilik sehingga pembaca mampu memahami tentang desain biophilik yang kemudian akan banyak dibahas pada sub bab setelah ini.

- **Pola Desain *Biophilic***

Berdasarkan “14 Pattern of Biophilic Design” yang ditulis oleh Terrapin Bright Green (2014), terdapat hubungan keterkaitan antara alam dengan desain (Nature Design Relationship) serta hubungan alam dengan kesehatan (Nature Health Relationship).

- **Nature-Design Relationship**

Desain biofilik diklasifikasikan menjadi tiga prinsip utama yaitu Nature in the Space, Natural Analogues, dan Nature of the Space. Ketiga prinsip tersebut untuk memudahkan dalam memahami dan memungkinkan untuk menggabungkan berbagai strategi yang akan di implementasikan dalam lingkungan binaan.

1. Nature In The Space Pattern, merupakan bentuk kehadiran langsung, fisik, dan sesaat oleh alam dalam suatu ruang. Prinsip ini dapat dicapai dengan cara menerapkan pola koneksi visual dengan alam, koneksi non-visual dengan alam, sensor stimulasi non-ritmik, termal dan aliran udara, keberadaan air, cahaya yang dinamis dan menyebar, dan koneksi dengan sistem visual.
2. Natural Analogues, merupakan bentuk kehadiran sesuatu yang organik dan daya penggugah unsur alam ke dalam bangunan. Prinsip ini dapat dicapai melalui implementasi pola dan bentuk biomorfik, material yang memiliki unsur alam, kompleksitas dan keteraturan
3. Natural of The Space Pattern, merupakan konfigurasi spasial di alam. Prinsip ini dapat dicapai melalui penciptaan konfigurasi spasial yang dipertimbangkan dan menarik, yang bercampur dengan pola-pola Nature In The Space dan Analogues Natural.

- **Nature-Health Relationship**

Produk kreatif dapat dihasilkan melalui aktivitas kreatif seperti berkreasi, berinteraksi, dan berkolaborasi antar individu (pelaku kreatif). Aktivitas kreatif individu sangat dipengaruhi oleh kondisi psikis maupun psikologis. Kondisi kesehatan yang buruk akan berdampak pada berkurangnya produktivitas dalam

bekerja, begitu pula sebaliknya. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Untuk mengurangi dampak terhadap kondisi psikis dan psikologis yang buruk salah satunya kita dapat mengatur lingkungan binaan tempat mereka bekerja. Salah satu pengaturan lingkungan binaan yang berdampak pada kesehatan manusia adalah dengan pendekatan biofilik desain.

Ketika kondisi psikis maupun psikologis membaik, maka tingkat produktivitas dan kreatifitas kerja akan meningkat. Terdapat penelitian dari The Human Spaces Report tentang bagaimana konsep biofilik dapat mempengaruhi sistem tubuh manusia dari segi kognitif, psikologis dan fisiologis.

1. Cognitive Functionality and Performance, merupakan suatu fungsi kognitif yang berkaitan dengan kondisi mental serta memori individu, kemampuan berpikir, belajar, dan kreatifitas. Hubungan koneksi yang kuat atau rutin dengan unsur alam dapat memberikan peluang untuk pemulihan kondisi kognitif 15% lebih tinggi. Sehingga dapat meningkatkan tingkat kognitif dan fokus individu yang berakibat pada kreatifitas dan produktivitas kerja yang lebih baik.
2. Psychological Health And Well-Being, merupakan respon individu yang meliputi kemampuan untuk beradaptasi, konsentrasi emosi, dan suasana hati. Hal tersebut dapat diperbaiki adanya koneksi dengan alam sehingga berdampak pada relaksasi otot, serta penurunan tekanan darah diastolik dan menurunkan kadar hormon stres dalam aliran darah.

- **Hubungan Alam dengan Kesehatan**

Banyak bukti mengenai *Biophilia* dapat dihubungkan dengan penelitian terhadap sistem pikiran-tubuh (kognitif, psikologis dan fisiologis) yang telah dieksplorasi dan diverifikasi dalam berbagai tingkat, di laboratorium atau lapangan studi. Hal ini bertujuan untuk membantu menjelaskan bagaimana kesehatan dan kesejahteraan manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan mereka.

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami hubungan alam dengan kesehatan, berikut ini adalah tabel pembahasannya.

Tabel 2.1. 3. Tabel Hubungan Alam dengan kesehatan

14 Pola	Pengurangan Stress	Kinerja Kognitif	Emosi, Suasana hati & Prefensi
Koneksi Visual dengan alam	Menurunkan tekanan darah dan denyut jantung (Brown, Barton & Gladwell, 2013; van den Berg, Hartig, & Staats, 2007; Tsunetsugu & Miyazaki, 2005)	Meningkatkan ikatan/perhatian mental (Biederman & Vesel, 2006)	Berdampak positif pada perilaku dan kebahagiaan (Barton & Pretty, 2010)
Koneksi non-visual dengan alam	Mengurangi tekanan darah sistolik dan hormone stress (Park, Tsunetsugu, Kasetani et al., 2009; Hartig, Evans, Jamner et al., 2003; Orsega-Smith, Mowen, Payne et al., 2004; Ulrich, Simons, Losito et al., 1991)	Berdampak positif pada kinerja kognitif (Mehta, Zhu & Cheema, 2012; Ljungberg, Chris, & Lundström, 2004)	Terasa perbaikan dalam kesehatan mental dan ketenangan (Li, Kobayashi, Inagaki et al., 2012; Jahncke, et al., 2011; Tsunetsugu, Park, & Miyazaki, 2010; Kim, Ren, & Fielding, 2007; Stigsdotter & Grahn, 2003)
14 Pola	Pengurangan Stress	Kinerja Kognitif	Emosi, Suasana hati & Prefensi
Stimuli sensor non-ritmik	Memberikan dampak positif pada denyut jantung, tekanan darah sistolik dan aktivitas sistem saraf simpatik (Li, 2009; Park et al, 2008; Kahn et al., 2008; Beauchamp, et al., 2003; Ulrich et al., 1991)	Observed and quantified behavioral measures of attention and exploration (Windhager et al., 2011)	
Thermal & Airflow Variability	Meningkatkan kenyamanan, kesejahteraan dan produktivitas (Heerwagen, 2006;	Berpengaruh positif pada Konsentrasi (Hartig et al., 2003; Hartig et	Meningkatkan persepsi temporal dan alliesthesia (Parkinson, de Dear & Candido,

	Tham & Willem, 2005; Wigö, 2005)	al., 1991; R. Kaplan & Kaplan, 1989)	2012; Zhang, Arens, Huizenga & Han, 2010; Arens, Zhang & Huizenga, 2006; Zhang, 2003; de Dear & Brager, 2002; Heschong, 1979)
Air	Mengurangi stress, meningkatkan perasaan tenang, menurunkan denyut jantung dan tekanan darah (Alvarsson, Wiens, & Nilsson, 2010; Pheasant, Fisher, Watts et al., 2010; Biederman & Vessel, 2006)	Meningkatkan Konsentrasi dan pemulihan ingatan (Alvarsson et al., 2010; Biederman & Vessel, 2006) Meningkatkan persepsi dan respon psikologis (Alvarsson et al., 2010; Hunter et al., 2010)	Mengamati hal yang lebih disukai dan respon emosional yang positif (Smith, Humphryes et al., 2010; Karmanov & Hamel, 2008; Biederman & Vessel, 2006; Heerwagen & Orians, 1993; Ruso & Atzwanger, 2003; Ulrich, 1983)
14 Pola	Pengurangan Stress	Kinerja Kognitif	Emosi, Suasana hati & Prefensi
Dynamic & Diffuse Light	Memberikan dampak positif terhadap berlangsungnya system circadian (Figueiro, Brons, Plitnick et al., 2011; Beckett & Roden, 2009) Meningkatkan kenyamanan visual (Elyezadi, 2012; Kim & Kim, 2007)		
Bentuk dan pola biomorphic			Memperhatikan pemandangan yang lebih disukai (Vessel, 2012; Joye, 2007)

Koneksi Material dengan alam		Menurunkan tekanan darah diastolic (Tsunetsugu, Miyazaki & Sato, 2007) Meningkatkan kreativitas (Lichtenfeld et al., 2012)	Meningkatkan kenyamanan (Tsunetsugu, Miyazaki & Sato 2007)
Complexity & Order	Positively impacted perceptual and physiological stress responses (Salingaros, 2012; Joye, 2007; Taylor, 2006; S. Kaplan, 1988)		Memperhatikan pemandangan yang lebih disukai (Salingaros, 2012; Hägerhäll, Laike, Taylor et al., 2008; Hägerhäll, Purcella, & Taylor, 2004; Taylor, 2006)
14 Pola	Pengurangan Stress	Kinerja Kognitif	Emosi, Suasana hati & Prefensi
Prospect	Mengurangi stress (Grain & Stigdotter, 2010)	Mengurangi kebosanan, iritasi, dan kelelahan (Clearwater & Coss, 1991)	Meningkatkan kenyamanan dan Rasa keamanan (Herzog & Bryce, 2007; Wang & Taylor, 2006; Petherick, 2000)
Refuge		Meningkatkan konsentrasi, perhatian dan persepsi terhadap keselamatan (Grahn & Stigdotter, 2010; Wang & Taylor, 2006; Petherick, 2000; Ulrich et al., 1993)	

Sumber : 14 patterns of Biophilic Design

2.1.3 Studi Kasus

Berikut merupakan dua studi kasus (hal yang dapat digunakan sebagai contoh) yang merujuk pada bangunan *Creativepreneur Center* atau bangunan pusat kreatif sehingga dapat diterapkan di dalam perancangan bangunan :

1. Bandung *Creative Hub*

- **Data Umum Objek**

Bandung *Creative Hub* (BCH) merupakan bangunan pusat industri kreatif bagi masyarakat kota Bandung dengan luasan lahan 10.000m² dan jumlah lima lantai yang terletak di Jalan Laswi, Kota Bandung, Jawa Barat. Bangunan ini diresmikan oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil pada tahun 2017 dengan unit pelaksana teknis di bawah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Berbagai fasilitas tersedia pada Bandung Creative Center seperti Studio Inovasi (3D Printer, Laser Cutting, Textile Printer), Studio Fesyen, Studio Foto/TV, Studio ICT/Games, Studio Musik, Studio Keramik, Design Museum, Design Store, Design/Art Library, Art Gallery, Design Studio, Bioskop Untuk Film Eksperimental, Classroom, Café and Restaurant, Library and Co-working Space.



Gambar 2.1 9. Bandung *Creative Hub*
Sumber: bandung.merdeka.com,2018

- **Aspek Non Arsitektural**

- 1) **Aspek Lokasi**

Bandung *Creative Hub* merupakan bangunan yang terletak di Jalan Laswi No. 7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi lahan berada di pusat perkotaan dengan memiliki karakteristik permukaan tapak yang datar. Letaknya yang berada di pertigaan jalan raya pusat kota dengan kondisi jalan cukup ramai dan padat pada jam tertentu. Sedangkan untuk menuju bangunan Bandung *Creative Hub* ini dapat diakses melalui Jalan Laswi dan Jalan Sukabumi.



Gambar 2.1 10. Lokasi Bandung *Creative Hub*

Sumber: Cahyani, 2018

- **Aspek Arsitektural**

4. **Pola Tataan Massa**

Tataan massa yang terbentuk pada Bandung *Creative Hub* menggunakan satu massa bangunan berbentuk segi empat memanjang, dengan pengurangan dan penambahan volume mengikuti fungsi ruang dan bentuk lahan. Pada area timur difungsikan sebagai lobby menuju main entrance (pintu masuk utama) kemudian terdapat sirkulasi linear dua arah yang menghubungkan antar ruangan.



Gambar 2.1 11. Layout Bandung *Creative Hub*

Sumber: Cahyani, 2018

5. Konsep Tampilan Bangunan

Konsep tampilan fasad bangunan Bandung *Creative Hub* ini mengambil tema futuristik. Hal tersebut dapat terlihat dengan sentuhan unsur geometris pada kulit bangunan dan memiliki bentuk yang tidak rata. Selain itu, tampilan bangunan juga memiliki warna colorful dengan ornamen-ornamen extrude yang menghiasi. Dalam tiap ornamen extrude ini, terdapat lipatan yang dipasang dengan lampu sehingga saat malam hari lampu menyala dan memancarkan cahaya yang unik. Rancangan ini sekaligus mencerminkan kehidupan kreatif yang ditampung oleh Bandung *Creative Hub*.

6. Konsep Ruang Dalam

Fungsi utama dari bangunan Bandung *Creative Hub* yaitu mewadahi aktivitas para pelaku kreatif di bidang ekonomi kreatif Kota Bandung. Oleh karena itu, interior pada bangunan ini dibuat lebih minimalis dengan memanfaatkan kayu sebagai perabot maupun elemen material interior bangunan. Sedangkan pola tatanan ruang menyesuaikan dengan fungsi dari masing - masing ruang itu sendiri.

Fasilitas Utama Lantai 1

▪ Lobby Utama

Pada area lobby utama difungsikan sebagai tempat pameran ataupun pagelaran karya kesenian. Letaknya pada sisi timur bangunan yang menghadap Jalan Sukabumi, aksesibilitas menuju ruang dalam bangunan dihubungkan dengan beberapa anak tangga dan terdapat area air mancur yang menyala pada malam hari sebagai penambah elemen estetika. Pada area interior lobby dibuat lebih luas dengan tambahan pencahayaan buatan berupa lampu sorot, serta pemberian elemen warna hitam pada area langit-langit atap untuk memberi kesan ruang yang lebih luas.



Gambar 2.1 12. Selasar Depan Bandung *Creative Hub*

Sumber: Cahyani, 2018.

▪ *Design Store dan Exhibition Area*

Pada bangunan Bandung *Creative Hub* tersedia area untuk menjual hasil karya ekonomi kreatif (*Design Store*) dan tempat untuk pameran (*Exhibition Area*). Fasilitas yang tersedia di ruangan ini berupa rak - rak untuk menyimpan barang serta tempat untuk memajang seni rupa atau lukisan.



Gambar 2.1 13 *Design Store dan Exhibition Area*

Sumber: Cahyani, 2018

Fasilitas Utama Lantai 2

Lantai dua pada bangunan Bandung Creative Center terdapat fasilitas utama berupa kantor pengelola, Co-working Space, perpustakaan, dan kafe. Pada lantai dua juga terdapat teras yang terhubung ke ruang luar, dengan corak lantai berwarna warni sebagai penggambaran kesan kreatif serta terdapat kolom penyangga yang berukuran cukup besar sebagai struktur sekaligus memberi kesan agung pada bangunan.



Gambar 2.1 14 Selasar Lantai 2 Bandung *Creative Hub*

Sumber: *Facebook Bandung Creative Hub*, 2019

▪ *Co-working Space*

Co-working Space merupakan salah satu fasilitas utama yang terdapat pada bangunan Bandung *Creative Hub*, fasilitas ini dapat digunakan 24 jam oleh masyarakat dilengkapi dengan fasilitas videotron yang menampilkan karya animasi komunitas Bandung *Creative Hub*, serta rak-rak yang tersedia di samping ruang sebagai tempat menyimpan barang pengunjung. Selain *public Co-working Space* tersedia juga *privat Co-working Space* yang disediakan ruangan khusus. Gaya interior pada ruangan *Co-working Space* juga cenderung minimalis. Hal tersebut dapat terlihat dari elemen material interior bangunan dan perabot ruang yang sederhana dan lebih mengedepankan aspek fungsionalitas dan kenyamanan.



Gambar 2.1 15 *Public Co-working Space Bandung Creative Hub*

Sumber: Cahyani, 2018



Gambar 2.1 16 *Privat Co-working Space Bandung Creative Hub*

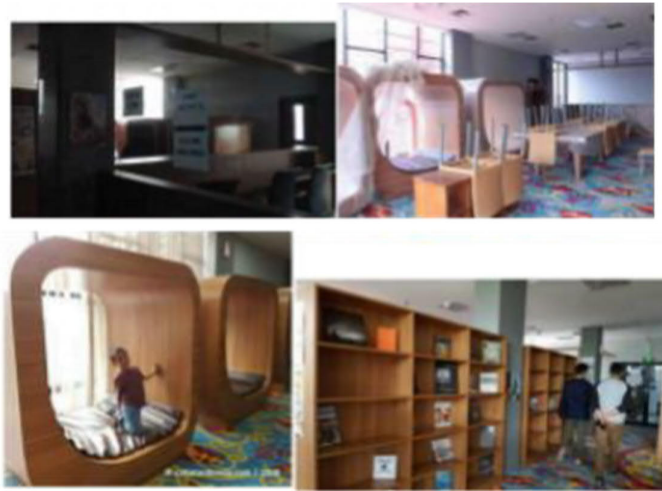
Sumber: Cahyani,, 2018

▪ Ruang Kantor Pengelola

Pada area lantai dua juga terdapat ruang pengelola sebagai pusat informasi pengunjung yang ingin menanyakan perihal Bandung Creative Center. Konsep interior yang diambil yaitu modern-minimalis, dengan suasana interior ruang sederhana dan lebih memaksimalkan pencahayaan alami.

- Perpustakaan

Ruang baca atau perpustakaan juga tersedia di lantai dua Bandung *Creative Hub*. Pada interior ini menerapkan konsep fleksibilitas ruang, diimplementasikan melalui tata ruang yang tidak hanya terdiri susunan meja, kursi, dan rak buku saja. Namun disediakan ruang-ruang unik berbentuk kotak berisi sofa untuk baca.



Gambar 2.1 17 Perpustakaan Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018

- Kafe

Kafe Cozy merupakan kafe yang terdapat pada Bandung *Creative Hub*. Interior pada kafe ini menerapkan konsep industrialis, hal tersebut dapat dilihat pada bagian atap yang terekspos dan konsep pencahayaan buatan dari jenis lampu gantung helios.

Fasilitas Utama Lantai 3

▪ Auditorium

Auditorium pada lantai 3 Bandung *Creative Hub* difungsikan sebagai tempat pemutaran film hasil karya industri digital dan juga sebagai tempat diskusi saat terdapat acara tertentu. Konsep interior auditorium menggunakan konsep modern-minimalis, elemen kayu digunakan sebagai pelapis material peredam suara sehingga memunculkan kesan lebih luas dan megah.



Gambar 2.1 18 Auditorium Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

▪ Studio Musik

Sebagai upaya memberikan wadah bagi para pelaku kreatif di bidang seni musik, Bandung *Creative Hub* juga menyediakan ruangan khusus untuk studio musik. Fasilitas yang tersedia pada ruangan ini berupa peralatan musik, studio rekaman, dan ruang kerja. Konsep interior yang diambil menggunakan tema eklektik, hal tersebut dapat dilihat dari lantai dengan corak motif dan perpaduan warna dinding yang cenderung mencolok.

- Bandung *Design Archive*

Bandung merupakan salah satu kota yang dinobatkan sebagai kota kreatif oleh UNESCO sejak tahun 2015. Oleh karena itu, Bandung *Creative Hub* juga menyediakan ruang arsip untuk menampilkan hasil karya seni masyarakat Kota Bandung. Konsep sirkulasi ruang menggunakan konsep sirkulasi minimalis dengan satu arah demi memudahkan pengunjung menikmati hasil karya yang dipamerkan.



Gambar 2.1 19 Bandung *Design Archive*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

Fasilitas Utama Lantai 4

- Studio Fotografi

Konsep interior ini menggunakan konsep modern minimalis, dengan memaksimalkan pencahayaan alami dan lebih mengedepankan aspek fungsional sehingga konsep formal juga lebih ditonjolkan pada ruangan ini. Fasilitas yang tersedia berupa ruang kerja dan area pameran hasil karya.

- Meeting Room

Pada lantai 4 Bandung Creative Center terdapat Co-working Space yang difungsikan sebagai ruang meeting bersama dengan kapasitas pengguna lebih banyak. Konsep ruangan dibuat full kaca untuk memaksimalkan pencahayaan alami dan menerapkan konsep keterbukaan.

Sehingga pengguna yang ada di dalam tetap dapat terhubung dengan area luar.

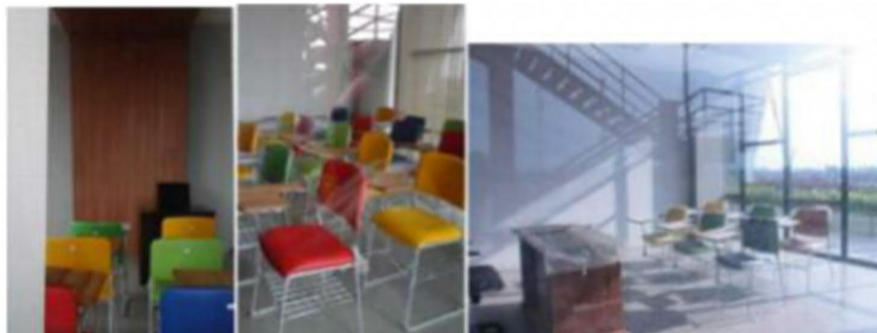


Gambar 2.1 20 *Meeting Room*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- Ruang kelas

Fasilitas ruang kelas juga tersedia pada lantai 4, sebagai tempat pelatihan, diskusi, Workshop, maupun kumpul antar komunitas. Konsep perabot ruangan dibuat lebih mencolok yaitu dengan warna merah, kuning, hijau, dan biru yang diambil dari warna fasad Bandung Creative Center untuk memberikan kesan atraktif.



Gambar 2.1 21 *Classroom*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

Fasilitas Utama Lantai 5

▪ Aula

Aula pada ruangan ini difungsikan sebagai ruang pameran dan area pertunjukan. Konsep desain interior ruangan ini menggunakan konsep minimalis, dapat terlihat dari penggunaan furnitur fungsional, bentuk geometris dan kombinasi yang biasanya tidak lebih dari dua warna dasar.

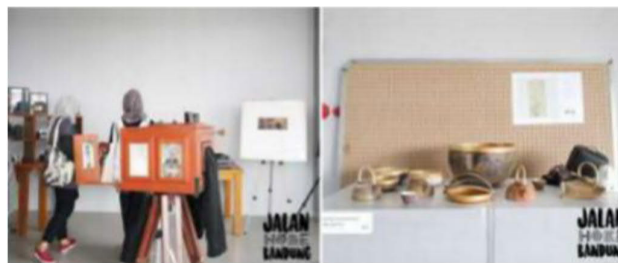


Gambar 2.1 22 Aula Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

▪ Studio Kriya

Studio kriya merupakan suatu wadah untuk pelaku ekonomi kreatif di bidang kriya atau kerajinan tangan, terdapat ruang untuk kerja, Workshop, dan pameran. Konsep interior yang diterapkan pada ruangan ini yaitu minimalis-modern, hal tersebut dapat terlihat dari tata ruang yang simpel, fungsional, dan tertata rapi.

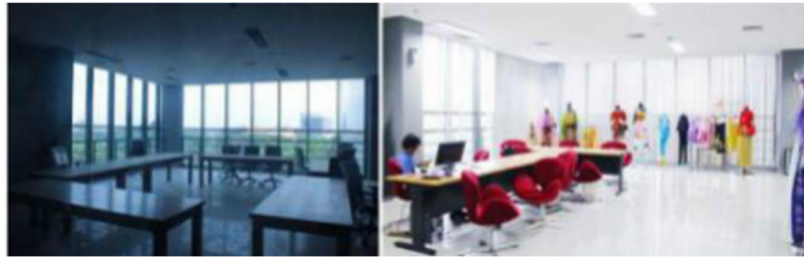


Gambar 2.1 23 Studio Kriya Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- **Studio Fesyen**

Studio fesyen difungsikan sebagai wadah para designer baju, terdapat fasilitas ruang kerja dan ruang pameran. Konsep minimalis juga diterapkan pada interior ruangan ini, hal tersebut dapat terlihat dari ruangan yang simpel dan meminimalkan kombinasi warna yang mencolok. Pada ruangan ini juga berkonsep lebih terbuka guna memaksimalkan potensi view dan pencahayaan alam.



Gambar 2.1 24 Studio Fesyen Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

7. Konsep Ruang Luar

Hampir 80 persen luas lahan pada Bandung *Creative Hub* dimanfaatkan sebagai area bangunan, sedangkan area ruang luar pada bangunan Bandung *Creative Hub* lebih difungsikan sebagai taman atau area hijau.

8. Utilitas dan Struktur

- **Sistem Transportasi Vertikal**

Sistem transportasi vertikal pada bangunan Bandung *Creative Hub*, dihubungkan dengan 2 buah lift dan satu tangga yang berbentuk U serta satu tangga darurat.

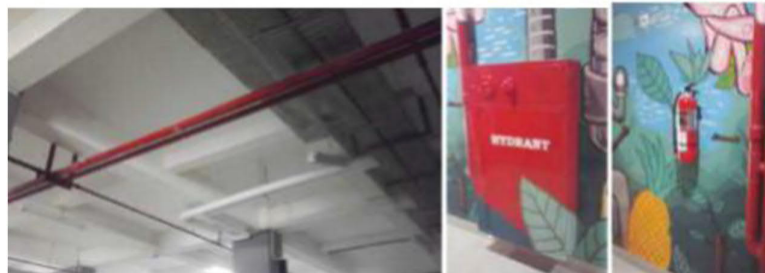


Gambar 2.1 25 Transportasi Vertikal Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- Proteksi Kebakaran

Proteksi kebakaran terdiri dari hydrant di luar dan dalam, fire estinguish, sprinkle, heat detector dan tangga darurat.



Gambar 2.1 26 Proteksi Kebakaran Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- Proteksi Kemanan

Bangunan Bandung *Creative Hub* dilengkapi dengan CCTV di berbagai sudut dan ruang, juga untuk pengamanan setiap ruang menggunakan *digital keylock*. *Digital keylock* ini diaktifkan menggunakan jari dan kartu khusus. Selain itu, ruangan tertentu seperti studio dibuat dobel pintu, layer pertama pintu kaca dengan *digital lock*, layer kedua adalah pintu dengan jeruji besi. Pintu-pintu di studio juga memiliki tingkat sensoritas tinggi terhadap tekanan, apabila pintu tertekan maupun terdorong otomatis sistem alarm akan berbunyi.



Gambar 2.1 27 Proteksi Keamanan Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- Sistem Kelistrikan

Sistem kelistrikan menggunakan daya dari PLN dan genset. Untuk perangkat listrik sendiri semua disediakan gratis untuk pengunjung apabila membutuhkan. Sistem stop kontak terdapat disemua area baik berupa tipe dinding dan tipe lantai.

- Struktur

Bandung *Creative Hub* merupakan bangunan memiliki lebih dari satu lantai, sehingga tipologi struktur mengacu pada standar peraturan bangunan tinggi. Sistem struktur pada bangunan ini secara garis besar menggunakan sistem struktur rangka kolom balok . Dari 3 lantai yang ada pada bangunan ini, lantai seluruhnya menggunakan struktur kolom dan balok beton



Gambar 2.1 28 Sistem Struktur Bandung *Creative Hub*

Sumber: Berlinda Putri, 2018.

- **Penghawaan dan Pencahayaan**

Selain memanfaatkan penghawaan alami, sistem penghawaan pada bangunan Bandung *Creative Hub* juga menggunakan AC sentral tipe Casette yang diterapkan pada setiap ruang bangunannya. Sedangkan sistem pencahayaan pada bangunan Bandung *Creative Hub* yaitu memaksimalkan pencahayaan alami melalui penggunaan material kaca pada dinding bangunan. Selain itu, pencahayaan buatan juga diterapkan pada bangunan ini pada area ruang-ruang biasa dan studio menggunakan pencahayaan buatan lampu downlight dan TL. Sedangkan area pameran karena menggunakan tipe langit-langit ekspos digunakan lampu gantung helios.

2. **Thailand *Creative and Design Center***



Gambar 2.1 29. Thailand *Creative and Design Center*
Sumber : Archdaily, 2017

- **Gambaran Umum**

The TCDC Bangkok merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk membangun Thailand sebagai masyarakat sentris pengetahuan. Itu diawasi oleh Kantor Manajemen dan Pengembangan Pengetahuan. The TCDC Ketua, Pansak Vinyaratn, mengatakan bahwa negara tidak akan mampu bersaing dengan bangsa lain ketika datang untuk menurunkan biaya tenaga kerja. Untuk

memanfaatkan pasar global, ada kebutuhan yang berkembang untuk tetap kompetitif dan memanfaatkan kemampuan untuk merancang produk dan layanan untuk memenuhi persyaratan pasar dengan lebih baik.

- **Konsep Bangunan**

Di dalam bangunan bersejarah, yang baru dimasukkan sebagai objek, ditempatkan di dalam dan diseimbangkan dari selubung yang ada, dengan jelas mengungkapkan fitur arsitektur dari tahun 30-an. Materi masa kini dalam kualitasnya yang ringan, tembus cahaya, kabur, dan bercahaya berdialog dengan karakter masif cangkang sejarah. Yang baru dan yang lama sangat kontras, meningkatkan dan melengkapi satu sama lain.

Sistem arsitektur tembus pandang yang membungkus dan menyisipkan ke seluruh fasilitas memegang inti dari apa yang diberikan TCDC - inspirasi dan pengetahuan. Ini dirancang untuk memuat segala sesuatu mulai dari buku, majalah, sampel materi, media digital, pameran mini, papan curah pendapat, pengumuman, dll. Inspirasi mengalir melalui dan mencakup semua ruang kreatif.



Gambar 2.1 30. *Library*
Sumber : Archdaily, 2017

- **Fasilitas**

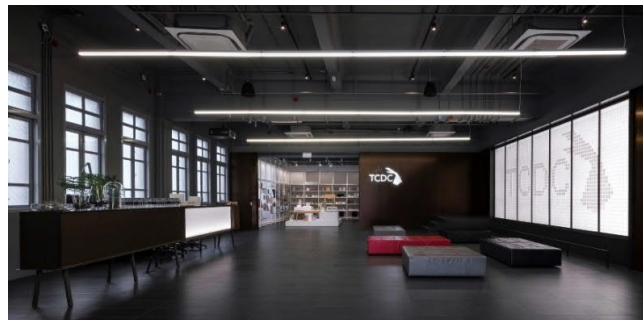
Keenam zona di TCDC Bangkok adalah sebagai berikut:

1. *Resource Center* – Pusat sumber daya kreatif dan desain terbesar di Thailand, yang berisi buku, jurnal, majalah, multimedia, dan database desain dan kreatif yang ekstensif.



Gambar 2.1 31. *Resource Center*
Sumber : Onarto, 2017

2. *Exhibition Gallery* – ruang fungsional untuk memamerkan pameran temporer baik dari dalam maupun luar negeri.



Gambar 2.1 32. *Exhibition Gallery*
Sumber : Archdaily, 2017

3. *Creative Space* – *area co-working space* untuk menghasilkan karya-karya produktif dengan suasana kreatif.



Gambar 2.1 33. *Creative Space*
Sumber : Archdaily, 2017

4. Pusat Bisnis Kreatif – sudut bisnis untuk konsultasi bisnis, bertukar ide dan koneksi untuk mengembangkan bisnis dengan nilai yang lebih tinggi.



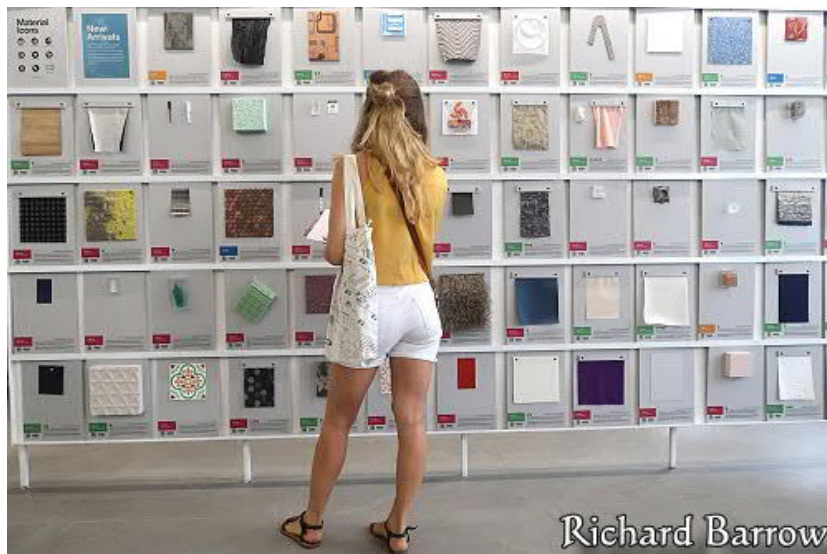
Gambar 2.1 34. *Creative Business Center*
Sumber : Archdaily, 2017

5. *Maker Space* – ruang fungsional dengan sejumlah alat dan spesialis, memfasilitasi desainer dan pengusaha untuk mengubah ide mereka menjadi prototipe.



Gambar 2.1 35. *Marker Space*
Sumber : Archdaily, 2017

6. *Material & Design Innovation Center* – Pusat inovasi material dan desain terbesar di Thailand, mengumpulkan berbagai material dan inovasi terkini untuk menjadi sumber daya yang berguna bagi desainer dan pengusaha untuk mengembangkan produk.



Gambar 2.1 36. *Material & Design Innovation Center*
Sumber : Archdaily, 2017

- **Analisa Hasil Studi**

Dari hasil Analisa kedua bangunan, maka dapat disimpulkan tiap aspek dari Analisa, antara lain:

Tabel 2.1. 4. Tabel Hasil Analisa Studi Kasus

Analisa	Bandung <i>Creative Hub</i>	Thailand <i>Creative and Design Center</i>
Lokasi	Berlokasi di Jl. Laswi No.5, Kacapiring, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat	Bangkok, Thailand
Analisa	Bandung <i>Creative Hub</i>	Thailand <i>Creative and Design Center</i>
Fungsi	Merupakan bangunan pusat industri kreatif bagi masyarakat kota Bandung dan difungsikan bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk memproduksi usahanya, mengelola usahanya, dan memasarkan usahanya serta dapat mempamerkan produk-produk unggulannya juga dibekali dengan kelas-kelas workshop yang disediakan juga kantor yang disewakan.	Lembaga pemerintah dengan misi untuk menginspirasi pemikiran kreatif di masyarakat dan untuk mendorong ekonomi kreatif negara. Ini menyediakan berbagai sumber daya dan layanan.

Pengguna	<ul style="list-style-type: none"> • Wirausaha • Freelancer • Pelajar • Komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirausahawan • Freelancer • Pelajar • Komunitas
Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja • <i>Workshop/Training</i> • Pameran • Meeting 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja • <i>Workshop/Training</i> • Pameran • Meeting
Fasilitas Utama	Ruang kelas, Studio music, Studio fotografi, Studio fashion, Studio kriya, Studio tari, Studio game animasi dan render, <i>Coworking space</i> , Aula, Ruang bioskop atau teater	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Resourch Center</i> • <i>Exhibition Galleri</i> • <i>Creative Space</i> • <i>Creative Business Center</i> • <i>Maker Space</i> • <i>Material & Design Innovation Center</i>
Analisa	Bandung Creative Hub	Thailand Creative and Design Center
Fasilitas Umum	Musholla, Toilet, Bagian Informasi, Kantin, tempat parkir, Café, Ruang perpustakaan	<i>Co-Working Space</i> , Toilet, Bagian Informasi, Kantin, Café, <i>Phone Booth</i> , <i>Play Area</i> , dan Perpustakaan.
Tampilan Bangunan	Bentuk Bangunan Bandung <i>Creative Hub</i> ini menjadi ciri khas arsitektur modern berupa pada fasad yang diselimuti elemen-elemen bidang geometris, warna colorful, dan ornament extrude sehingga memunculkan identitas kreatif.	Tampilan bangunan bergaya arsitektur skandinavia karena memiliki bukaan besar dan banyak pada setiap sisi bangunan dan pewarnaan netral natural.

Struktur dan Material	Konstruksi pada bangunan ini menggunakan struktur rigid frame dengan jarak antar kolom 6m dan fasad bangunan dilapisi rangka space frame dengan finishing ACP.	Dengan bentuk bangunan tersebut dapat disimpulkan bahwa memakai struktur tiang pancang dengan dan menggunakan konstruksi struktur rigid frame.
Ruang Dalam	Interior menggunakan kontemporer style yang selalu up to date dan kekinian sebab merepresentasikan <i>creative hub</i> sebagai tempat bagi kaum produktif untuk berkarya dan berkolaborasi bersama.	Interior menggunakan konsep open space minimalist dengan rata rata ruangan berwarna putih, hitam dan diberi aksen warna-warna kontras.
Ruang Luar	Gedung Bandung <i>Creative Hub</i> ini memiliki ruang luar yang terlalu menonjol pada sisi entrance, yang mendominasi warna hijau kuning dan pada sisi bangunan terdapat taman kecil.	Pada luar bangunan langsung bertemu dengan parkir area yang khusus untuk mobil dan untuk ruang hijau yang sedikit.

Sumber : Analisa Pribadi, 2021

2.2 Tinjau Khusus Perancangan

2.2.1 Penekanan Perancangan

Penekanan perancangan Tugas Akhir yang akan dibangun dipertimbangkan berdasarkan analisa studi kasus yang telah di analisa guna untuk mendapatkan kriteria bangunan galeri yang memenuhi syarat – syarat ruang, kenyamanan, fungsi ruang, rekreatif ruang, estetika dan lebih menggunakan penataan tapak sebagai penyelesaiannya. Objek perancangan ini memiliki fungsi sebagai bangunan *public*. Diharapkan dengan adanya bangunan ini mampu menjadi

icon arsitektur baru bagi masyarakat Sidoarjo. Penekanan rancang lebih kepada penyelesaian bangunan dari tata letak ruang dalam hingga tampilan.

2.2.2 Lingkup Pelayanan

Lingkup pelayanan *Creativepreneur Center* di Sidoarjo ini diperuntukkan bagi semua kalangan masyarakat. Objek rancang ini dapat melayani masyarakat dalam skala regional sehingga asumsi tentang banyaknya pengunjung dapat di Analisa. Salah satu faktor *Creativepreneur Center* di Sidoarjo adalah sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk kerajinan serta karya-karya khas atau buatan Sidoarjo kepada masyarakat luas, dan juga sebagai tempat edukasi tentang pengerajin khas sidoarjo. Sehingga lingkup pelayanan obyek rancangan ini digunakan untuk menyediakan pelayanan bagi seluruh masyarakat luas namun lebih diprioritaskan kepada pembeli karya dan para usaha dibidang kreatif.

2.2.3 Aktivitas dan Kebutuhan Ruang

Pada sub bab ini menjelaskan analisis masalah perancangan *Creativepreneur Center* di Sidoarjo pada aktivitas dan kebutuhan ruangnya, dimana fungsi bangunan tersebut untuk mewadahi segala kegiatan pemuda Sidoarjo dengan mengelompokkan berdasarkan aktivitas masing-masing fungsi, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.2. 1. Analisis Aktivitas

Pelaku	Aktivitas	Kebutuhan Ruang
Pengelola (R. Servis)	<ul style="list-style-type: none"> • Datang • Istirahat • Beribadah • Menyimpan barang • Menerima barang • Menyimpan barang karyawan • Menyimpan alat-alat listrik • Memompa dan menampung air • Buang air kecil / besar 	<ul style="list-style-type: none"> • Pedestrian • Drop off • Parkir mobil, motor, bus • Ruang istirahat • Cafeteria • Taman • Musholla • Gudang • Loading dock • Ruang loker • Ruang genset • Ruang pompa

		<ul style="list-style-type: none"> • Toilet pria dan wanita
Staff Pengelola	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pengembangan dan usaha perusahaan • Melakukan pengelolaan terhadap dana yang diterima maupun dikeluarkan • Mengatur kegiatan dalam bidang industri setiap sektor • Rapat antar karyawan mengimpan barang • Menerima tamu memberikan informasi kepada pengunjung • Membersihkan area pusat ekonomi kreatif, menjaga, menyiapkan peralatan • Menanganu masalah yang berkaitan dengan perawatan bangunan, mekanikal, dan elektrikal. • Mengawasi CCTV dan keamanan • Menjaga keamanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang kepala UPT (Unit Pengelola Teknis) • Ruang staff administrasi • Ruang staff pengelola • Ruang rapat karyawan • Ruang loker • Lobby • Ruang istirahat karyawan • Ruang CCTV dan keamanan <p>Pos Satpam</p>
Pelaku	Aktivitas	Kebutuhan Ruang
Sektor Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan pembinaan berkaitan dengan kuliner • Memilih bahan • Memasak • Penyajian • Packaging • Mempromosikan dan menjual produk • Melihat dan membeli produk • Berkumpul sesame komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang workshop • Ruang masak • Dapur • Ruang penyimpanan • Sentra kuliner • R. Komunitas
Sektor Fesyen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan pembinaan berkaitan ddengan fesyen • Mendesain • Memilih material • Menjahit • Memamerkan produk • Melihat pemeran produk • Berkumpul sesame komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang workshop • Studio fesyen • Ruang markerspace • Exhibition area • R. Komunitas

Sektor Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan pembinaan berkaitan dengan fesyen • Mendesain • Memilih material • Menjahit • Memamerkan produk • Melihat pemeran produk • Berkumpul sesama komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang workshop • Studio fesyen • Ruang markerspace • Exhibition area • R. Komunitas •
Sektor Seni Rupa	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan pembinaan berkaitan dengan seni rupa • Mendesain • Memilih bahan • Produksi • Memamerkan, mempromosikan dan menjual produk • Melihat dan membeli produk • Mengontrol seluruh kegiatan • Berkumpul sesama komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang workshop • Studio seni rupa • Ruang makerspace • Exhibition area • Ruang control • R. Komunitas

Sumber : Analisis Pribadi, 2021

2.2.4 Perhitungan Luasan Ruang

Standar kebutuhan ruang menggunakan standar dari NAD (*Neufert Architecture Data*), AJM (*A.J. Metric*), AS (Asumsi), TTS (*Time Saver Standart*), dan SL (Studi Literatur). Perhitungan besaran ruang tersebut dapat dilihat pada table berikut:

a. Fasilitas Pengelola

Tabel 2.2. 2. Besaran Ruang Pengelola

Kategori Ruang	Nama Ruang	Standart		KAPASITAS ORANG		Kebutuhan	Hasil	SUMBER	LUAS (m2)	LUAS TOTAL (m2)	
		Jumlah	Satuan	Jumlah	Satuan					30%	
Pengelola	Ruang Kepala UPT	2	m2	4	orang	meja, kitchen	3	NAD	11	14.3	3.3
	Ruang Staff Pengelola	2	m2	10	orang	meja, kursi	7.2	NAD	27.2	35.36	8.16
	R. Rapat	2	m2	16	orang	meja, kursi	9.6	NAD	41.6	54.08	12.48
	R. CCTV & Keamanan	2	m2	4	orang	kursi	2.4	ASM	10.4	13.52	3.12
	R. Istirahat	2	m2	10	orang	kursi	6	ASM	26	33.8	7.8
Total										151.06	

Sumber : Hasil Analisis, 2021

b. Fasilitas Penunjang

Tabel 2.2. 3. Besaran Ruang Penunjang

Kategori Ruang	Nama Ruang	Standart		KAPASITAS ORANG		Kebutuhan	Hasil	SUMBER	LUAS (m2)	LUAS TOTAL (m2)	
		Jumlah	Satuan	Jumlah	Satuan					30%	
Area Penunjang	Kafetaria	3	m2	50	orang	meja, kursi	46	NAD	196	254.8	58.8
	ATM Center	2	m2	6	mesin			ASM	12	15.6	3.6
	Ruang Operator	6	m2	5	orang	5x6		NAD	30	39	9
	Co-Working Space (F)	2	m2	50	orang	meja, kursi	40	NAD	140	182	42
	Co-Working Space (S)	2	m2	50	orang	meja, kursi	40	NAD	140	182	42
	Store	2	m2	20	orang	meja, kursi		NAD	40	52	12
	Ruang Pameran	2	m2	50	orang	50x2		NAD	100	130	30
	Ruang Admin	2	m3	2	orang			NAD	4	5.2	1.2
Total										860.6	

Sumber : Hasil Analisis, 2021

c. Fasilitas Servis

Tabel 2.2. 4. Besaran Ruang Servis

Kategori Ruang	Nama Ruang	Standart		KAPASITAS ORANG		Kebutuhan	Hasil	SUMBER	LUAS (m2)	LUAS TOTAL (m2)	
		Jumlah	Satuan	Jumlah	Satuan					40%	
Area Servis dan parkir	Parkir Mobil	15	m2	30	Mobil	30x15		NAD	450	630	180
	Parkir Motor	2	m2	120	motor	150x2		NAD	240	336	96
	Parkir Bus	24	m2	3	Bus	3x24		NAD	72	100.8	28.8
	Loading dock	12	unit	2	unit			NAD	24	33.6	9.6
	Musholla	2	m2	20	orang			NAD	40	56	16
	Gudang	9	m2	1	unit			NAD	9	12.6	3.6
	Toilet	2.25	m2	32	orang			NAD	72	100.8	28.8
	Lobby	0.8	m2	50	orang			NAD	40	56	16
	R. Tunggu	1.5	m2	12	orang	meja kursi	9.9	NAD	27.9	39.06	11.16
	Resepsionis	4	m2	6	orang			NAD	24	33.6	9.6
	R. Genset	1	m2	16	unit			NAD	16	22.4	6.4
	R. Pompa	1	m2	16	unit			NAD	16	22.4	6.4
	Limbah Sampah	16	m2	1	unit			SB	16	22.4	6.4
	Gardu PLN	16	m2	1	unit			SB	16	22.4	6.4
	Lift	26	m2	4	unit			NAD	104	145.6	41.6
	Lift Barang	30	m2	4	unit			NAD	120	168	48
	Tangga Darurat	14	m2	4	unit			NAD	56	78.4	22.4
Total										1880.06	

Sumber : Hasil Analisis, 2021

d. Fasilitas Sektor Kreatif

Tabel 2.2. 5. Besaran Ruang Sektor Kreatif

Kategori Ruang	Nama Ruang	Standart		KAPASITAS ORANG		Kebutuhan	Hasil	SUMBER	LUAS (m2)	LUAS TOTAL (m2)	
		Jumlah	Satuan	Jumlah	Satuan					30%	
Sektor Kuliner	Studio Masak	2	m2	20	orang	meja, kitchen	70	NAD	110	143	33
	Ruang Workshop	2	m2	16	orang	meja, kursi	11.5	NAD	43.5	56.55	13.05
	Gudang	9	m2	1	orang	gudang 3x3	0	NAD	9	11.7	2.7
	R. Komunitas	2	m2	20	orang	kursi	10	ASM	50	65	15
	Area Pameran	2	m2	50	orang			NAD	100	130	30
									0	0	
Sektor Desain Produk	Ruang Workshop	2	m2	16	orang	meja, kursi	11.5	NAD	43.5	56.55	13.05
	Ruang Markerspace	2	m2	20	orang	meja, etalase	12	NAD	52	67.6	15.6
	Studio Desain	2	m2	16	orang	meja, kursi	16	NAD	48	62.4	14.4
	Gudang	9	m2	1	orang	gudang 3x3	0	NAD	9	11.7	2.7
	R. Komunitas	2	m2	20	orang	kursi	10	ASM	50	65	15
	Area Pameran	2	m2	50	orang			NAD	100	130	30
									0	0	
Sektor Fesyen	Ruang Markerspace	2	m2	8	orang	alat jahit	12	NAD	28	36.4	8.4
	Studio Fesyen	2	m2	16	orang	meja, kursi	16	NAD	48	62.4	14.4
	Ruang Workshop	2	m2	16	orang	meja, kursi	11.5	NAD	43.5	56.55	13.05
	Gudang	9	m2	1	orang	gudang 3x3	0	NAD	9	11.7	2.7
	R. Komunitas	2	m2	20	orang	kursi	10	ASM	50	65	15
									0	0	
									100	130	30
Area Seni Rupa	Ruang Markerspace	2	m2	20	orang	meja, etalase	12	NAD	52	67.6	15.6
	Studio Seni Rupa	2	m2	16	orang	meja, kursi	16	NAD	48	62.4	14.4
	Ruang Workshop	2	m2	16	orang	meja, kursi	11.5	NAD	43.5	56.55	13.05
	Gudang	9	m2	1	orang	gudang 3x3	0	NAD	9	11.7	2.7
	R. Komunitas	2	m2	20	orang	kursi	10	ASM	50	65	15
									0	0	
									100	130	30
Total										1554.8	

Sumber : Hasil Analisis, 2021

2.2.5 Program Ruang

Perhitungan luasan ruang disusun berdasarkan jumlah dan standar satuan dari masing-masing aktivitas, serta prasarana yang dibutuhkan pada masing-masing ruang tersebut. Berikut tabel pengelompokan sesuai dengan klasifikasi ruang pada *Creativepreneur Center* di Sidoarjo:

Tabel 2.2. 6. Program ruang

No.	Kebutuhan Ruang	Fasilitas Ruang	Besaran Ruang
1	Fasilitas Pengelola	Kantor pengelola, ruang manager, staff, cctg, pemasaran. Arsip, keamanan, ruang rapat, dan resepsionis	151.06
2	Fasilitas Penunjang	Cafeteria, ATM Center, musholla, Co-working space, dan perpustakaan,	860.6
4	Fasilitas Sektor Kreatif	Ruang area kuliner, Ruang area desain produk, Ruang area fesyen, Ruang area seni rupa.	1554.8
5	Fasilitas Servis	Toilet, ruang MEP, Gudang, dan loading dock	1880.06
Total			4446.52

Sumber : Hasil Analisis, 2021