

**PERANCANGAN *CREATIVE HUB* DENGAN PENDEKATAN  
*BEHAVIOR SETTING* DI BANDAR LAMPUNG**

**Skripsi**

**Oleh**

**ALVA CHAIRYAL HIJAYA**

**1715012018**



**FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2024**

## ABSTRAK

### PERANCANGAN *CREATIVE HUB* DENGAN PENDEKATAN *BEHAVIOR SETTING* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

ALVA CHAIRYAL HIJAYA

Berdasarkan data dari Kemenparekraf pada tahun 2020, industri ekonomi kreatif merupakan salah satu industri yang meningkat perkembangannya baik secara global maupun secara nasional. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pada tahun 2020, kota Bandar Lampung menjadi kota dengan persentase ekonomi kreatif paling tinggi pada Provinsi Lampung. Ada tiga subsektor yang menjadi unggulan ekonomi kreatif di Bandar Lampung yaitu kuliner (72,32%), *fashion* (14,87%) dan kriya (7,81%). Hal ini berakibat pada munculnya kebutuhan ruang dan fasilitas bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan kualitas produk mereka. *Creative hub* dapat menjadi solusi untuk menyediakan kebutuhan tersebut, namun menurut penelitian *British Council* beberapa *creative hub* yang sudah ada di Indonesia tidak berjalan sesuai dengan fungsinya. Beberapa masalah utama yang mengakibatkan hal ini adalah kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bangunan *creative hub* tersebut dan desain program ruang maupun interior bangunan yang tidak sesuai dengan fungsi spesifik bangunan. Oleh karena itu, pendekatan *behavior setting* dipilih untuk memecahkan masalah tersebut. Pendekatan *behavior setting* dapat digunakan untuk mengatur perilaku pengguna dalam suatu ruang sehingga tepat dengan fungsi yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, studi kasus terhadap 3 *creative hub* di Indonesia akan dilakukan menggunakan metode *place-centered mapping* untuk menemukan pola perilaku pengguna pada ketiga *creative hub* tersebut. Hasil dari studi kasus tersebut kemudian akan di analisis untuk menemukan pola-pola ruang yang dapat diterapkan dalam konsep perancangan *creative hub* di Bandar Lampung.

**Kata kunci:** *Industri Kreatif, Creative Hub, Behavior setting, Place Centered Mapping, Bandar Lampung*

**PERANCANGAN *CREATIVE HUB* DENGAN PENDEKATAN  
*BEHAVIOR SETTING* DI BANDAR LAMPUNG**

**( Skripsi )**

**Oleh**

**ALVA CHAIRYAL HIJAYA  
1715012018**

**Jurusan Arsitektur  
Fakultas Teknik Universitas Lampung**



**FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

Judul Skripsi

: **PERANCANGAN CREATIVE HUB DENGAN  
PENDEKATAN BEHAVIOR SETTING  
DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Alva Chairyal Hijaya**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1715012018**

Program Studi

: **S1 Arsitektur**

Jurusan

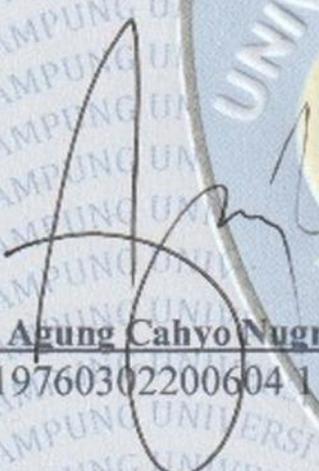
: **Arsitektur**

Fakultas

: **Teknik**

**MENYETUJUI**

1. **Komisi Pembimbing**

  
**Ir. Ar. Agung Cahyo Nugroho, S.T., M.T.**

**NIP. 19760302200604 1 002**

  
**Fadhilah Rusmiati S.T., M.T.**

**NIP. 19890919202012 2 015**

**MENGETAHUI**

2. **Ketua Program Studi S1 Arsitektur**

  
**Ir. Ar. Kelik Hendro Basuki, S.T., M.T.**

**NIP. 197312181218200501 1 002**

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Pembimbing

: **Ir. Ar. Agung Cahyo Nugroho, S.T., M.T.**

NIP. 19760302 200604 1 002

Pembimbing

: **Fadhilah Rusmiati S.T., M.T.**

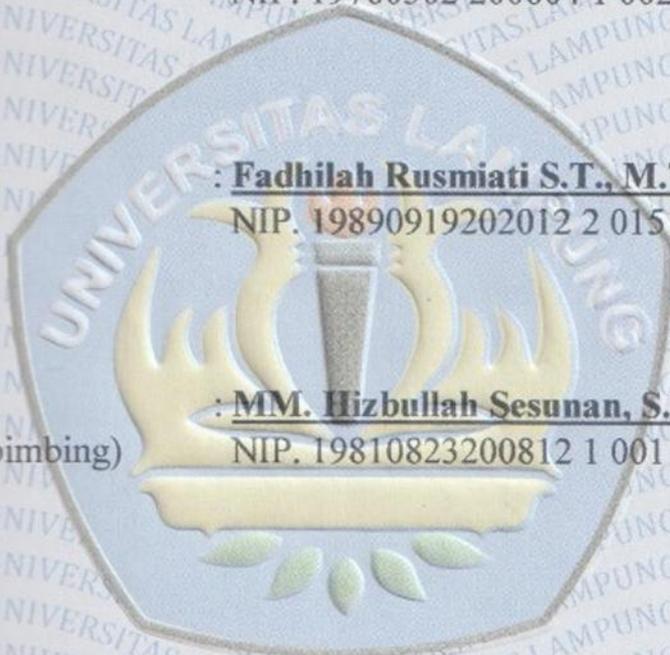
NIP. 19890919202012 2 015

Penguji

(bukan pembimbing)

: **MM. Hizbullah Sesunan, S.T., M.T.**

NIP. 19810823200812 1 001



2. Dekan Fakultas Teknik Universitas Lampung

**Dr. Eng. Ir. Helmy Fitriawan, S.T., M.Sc.**

NIP. 19750928 200112 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **05 April 2024**

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ALVA CHAIRYAL HIJAYA**  
NPM : 1715012018  
Judul : **Perancangan *Creative Hub* Dengan Pendekatan *Behavior Setting* Di Bandar Lampung**

Menyatakan bahwa, Laporan Skripsi ini dibuat sendiri oleh penulis dan bukan hasil plagiat sebagaimana diatur dalam Pasal 36 Ayat 2 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Surat Keputusan Rektor Nomor 6 Tahun 2016.

Yang Membuat  
Pernyataan,



**ALVA CHAIRYAL HIJAYA**  
NPM. 1715012018

## RIWAYAT HIDUP

ALVA CHAIRYAL HIJAYA, lahir di Jakarta pada tanggal 15 September 1999, adalah anak dari pasangan suami istri Bapak Hijaya dan Ibu Cut Chairany yang merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

1. TK Highscope Indonesia, Kota Depok, DKI Jakarta, 2005.
2. SDIF Al-Fikri, Kota Depok, Jawa Barat, 2011.
3. SMP Highscope Indonesia, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 2014.
4. SMA Highscope Indonesia, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 2017.

Setelah menyelesaikan pendidikan di SMA Highscope Indonesia, penulis melanjutkan studi dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai Mahasiswa S1 Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Lampung. Pada tahun 2024 penulis telah mengerjakan Laporan Skripsi dengan judul “Perancangan *Creative Hub* dengan pendekatan *Behavior Setting* di Bandar Lampung” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas mata kuliah Skripsi dan mencapai gelar S1 Arsitektur di Fakultas Teknik Universitas Lampung.

## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahiim*

*Alhamdulillahirrahmanirrahim, segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberian nikmat dan hidayahnya sehingga hambah masih diberikan kekuatan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan laporan ilmiah ini.*

*Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W beserta sahabatnya, semoga kita tetap istiqamah menjalankan sunnahnya serta mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir kelak amiin yaa rabbal a'lamiin.*

*Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua penulis,*

*Bapak Hijaya dan Ibu Cut Chairany*

*yang begitu banyak perjuangan dan pengorbanan dalam mendukung serta mendoakan penulis dalam menempuh pendidikan sampai saat ini.*

*Serta penulis persembahkan untuk dosen pembimbing yang selalu memberikan ilmu dan membimbing penulis dan rekan rekan mahasiswa arsitektur Universitas Lampung dan untuk almamater tercinta.*

## SANWACANA

*Alhamdulillah* *rabbil'alamiin*, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi saya. Penulisan laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 Arsitektur di Universitas Lampung.

Pada penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, bimbingan, dan pengarah dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Eng. Ir. Helmy Fitriawan, S.T., M.Sc.. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Lampung.
2. Bapak Ir. Ar. Agung Cahyo Nugroho, S.T.,M.T. selaku Ketua Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Lampung dan selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah memberikan arahan serta ilmunya untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Ibu Fadhillah Rusmiati S.T., M.T selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah memberikan arahan serta ilmunya untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen beserta staff jurusan S1 Arsitektur, Universitas Lampung atas ilmu, pelajaran dan pengalaman yang penulis terima.
5. Teristimewa kepada kedua orang tua saya, Bapak Hijaya dan Ibu Cut Chairany yang sangat saya cintai yang telah memberikan cita, kasih sayang, dukungan, motivasi setiap hari kepada saya sehingga saya bisa berada di titik saat ini dan terus berjuang.

7. Teman – teman seperjuangan S1 Arsitektur Angkatan 2017 yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, yang telah memberikan dukungan, kebahagiaan, kepedulian dan kebersamaan selama di Gedung tercinta dan di luar sana.
8. Tentunya kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini menyelesaikan laporan ilmiah ini dengan sabar dalam melewati berbagai cobaan dan rintangan yang dialami dan tetap teguh dan gigih dalam menyusun dan menyelesaikan laporan ilmiah dengan usaha yang terbaik.
9. Semua pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas motivasi dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Laporan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga Laporan yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 22 Maret 2024

**Alva Chairyal Hijaya**

NPM. 1715012018

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Batasan Perancangan.....	5
1.5 Tujuan Perancangan .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
1.7 Kerangka Berfikir.....	7
<b>BAB 2: TINJAUAN UMUM .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Umum <i>Creative Hub</i> .....	8
2.1.1 Pengertian <i>Creative Hub</i> .....	8

2.1.2	Fungsi <i>Creative Hub</i> .....	8
2.1.3	Klasifikasi <i>Creative Hub</i> .....	9
2.1.4	Kegiatan dalam <i>Creative Hub</i> .....	10
2.1.5	Standar Kebutuhan Ruang <i>Creative Hub</i> .....	11
2.2	Tinjauan <i>Behavior Setting</i> .....	12
2.2.1	Pengertian Arsitektur Perilaku .....	12
2.2.2	Pengertian <i>Behavior Setting</i> .....	13
2.3	Studi Preseden Bangunan <i>Creative Hub</i> .....	16
2.3.1	Jakarta <i>Creative Hub</i> .....	16
2.3.2	Bogor <i>Creative Center</i> .....	19
2.3.3	Bandung <i>Creative Hub</i> .....	21
2.4	Analisis <i>Behavior Setting</i> pada Bangunan <i>Creative Hub</i> .....	24
2.4.1	Metode Analisis .....	24
2.4.2	Kelompok Pengunjung pada <i>Creative Hub</i> .....	24
2.4.3	Analisis <i>Behavior Setting</i> dengan <i>Place-Centered Mapping</i> .....	25
2.5	Kesimpulan Analisis <i>Behavior Setting</i> pada Bangunan <i>Creative Hub</i> .....	41
2.6	Keluaran Hasil Studi Preseden Bangunan <i>Creative Hub</i> .....	42
<b>BAB 3:</b>	<b>METODE PERANCANGAN .....</b>	<b>44</b>
3.1	Ide Perancangan .....	44
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	44
3.3	Analisis Perancangan .....	45
3.4	Konsep Perancangan .....	45
3.5	Alur Perancangan .....	46
<b>BAB 4:</b>	<b>ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>47</b>
4.1	Tinjauan Wilayah Perancangan .....	47
4.1.1	Gambaran Umum Kota Bandar Lampung .....	47
4.1.2	<i>Mapping</i> Ekonomi Kreatif di Bandar Lampung.....	49
4.2	Pemilihan Lokasi Tapak .....	51
4.2.1	Kriteria Pemilihan Tapak.....	51
4.2.2	Alternatif Lokasi Tapak.....	52
4.2.3	Pembobotan Alternatif Tapak .....	55
4.3	Analisis Tapak.....	56
4.3.1	Analisis SWOT Tapak.....	56
4.3.2	Analisis Makro .....	58

4.3.3	Analisis Mikro .....	59
4.4	Analisis Fungsional .....	65
4.4.1	Analisis Fungsi .....	65
4.4.2	Analisis Pengguna .....	67
4.4.3	Analisis Jumlah Pengguna .....	68
4.4.4	Analisis Pola Kegiatan .....	69
4.4.5	Analisis Kegiatan Pelaku .....	71
4.5	Analisis Spasial .....	72
4.5.1	Kebutuhan Ruang .....	72
4.5.2	<i>Bubble</i> Hubungan Ruang .....	77
<b>BAB 5:</b>	<b>KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>80</b>
5.1	Konsep Dasar Perancangan .....	80
5.2	Konsep Perancangan Tapak .....	80
5.2.1	Konsep Zonasi .....	80
5.2.2	Konsep Aksesibilitas dan Sirkulasi .....	82
5.3	Konsep Perancangan Massa Bangunan .....	83
5.4	Konsep Struktur .....	86
5.5	Konsep Sistem Utilitas .....	87
5.5.1	Sistem Distribusi Air Bersih .....	87
5.5.2	Sistem Pembuangan Air .....	87
5.6	Konsep Interior .....	88
5.6.1	Material .....	88
5.6.2	<i>Lighting</i> .....	90
5.7	Konsep Eksterior .....	90
5.7.1	Konsep Fasad .....	90
5.7.2	Vegetasi .....	90
5.8	Hasil Perancangan .....	92
5.8.1	Rencana Tapak (Siteplan) .....	92
5.8.2	Denah .....	92
5.8.3	Potongan .....	95
5.8.4	Tampak .....	95
5.8.5	Perspektif .....	96
<b>BAB 6:</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
6.1	Kesimpulan .....	98

6.2 Saran .....99

**DAFTAR PUSTAKA ..... 100**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Grafik ekspor ekonomi kreatif global .....	1
Gambar 1.2 Grafik ekspor dan impor ekonomi kreatif Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Tenaga kerja ekonomi kreatif formal dan informal di Indonesia .....	3
Gambar 1.4 Bagan kerangka berfikir .....	7
Gambar 2.1 Area entrance Jakarta Creative Hub .....	17
Gambar 2.2 Gedung Grha Niaga Thamrin .....	17
Gambar 2.3 Denah Jakarta Creative Hub .....	18
Gambar 2.4 Bogor Creative Center .....	19
Gambar 2.5 Denah Bogor Creative Center .....	20
Gambar 2.6 Bandung Creative Hub .....	21
Gambar 2.7 Denah Lantai 1 Bandung Creative Hub .....	22
Gambar 2.8 Denah Lantai 2 Bandung Creative Hub .....	22
Gambar 2.9 Denah Lantai 3 Bandung Creative Hub .....	23
Gambar 2.10 Denah Lantai 4 Bandung Creative Hub .....	23
Gambar 2.11 Denah Lantai 5 Bandung Creative Hub .....	23
Gambar 2.12 Denah Jakarta Creative Hub .....	41
Gambar 2.13 Denah Jakarta Creative Hub .....	42
Gambar 3.1 Bagan alur perancangan.....	46
Gambar 4.1 Peta wilayah Kota Bandar Lampung .....	48
Gambar 4.2 Peta ekonomi kreatif unggulan Kota Bandar Lampung .....	50
Gambar 4.3 Alternatif Tapak 1.....	52
Gambar 4.4 Alternatif Tapak 2.....	53
Gambar 4.3 Alternatif Tapak 3.....	54
Gambar 4.6 Ukuran Tapak .....	59
Gambar 4.7 Arah matahari pada tapak .....	60

Gambar 4.8 Arah datangnya angin pada tapak .....	61
Gambar 4.9 Akses dan sirkulasi tapak .....	62
Gambar 4.10 Kebisingan pada tapak .....	63
Gambar 4.11 View pada tapak .....	64
Gambar 4.12 Kontur tapak .....	65
Gambar 4.13 Potongan kontur tapak .....	65
Gambar 4.14 Pola kegiatan pelaku ekonomi kreatif .....	69
Gambar 4.15 Pola kegiatan komunitas seni .....	70
Gambar 4.16 Pola kegiatan pelaksana event .....	70
Gambar 4.17 Pola kegiatan staff dan pengelola .....	70
Gambar 4.18 Pola kegiatan pengunjung umum .....	70
Gambar 4.19 Keterangan pada <i>bubble</i> hubungan ruang .....	77
Gambar 4.20 <i>Bubble</i> keseluruhan zonasi .....	77
Gambar 4.21 <i>Bubble</i> zona personal space .....	78
Gambar 4.22 <i>Bubble</i> zona presentation space .....	78
Gambar 4.23 <i>Bubble</i> zona collaboration space .....	78
Gambar 4.24 <i>Bubble</i> zona penunjang .....	79
Gambar 4.24 <i>Bubble</i> zona pengelola .....	79
Gambar 4.26 <i>Bubble</i> zona makerspace .....	79
Gambar 5.1 GSB tapak .....	81
Gambar 5.1 Konsep zonasi tapak .....	81
Gambar 5.3 Konsep aksesibilitas dan sirkulasi tapak .....	82
Gambar 5.4 Zonasi dan peletakan massa bangunan .....	83
Gambar 5.5 Gubahan massa bangunan .....	83
Gambar 5.6 Gubahan massa bangunan .....	83
Gambar 5.7 Gubahan massa bangunan .....	84
Gambar 5.8 Bukit pada massa bangunan .....	84
Gambar 5.8 Kanopi lantai 2 dan void pada bangunan .....	85
Gambar 5.10 Rencana tapak .....	86
Gambar 5.11 Sistem struktur bawah (pondasi) .....	86
Gambar 5.12 Sistem struktur bawah (pondasi) .....	86
Gambar 5.13 Sistem distribusi air bersih .....	87
Gambar 5.14 Material lantai dan dinding interior .....	88
Gambar 5.15 Material lantai dan dinding di ruang publik .....	88
Gambar 5.16 Material karet pada lantai <i>makerspace</i> .....	88

Gambar 5.17 Material peredam pada dinding <i>makerspace</i> .....	89
Gambar 5.18 Tirai <i>vinyl</i> semi transparan.....	89
Gambar 5.19 Furnitur <i>built-in</i> plat baja dan akrilik.....	89
Gambar 5.21 Kisi-kisi kayu pada fasad bangunan.....	90
Gambar 5.22 Rencana Tapak (Siteplan).....	92
Gambar 5.23 Denah .....	94
Gambar 5.24 Potongan.....	95
Gambar 5.25 Tampak.....	95
Gambar 5.26 Perspektif.....	97

## DAFTAR TABEL

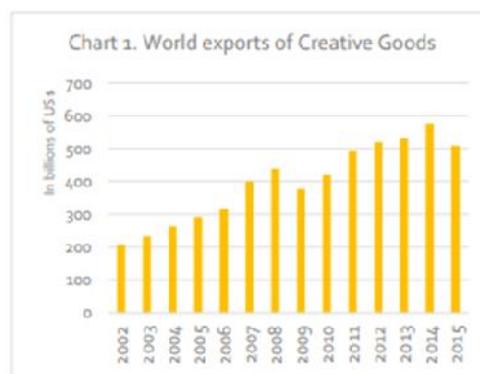
Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Analisis behavior setting pada Jakarta Creative Hub.....	29
Tabel 2.2 Analisis behavior setting pada Bogor Creative Center .....	32
Tabel 2.3 Analisis behavior setting pada Bogor Creative Center di Lantai 1, 2, dan 3....	36
Tabel 2.4 Analisis behavior setting pada Bogor Creative Center di Lantai 4 dan 5.....	40
Tabel 2.5 Keluaran hasil penelitian .....	43
Tabel 4.1 Wilayah perencanaan Kota Bandar Lampung tahun 2021-2041.....	49
Tabel 4.2 Analisis SWOT Tapak .....	58
Tabel 4.3 Fungsi bangunan creative hub .....	66
Tabel 4.4 Kelompok pengelola creative hub .....	68
Tabel 4.5 Pengguna creative hub .....	69
Tabel 4.6 Kegiatan pengguna dan ruangnya.....	72
Tabel 4.7 Besaran ruang pada creative hub .....	76
Tabel 4.8 Total besaran ruang bangunan creative hub .....	77
Tabel 5.1 Vegetasi pada creative hub.....	91

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

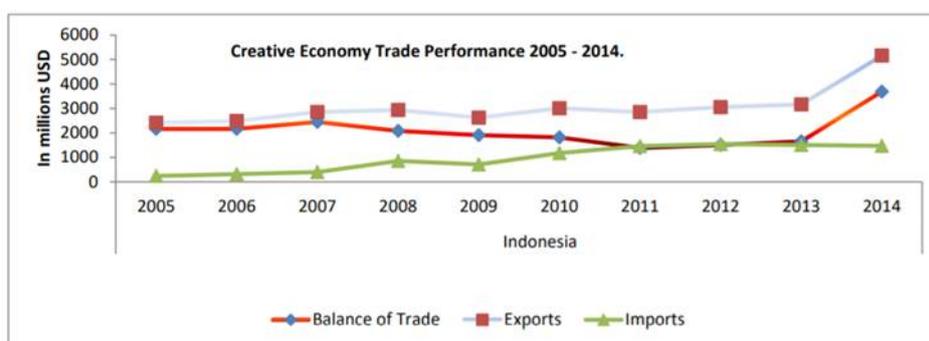
Industri kreatif merupakan salah satu industri yang perkembangannya meningkat setiap tahunnya. Data dari *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) menunjukkan bahwa pertumbuhan nilai dari industri kreatif global meningkat dua kali lipat yaitu dari 208 milyar USD pada tahun 2002 menjadi 509 milyar pada tahun 2015. Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia membagi industri kreatif menjadi beberapa subsektor yaitu pengembang permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, *fashion*, kuliner, film/animasi/video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi/radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan dan aplikasi.



Gambar 1.1 Grafik ekspor ekonomi kreatif global  
Sumber: Creative Economy Outlook, UNCTAD

Di Indonesia sendiri, pertumbuhan industri kreatif berbanding dengan data global yang sudah disampaikan sebelumnya. Berdasarkan data dari

Badan Pusat Statistik, ekonomi kreatif di Indonesia pun cukup berkembang jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, terjadi kenaikan 3.23% dari tahun 2015 ke 2016 pada pemasukan dari jumlah ekspor ekonomi kreatif. Jumlah tenaga kerja pada bidang ekonomi kreatif di Indonesia juga meningkat dari 15.96 juta orang pada tahun 2015 menjadi 16,91 juta orang pada tahun 2016. Dari data BEKRAF yang sama, juga disebutkan bahwa beberapa sektor ekonomi kreatif yang berkembang pesat di Indonesia adalah perfilman, animasi, dan DKV (desain komunikasi visual). Data dari UNCTAD juga menunjukkan bahwa jumlah export produk ekonomi kreatif dari Indonesia meningkat dua kali lipat pada tahun 2015 jika dibandingkan dengan 2005. Net export Indonesia juga positif yang mana menunjukkan potensi Indonesia dalam perekonomian industri kreatif.



Gambar 1.2 Grafik ekspor dan impor ekonomi kreatif Indonesia  
Sumber: Creative Economy Outlook, UNCTAD

Peningkatan pada pertumbuhan ekonomi kreatif tentunya akan meningkatkan jumlah produk yang kemudian akan meningkatkan juga kualitas produk tersebut. Peningkatan kualitas pada produk ekonomi kreatif akan membutuhkan peralatan yang lebih canggih untuk produksi yang mana akan membutuhkan biaya cukup mahal dan ruang cukup besar. Selain itu, berdasarkan data dari Laporan Ekspor Ekonomi Kreatif oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2019, subsektor industri kreatif dengan jumlah ekspor tertinggi di Indonesia adalah *fashion* (62,04%), dan *kriya* (30,95%). Kedua subsektor ini membutuhkan fasilitas dalam mengembangkan produk mereka, namun beberapa subsektor lain pun juga membutuhkan fasilitas lain dengan tujuan yang sama. Oleh karena itu, muncul kebutuhan untuk sebuah tempat

yang menyediakan fasilitas tersebut sehingga para pelaku ekonomi kreatif tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk bisa meningkatkan kualitas produk mereka. Beberapa contoh dari alat tersebut adalah studio *motion capture*, studio *green screen*, *3d-printer*, mesin jahit, *laser cutter*, dan masih banyak lagi. Selain itu, kebutuhan terhadap wadah pelaku kreatif juga meningkat. Dengan banyaknya pelaku ekonomi kreatif yang bekerja secara informal/*freelance*, adanya sebuah tempat yang bekerja sebagai wadah/sarana para kreator akan mempermudah mereka mendapat pekerjaan, koneksi, dan tentunya mempermudah konsumen untuk mencari kreator yang cocok dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1.3 Tenaga kerja ekonomi kreatif formal dan informal di Indonesia  
Sumber: BEKRAF

*Creative hub* adalah sebuah tempat bisa berupa *virtual* maupun secara langsung yang menghubungkan pelaku industri kreatif. *Creative hub* berfungsi sebagai penyeleggara/penyedia tempat untuk mendukung terbangunnya jaringan, pengembangan bisnis, dan interaksi antara sektor ekonomi kreatif, budaya dan teknologi. Indonesia sendiri memiliki beberapa *creative hub*, di antaranya adalah Jakarta Creative Hub, Bandung Creative Hub, dan Bogor Creative Center. Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh British Council dalam jurnal penelitian “*Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia*” pada tahun 2017, disebutkan bahwa beberapa isu yang paling signifikan dalam *creative hub* yang sudah ada di Indonesia adalah rendahnya *market knowledge* dan penggunaan bangunan *creative hub* yang hanya digunakan untuk *co-working* namun tidak ada aspek komunitas kreatif dalam *creative hub* itu sendiri.

Desain arsitektural memiliki peran penting terhadap bekerja atau tidaknya suatu fungsi bangunan. Dalam hal ini, tentunya desain bangunan menjadi salah satu faktor penyebab tidak adanya komunitas yang terbangun dalam area *creative hub*. Oleh karena itu, dibutuhkan desain *creative hub* yang secara arsitektural dapat mendorong terjadinya interaksi antar kreator, maupun antara kreator dengan konsumen sehingga bisa membangun komunitas dan membuat ekosistem *creative hub* yang berkelanjutan (*sustainable*). Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menggunakan pendekatan arsitektur *behavior setting*.

Dalam buku "*Inquiry by Design*" oleh John Zeisei, dijelaskan bahwa *behavior setting* sendiri adalah penggunaan hubungan timbal balik antara perilaku manusia dan ruang/lingkungan di sekitarnya untuk mengatur (*setting*) perilaku manusia tersebut. Dalam konteks isu ini, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dan hubungan antar orang/kelompok, di antaranya adalah objek, pembatas, karakteristik ruang, dan kondisi lingkungan. Dengan teori yang ada dan data dari penelitian ini, diharapkan bisa menciptakan konsep/panduan dalam merancang *creative hub* agar perancang dapat mengatur bagaimana dan di mana interaksi akan terjadi sehingga fungsi dari *creative hub* tersebut bisa tercapai dengan baik.

Menurut Statistik Ekonomi Kreatif 2020 yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Bandar Lampung merupakan pusat perkembangan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung. Sebaran ekonomi kreatif di Bandar Lampung adalah 49,92% disusul dengan Lampung Selatan sebesar 8,29% dan Lampung Tengah sebesar 7,36% sebagai tiga kota dengan distribusi ekonomi kreatif tertinggi di provinsi Lampung. Tiga subsektor ekonomi kreatif yang ada di Bandar Lampung adalah musik (22,98%), aplikasi dan pengembangan *game* (13,71%) dan seni pertunjukan (10,83%). Ketiga subsektor ini membutuhkan fasilitas dan wadah untuk mengembangkan produk mereka, contohnya seperti studio rekaman, studio tari, dan studio animasi. Oleh karena itu, Bandar Lampung dipilih dalam perancangan ini sebagai *site* dibangunnya *creative hub* dengan menggunakan konsep *behavior setting*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Berdasarkan penelitian dari British Council, banyak *creative hub* di Indonesia yang belum bekerja sebagaimana mestinya, beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah desain bangunan dan *setting* dalam masing-masing ruang.
- 2) Bandar Lampung belum memiliki tempat yang bisa menjadi pusat untuk memfasilitasi kegiatan tiga sektor ekonomi kreatif terbesar di Provinsi Lampung.

## 1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut.

- 1) Kegiatan-kegiatan apa yang terjadi di *creative hub*?
- 2) Bagaimana perilaku pengguna bangunan *creative hub*?
- 3) Bagaimana merancang tata massa dan tata ruang dalam *creative hub* menggunakan pendekatan *behavior setting* sehingga dapat mendorong terjadinya interaksi?

## 1.4 Batasan Perancangan

Batasan dalam perancangan ini yaitu bangunan *creative hub* dengan menggunakan pendekatan *behavior setting* sebagai konsepnya untuk mendorong interaksi antar pengguna sehingga terbangun komunitas dalam *creative hub*.

## 1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini yaitu sebagai berikut.

- 1) Memenuhi salah satu syarat akademik pada bidang studi S1 Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lampung.
- 2) Untuk mengetahui pentingnya integrasi komunitas dalam keberhasilan fungsi sebuah desain *creative hub*.
- 3) Untuk mengetahui tentang penerapan pendekatan *behavior setting* pada *creative hub*.

- 4) Membuat semacam panduan atau konsep dalam merancang *creative hub* yang berfokus pada interaksi penggunaanya dan komunitas.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan, Skripsi Tugas Akhir ini disusun dalam sistematika penulisan sebagai berikut.

### a. **BAB I : Pendahuluan**

Bab I menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan kerangka berfikir.

### b. **BAB II : Tinjauan Umum**

Bab II menguraikan pembahasan mengenai *creative hub*, tinjauan tentang pendekatan arsitektur *behavior setting* dan studi preseden secara keseluruhan.

### c. **BAB III : Metode Perancangan**

Bab III menguraikan tentang tata cara analisa dari *creative hub* melalui teknik pengambilan data untuk kemudian dijadikan perancangan *creative hub*.

### d. **BAB IV : Analisis Perancangan**

Bab IV menjelaskan analisis perancangan berupa analisis tapak, analisis aktivitas atau kegiatan, analisis pengguna, kebutuhan ruang, organisasi ruang, sirkulasi dan analisis lain yang menjadi referensi dalam perancangan *creative hub*.

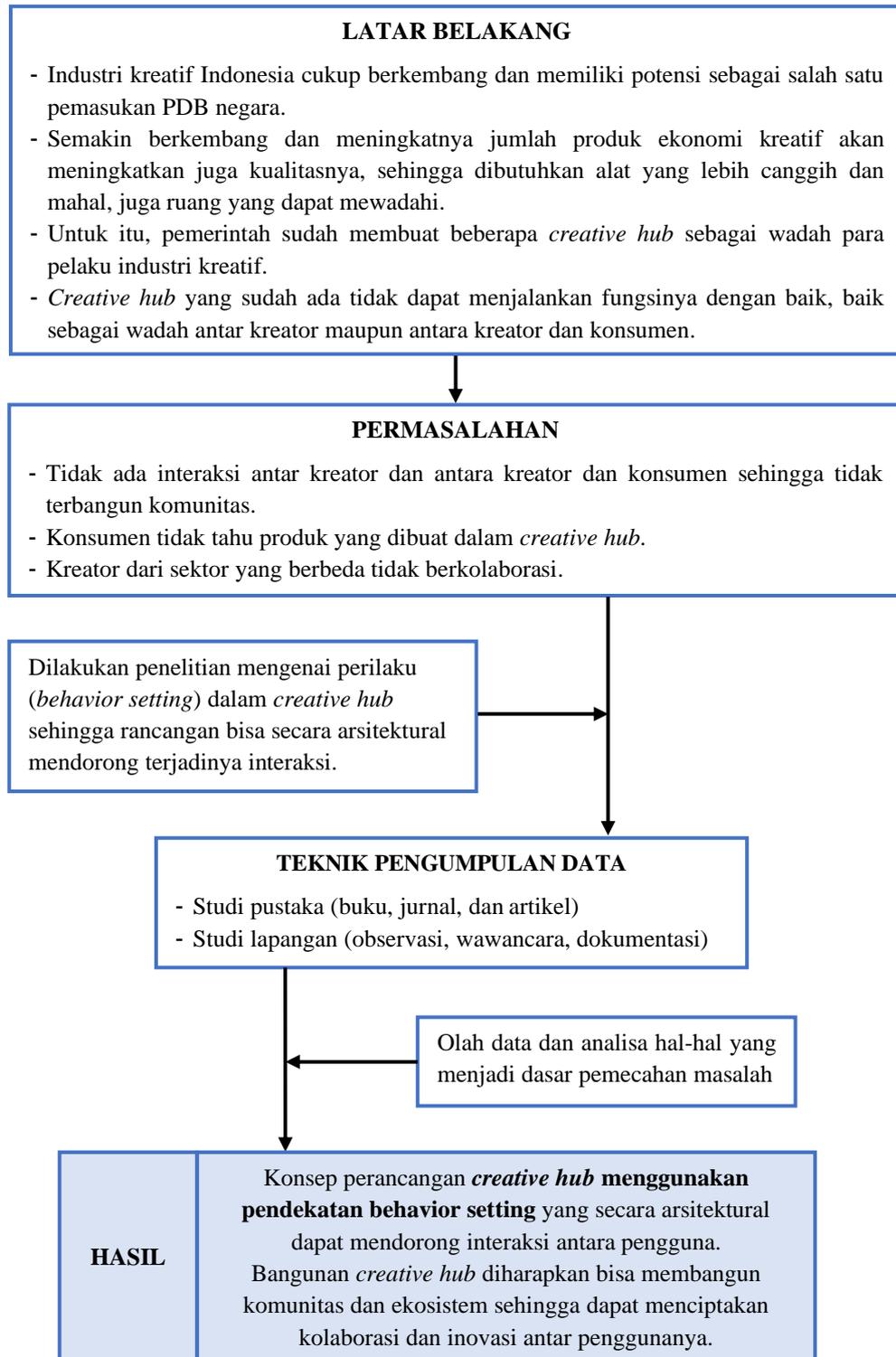
### e. **BAB V : Konsep Perancangan**

Bab V menjelaskan tentang konsep perancangan yang akan digunakan dalam merancang *creative hub*, meliputi konsep perancangan tapak, perancangan arsitektur, perancangan struktur, konsep utilitas.

### f. **BAB VI : Penutup**

Bab VI menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari penulis.

## 1.7 Kerangka Berfikir



Gambar 1.4 Bagan kerangka berfikir

Sumber: Olah data penulis

## **BAB 2:**

### **TINJAUAN UMUM**

#### **2.1 Tinjauan Umum *Creative Hub***

##### **2.1.1 Pengertian *Creative Hub***

Menurut Creative HubKit yang dirilis oleh British Council Creative Economy, *creative hub* diartikan sebagai sebuah tempat baik berupa *virtual* maupun secara langsung yang menghubungkan para pelaku industri kreatif. *Creative hub* berfungsi sebagai penyelenggara/penyedia tempat untuk mendukung terbangunnya jaringan, pengembangan bisnis, dan interaksi antara sektor ekonomi kreatif, budaya dan teknologi.

##### **2.1.2 Fungsi *Creative Hub***

Adapun fungsi dari *creative hub* adalah sebagai berikut.

- 1) Menyediakan dukungan berupa fasilitas maupun jasa yang dapat memfasilitasi proyek, organisasi atau bisnis di dalam *creative hub* itu sendiri baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, termasuk pelaksanaan acara, pelatihan, dan peluang untuk jaringan global.
- 2) Memfasilitasi kolaborasi dan membangun jaringan dalam komunitas penggunanya.
- 3) Menjangkau ke pusat riset/pusat pengembangan, institusi lain baik dalam industri kreatif maupun industri lainnya.

- 4) Berkomunikasi dan mengikutsertakan khalayak yang lebih luas sehingga membangun komunikasi antara *audience* dan para pelaku industri kreatif.
- 5) Untuk mengembangkan para pelaku industri kreatif baru sehingga dapat mengeksplorasi batasan antara teknik kontemporer dan inovasi.

### 2.1.3 Klasifikasi *Creative Hub*

*Creative hub* dibagi ke dalam tiga klasifikasi berdasarkan fungsinya, yaitu *creative space*, *co-working space*, dan *makerspace* dengan uraian sebagai berikut.

- a. ***Creative space*** dalam konteks *creative hub* di Indonesia merupakan ruang-ruang yang digunakan oleh komunitas-komunitas seni dan kebudayaan yang independen. Ruang ini biasanya merupakan inisiasi dan dijalankan oleh individual atau kolektif yang bergerak di bidang seni. *Creative space* memiliki tujuan utama untuk menyediakan ruang yang bisa digunakan komunitas seni untuk memproduksi, memamerkan, atau menyimpan karya seni mereka sambil membangun komunitas yang mencakup subsektor tersebut.
- b. ***Co-working space*** berfungsi menyediakan ruang bekerja yang berfokus untuk membangun komunitas antar pengguna dan menimbulkan kolaborasi dalam ruang tersebut. Di Indonesia sendiri, banyak tempat yang menggunakan nama *co-working space* tanpa menyediakan poin terpenting yaitu komunitas dan kolaborasi sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan definisi *co-working space*.
- c. ***Makerspace*** mirip seperti *co-working space* dengan perbedaan yaitu *makerspace* menyediakan alat-alat khusus, seperti 3d printer dan mesin *laser cutting* untuk memproduksi *prototype* dan semacamnya di mana *co-working space* hanya menyediakan ruang dan alat-alat perkantoran. Oleh karena itu, umumnya

*makerspace* memiliki luas ruangan yang lebih besar dan program ruang yang lebih beragam namun tetap fokus ke pembuatan produk yang bukan dalam skala produksi massal.

Selain berdasarkan fungsinya, *creative hub* juga dapat dibagi menjadi beberapa model atau kategori berdasarkan struktur, sektor, dan fiturnya. Beberapa model yang umum adalah sebagai berikut.

- a. Studio, yaitu sebuah kolektif kecil yang berisikan beberapa individual atau bisnis kecil yang berada dalam sebuah ruang *co-working space*.
- b. *Centre*, yaitu bangunan dengan skala besar yang memiliki aset atau fitur lain seperti kafe, bioskop, toko komersil, ruang pameran, dan lainnya.
- c. Network, yaitu sekelompok individual atau bisnis yang tersebar namun terhubung berdasarkan sektor atau suatu lokasi.
- d. Cluster, yaitu sekelompok individual kreatif dan bisnis yang terletak di satu area secara geografis.
- e. Platform *online*, berbentuk dalam jaringan seperti *website* dan media sosial untuk berinteraksi dengan *audience* yang tersebar.
- f. Alternatif, yaitu berfokus kepada eksperimentasi dengan komunitas, sektor dan model finansial baru.

Klasifikasi tambahan pada ruang tradisional Indonesia, yaitu:

- a. Taman budaya, yaitu ruang *outdoor* dan *indoor* yang secara spesifik ditujukan untuk kegiatan kultural dan kesenian, biasanya dibuat oleh pemerintah setempat atau institusi formal lainnya.
- b. Sanggar, yaitu sebuah ruang yang merupakan sinonim dari *workshop* namun bersifat lebih tradisional yang digunakan untuk seminar, *workshop*, pelatihan, dan ruang untuk pertunjukan seni.

#### **2.1.4 Kegiatan dalam *Creative Hub***

Kegiatan dalam sebuah *creative hub* bergantung dari klasifikasi dan subsektor yang menjadi fokus oleh *creative hub* itu sendiri.

Namun, ada beberapa kegiatan umum yang dilakukan di *creative hub* yaitu sebagai berikut.

- 1) *Workshop* atau seminar, dapat dilakukan oleh pengunjung umum (publik) atau bagi yang sudah mendaftar untuk mengikuti *workshop* tersebut.
- 2) *Exhibition* atau pameran dapat dilakukan pada acara tertentu dan bisa juga melibatkan organisasi-organisasi yang ada dalam *creative hub* itu sendiri (*start-up* yang bekerja di bangunan *creative hub* tersebut).
- 3) *Networking/meet-up* di mana pengunjung bisa berinteraksi antara satu sama lain untuk mendapatkan koneksi dalam industri yang mereka jalankan.
- 4) *Research* atau penelitian terkait pengembangan produk.
- 5) Pembuatan konten baik itu sebagai media promosi atau sebagai sebuah produk.
- 6) Pembuatan *prototype*.
- 7) *Co-working space*, yaitu bekerja sebagai kelompok atau organisasi dalam sebuah ruang.

### **2.1.5 Standar Kebutuhan Ruang *Creative Hub***

Kebutuhan ruang dalam sebuah *creative hub* bergantung dari klasifikasi dan model yang digunakan. Berikut adalah kebutuhan ruang yang secara umum diperlukan dalam sebuah *creative hub* menurut *Design Principles For Creative Spaces* (K. Thoring, et al, 2018).

- a. ***Personal space***, yaitu ruang untuk pengunjung yang digunakan untuk bekerja, berfikir, membaca, menulis secara personal sehingga membutuhkan stimulasi yang sedikit untuk menghindari gangguan.
- b. ***Collaboration space***, yaitu ruang yang digunakan untuk bekerja dalam grup, *workshop*, diskusi, atau aktivitas lain yang membutuhkan interaksi antara pengguna ruangan.

- c. **Presentation space**, yaitu ruang yang digunakan untuk menyampaikan dan mengkonsumsi ide. Berbeda dengan *collaboration space*, ide di ruang ini disampaikan lewat satu arah (misalnya lewat pameran).
- d. **Making space**, yaitu ruang yang digunakan untuk bereksperimen atau membuat *prototype* sebuah produk fisik.
- e. **Intermission space**, yaitu ruang yang menghubungkan ruang-ruang lainnya, dapat digunakan untuk istirahat, rekreasi, dan terjadinya transfer baik itu pengguna bangunan atau objek, seperti tangga, lorong, kafetaria, ruang terbuka, dan sebagainya.

## 2.2 Tinjauan *Behavior Setting*

### 2.2.1 Pengertian Arsitektur Perilaku

Arsitektur perilaku berkaitan erat dengan ranah psikologi. Psikolog Amerika J.B. Watson melihat psikologi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku. Hal ini dikarenakan perilaku adalah sesuatu yang lebih mudah untuk diamati, diukur dan dicatat. Perilaku sendiri bisa berupa perilaku yang kasatmata seperti melihat, berjalan, bekerja maupun perilaku tidak kasatmata seperti fantasi, motivasi dan hal lain yang dialami seseorang saat tidak dalam keadaan bergerak secara fisik. Pada (Laurens, 2005) disampaikan bahwa perilaku memiliki beberapa variasi yang dapat diklasifikasikan kedalam: kognitif dan afektif.

Arsitektur perilaku muncul dari teori hubungan perilaku dan lingkungan. Egon Brunswik (1903-1955) pertama kali menggunakan istilah psikologi-lingkungan. Brunswik percaya bahwa lingkungan mempengaruhi perilaku manusia. Hal ini kemudian dikembangkan lagi oleh Kurt Lewin, seorang psikolog dari Jerman yang mengembangkan rumusan mengenai teori ini. Lewin membuat rumus  $B = f(P, E)$ . Rumus ini menggambarkan bahwa tingkah laku (B untuk *behavior*) merupakan fungsi dari keadaan pribadi seseorang (P untuk

*people*) dan lingkungan di mana orang itu berada (E untuk *environment*). Seiring dengan berjalannya waktu, banyak yang percaya bahwa manusia yang mempengaruhi perilaku dia sendiri dan orang lain. Sementara itu, muncul juga yang percaya bahwa manusia yang mempengaruhi lingkungannya. Teori arsitektur perilaku dewasa ini percaya bahwa semua itu benar dan adanya hubungan dua arah antara perilaku manusia dan lingkungannya.

### **2.2.2 Pengertian *Behavior Setting***

*Behavior setting* merupakan teori yang pertama dicetuskan oleh *social scientist* Roger Barker pada tahun 1950an. Dalam buku "*Inquiry by Design*" oleh John Zeisei, dijelaskan bahwa *behavior setting* adalah penggunaan hubungan timbal balik antara perilaku manusia dan ruang/lingkungan di sekitarnya untuk mengatur (*setting*) perilaku manusia tersebut. Dalam konteks ini, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dan hubungan antar orang/kelompok, di antaranya adalah objek, pembatas, karakteristik ruang, dan kondisi lingkungan.

- 1) Objek seperti perabotan selain memenuhi fungsi objek itu sendiri, dapat juga mempengaruhi *setting* baik dari peletakan maupun ukuran.
- 2) Pembatas seperti tembok, tirai, pagar, dan sebagainya tentunya akan berpengaruh pada *setting* suatu ruang, baik itu dari sirkulasi pengguna ruang atau dari karakteristik ruang.
- 3) Karakteristik ruang seperti bentuk, orientasi, dan ukuran dapat mempengaruhi kegiatan pengguna ruang.
- 4) Kondisi lingkungan seperti kebisingan, intensitas cahaya, aliran udara, dan bau mempengaruhi kemampuan pengguna untuk melakukan aktivitas dalam ruang tersebut.

Roger Barker dalam Laurens (2004), membagi *behavior setting* menjadi dua, yaitu *system of activity* dan *system of setting*. Keduanya saling berkaitan untuk membentuk suatu *behavior setting*.

**a. *System of setting***

Ruang diartikan sebagai rangkaian unsur-unsur fisik dan spasial yang mempunyai hubungan tertentu dan terkait hingga dapat dipakai untuk suatu kegiatan tertentu. Menurut Barker (1968) dalam Laurens (2004:131), *behaviour setting* di sebut juga dengan “tata perilaku”, yaitu pola perilaku manusia yang berkaitan dengan tatanan lingkungan fisiknya. Haviland (1967) dalam Laurens (2004:131) menyebutkan bahwa tata perilaku sama dengan “ruang aktivitas” untuk menggambarkan suatu unit hubungan antara perilaku dan lingkungan bagi perancangan arsitektur. Barker dan Wright (1968) dalam Laurens (2005:175) mengungkapkan adanya kelengkapan kriteria yang harus dipenuhi oleh sebuah entitas agar dapat dikatakan sebagai sebuah *behavior setting* dengan kombinasi stabil yaitu:

- 1) terdapat suatu aktivitas yang berulang dan memiliki pola (*standing pattern of behavior*);
- 2) berada di tata lingkungan tertentu (*circumjacent milieu*) merujuk pada batas fisik dan temporal dari sebuah *setting* yang berkaitan dengan waktu ruang;
- 3) membentuk suatu hubungan yang sama antara lingkungan dan perilaku (*synomorphy*);
- 4) dilakukan pada periode waktu tertentu;

Untuk mengetahui *behavior setting* dalam sebuah ruang, dapat dilakukan suatu pengujian (Laurens, Ir. Joyce, 2001:136). Pengujian derajat ketergantungan ini ditinjau dalam berbagai dimensi antara lain sebagai berikut.

- 1) Aktivitas, yaitu aktivitas yang dilakukan dalam sebuah ruang interior.
- 2) Pengguna, yaitu penghuni dalam ruang interior tersebut.

- 3) Kepemimpinan, yaitu untuk mengetahui posisi fungsional penghuni dan mengetahui peran sosial yang ada dalam komunitas tersebut. Siapa yang berperan sebagai pemimpin, siapa yang mengendalikan *behavior setting*. Dalam beberapa *setting*, posisi pemimpin dapat dipisahkan, agar dapat dikenali kekuatan-kekuatan lain yang ada dan ikut berperan dalam *setting* tersebut.
- 4) Populasi, yaitu sebuah *setting* dapat mempunyai banyak atau sedikit partisipan. Komunitas dianggap lebih baik apabila memiliki banyak *setting* di mana penghuni dapat ikut ambil bagian dalam *setting* tersebut.
- 5) Ruang, yaitu tempat terjadinya *setting* dapat beragam dari ruang terbuka hingga ruang tertutup.
- 6) Waktu, yaitu kelangsungan sebuah *setting* dapat terjadi secara rutin atau sewaktu-waktu. Durasi pada *setting* yang sama dapat berlangsung sesaat atau terus-menerus hingga sepanjang tahun.
- 7) Objek dan mekanisme perilaku, yaitu terdiri dari beberapa pola aksi, seperti adanya stimulasi, respon, dan adaptasi.

**b. *System of activity***

Kegiatan diartikan sebagai suatu rangkaian perilaku yang secara sengaja dilakukan oleh satu atau beberapa orang. Menurut Chapin dan Brail dalam Laurens (2005:184) sistem aktivitas dalam sebuah lingkungan terbentuk dari rangkaian sejumlah *behavior setting*. Sistem aktivitas seseorang menggambarkan motivasi, sikap, dan pengetahuannya tentang dunia dengan batasan penghasilan, kompetisi, dan nilai-nilai budaya yang bersangkutan. Dalam melakukan pengamatan *behavior setting*, ada beberapa hal yang dapat mewakili data, yaitu sebagai berikut.

- 1) Manusia (siapa yang datang, ke mana dan mengapa, siapa yang mengendalikan setting?)
- 2) Karakteristik ukuran (banyaknya orang per jam yang ada di dalam *setting*, bagaimana ukuran *setting* secara fisik, berapa sering dan berapa lama *setting* itu ada?)
- 3) Objek (ada berapa banyak objek dan apa jenis objek yang dipakai dalam *setting*, kemungkinan apa saja yang ada bagi stimuli, respon dan adaptasi?)
- 4) Pola aksi (aktivitas apa yang terjadi di sana, seberapa sering terjadi pengulangan yang dilakukan orang?)

Dengan teori yang ada dan data dari penelitian ini, diharapkan bisa menciptakan konsep/panduan dalam merancang *creative hub* agar perancang dapat mengatur bagaimana dan di mana interaksi akan terjadi sehingga fungsi dari *creative hub* tersebut bisa tercapai dengan baik

## **2.3 Studi Preseden Bangunan Creative Hub**

### **2.3.1 Jakarta Creative Hub**

Jakarta *Creative hub* didirikan oleh Pemerintah Provinsi Jakarta pada bulan Maret tahun 2017. *Creative hub* ini berbentuk satu lantai yang merupakan bagian dari gedung Grha Niaga Thamrin yang terletak di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Jika dilihat dari fungsinya, Jakarta *Creative hub* dapat diklasifikasikan sebagai campuran dari ketiga jenis *creative hub* (*creative space*, *coworking space*, dan *makerspace*). Model yang digunakan hub ini adalah *centre* sehingga bisa mengakomodir berbagai fungsi yang sesuai dengan klasifikasinya. Ada 6 subsektor ekonomi kreatif yang menjadi fokus dari *creative hub* ini yaitu kuliner, kriya, fesyen, fotografi, seni rupa dan periklanan, namun acara yang diadakan bisa dari subsektor lain.



Gambar 2.1 Area *entrance* Jakarta Creative Hub  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 2.2 Gedung Grha Niaga Thamrin  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Grha Niaga Thamrin adalah sebuah bangunan kantor dengan 6 lantai yang selesai dibangun pada tahun 2016. Gedung ini memiliki total luas bangunan sebesar 21,000m<sup>2</sup>. Site gedung ini sendiri terletak di Kebon Melati yang merupakan pusat kawasan bisnis di Thamrin, sehingga banyak bangunan perkantoran lain dan pusat berbelanja yang terletak disekitarnya. Akses ke bangunan bisa menggunakan transportasi umum karena terdapat Halte Bis Yayasan Muhammadiyah yang terletak 100m dari gedung. Trotoar pedestrian juga tersedia sehingga pejalan kaki bisa ke gedungnya dengan aman.

Gedung Grha Niaga Thamrin memiliki gaya arsitektur kontemporer jika dilihat dari penggunaan materialnya. Finishing bangunan menggunakan kaca, besi dan panel-panel *ACP*. Struktur bangunan menggunakan beton bertulang. Akses menggunakan mobil hanya memiliki satu entrance dan satu exit sehingga sirkulasi kendaraan hanya ada satu arah. Bagi pejalan kaki bisa masuk dari kedua ujung akses kendaraan.

Untuk masuk ke Jakarta *Creative hub*, pengunjung harus masuk melewati lobby gedung Grha Niaga Thamrin dan naik menggunakan salah satu dari dua lift yang tersedia. Keluar dari lift, pengunjung akan di kelilingi tembok. Salah satu yang bertuliskan Jakarta *Creative hub* dibuat miring sehingga mengarahkan pengunjung ke entrance *creative hub*. Bisa dilihat dan dirasakan bahwa desain interior pada entrance Jakarta *Creative hub* menggunakan teori compression dan expansion dimana entrance dibuat sempit dan diarahkan ke pintu entrance yang kemudian menyambung ke area besar di dalam *creative hub*.



Gambar 2.3 Denah Jakarta Creative Hub

Sumber: Dokumentasi pribadi

Denah Jakarta *Creative hub* terbagi menjadi dua *wing* dengan zonasi ruang berbentuk cluster sesuai dari fungsi masing-masing ruang. Dari *entrance*, pengunjung memasuki area terbuka publik yang memiliki café. Area terbuka ini memiliki fungsi fleksibel karena dapat menampung beberapa kegiatan tergantung kebutuhan. Pada saat penulis datang, area ini sedang digunakan sebagai area pameran dan area resepsionis/informasi. Ruang terbuka ini juga tergabung dengan area café dan *pantry*. Perbedaan fungsi ruang di deliniasi menggunakan perbedaan level antara kedua ruang tersebut.

Area terbuka di depan memanjang menjadi sebuah lorong yang mengarah ke area makerspace dan perpustakaan. Di lorong terdapat *mini-ampitheather* berupa furniture built in yang dapat digunakan sebagai tempat duduk. Lorong ini juga memiliki fungsi fleksibel seperti area terbuka di entrance. Pada saat penulis mengunjungi Jakarta *Creative hub*, area lorong ini sedang digunakan untuk sebuah

acara workshop. Di bagian kiri lorong terdapat area makerspace. Area makerspace itu sendiri terbagi menjadi tiga ruangan yang masing-masing memiliki peralatan yang fokus ke satu bidang (fashion, woodworking dan industrial design). Perpustakaan berupa ruang dengan lebar yang kecil dan memiliki furniture built in yang berfungsi sebagai meja. Meja ini dapat digunakan untuk membaca atau bekerja bagi pengunjung publik. Dibelakang perpustakaan terdapat pintu yang terhubung dengan gudang *creative hub*.

Wing kanan dari Jakarta *Creative hub* digunakan untuk area coworking. Area ini terbagi menjadi 12 ruangan dimana masing-masing ruangnya digunakan oleh perusahaan startup yang sudah terdaftar sebagai coworking space antara satu sama lain. Area ini bersifat semi private karena hanya digunakan oleh karyawan startup yang bekerja disitu.

### 2.3.2 Bogor Creative Center

Bogor creative center terletak di site berukuran 1.3 Ha. Bangunan terletak bersebelahan dengan gedung kerassidenan Bogor yang merupakan bangunan bergaya kolonial peninggalan Belanda yang sudah berumur 200 tahun. Site bangunan juga berseberangan dengan Taman Hutan Raya Bogor yang juga memiliki Istana Bogor.

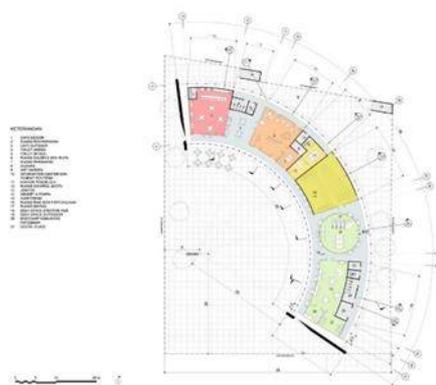


Gambar 2.4 Bogor Creative Center

Sumber: Dokumentasi pribadi

Bogor Creative center didirikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan desain oleh Local Architecture Bureau. Fungsi utama *creative hub* ini adalah untuk menyediakan ruang informal, spontan,

dan bisa menginspirasi terbentuknya aktivitas kreatif. *Creative hub* ini dapat diklasifikasikan sebagai creative space namun juga memiliki beberapa fitur makerspace. Berdasarkan programnya, bisa dilihat bahwa *creative hub* ini memiliki beberapa ruang spesifik yang berfokus ke subsektor musik, literatur, seni rupa dan fotografi, namun jika dilihat sebagian besar programnya bersifat fleksibel dan bisa digunakan untuk semua subsektor industri kreatif di Indonesia. Bogor Creative Center menggunakan model *centre* dimana *creative hub* nya mencakup banyak fungsi yang tidak hanya berfokus pada kegiatan kreatif.



Gambar 2.5 Denah Bogor Creative Center  
Sumber: Archdaily

Massa bangunan berbentuk huruf c dengan ruang terbuka di depannya yang menghadap Gedung Kerasidenan Bogor. Desain bangunan Bogor Creative Center bergaya modern dengan penggunaan material baja, kaca dan beton. Bentuk massa yang sederhana dan minim ornamen bertujuan agar bangunan menjadi kanvas kosong yang nantinya diisi dengan karya-karya seni dari kegiatan yang berlangsung dalam bangunan tersebut. Bangunan memiliki struktur atap dari baja yang diekspos sehingga repetisi kolom baja dapat terlihat pada fasad bangunan yang menghadap ke ruang terbuka. Kolom baja yang direpetisi ini menjadi pembatas antara ruang outdoor dan indoor tanpa memisahkan kedua ruang secara keseluruhan seperti jika menggunakan tembok.

Semua program ruang utama (auditorium, ruang kelas dan galeri) dibagi ke bentuk-bentuk geometris yang semuanya berada dalam satu atap. Namun, di antara ruang-ruang tersebut terdapat rongga-rongga yang bisa menjadi ruang sirkulasi. Hal ini membuat sirkulasi bangunan menjadi seperti berpori sehingga dapat mudah diakses dari semua arah dan dari ruang-ruang terbuka dalam site.

### 2.3.3 Bandung Creative Hub

Bandung Creative Hub didirikan oleh pemerintah Kota Bandung pada tahun 2017. *Creative hub* ini menyediakan fasilitas untuk 16 atau semua subsektor ekonomi kreatif yang sudah diklasifikasikan oleh BEKRAF. Bangunan ini memiliki 6 lantai (5 lantai dan 1 lantai basement) dan terletak di Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung. Bandung *Creative hub* dapat diklasifikasikan kedalam ketiga klasifikasi *creative hub* karena bangunan ini mencakup banyak fungsi. Model yang digunakan *creative hub* ini adalah centre dimana bangunan tidak hanya berfungsi sebagai *creative hub* namun juga memiliki fungsi penunjang seperti café. Façade bangunan memiliki design polygonal dengan ornament warna warni yang di repetisi dan menempel pada bidang polygonal facadenya.



Gambar 2.6 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

Lantai 1 digunakan untuk area exhibition dan area untuk menjual produk-produk industri kreatif. Site bangunan yang berada di ujung

pertigaan jalan membuat lantai 1 Bandung *creative hub* dapat diakses dari dua arah. Sisi bangunan yang menghadap ke Jl. Sukabumi dibuat terbuka dengan tangga yang menuju ke area free-coworking space, sedangkan sisi bangunan yang menghadap Jl. Laswi ditutup dengan pintu-pintu kaca sehingga bisa tetap dilihat dari luar dan diakses.



Gambar 2.7 Denah Lantai 1 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

Lantai 2 digunakan untuk *free co-working space*, perpustakaan dan kafe. Kantor pengelola juga terdapat pada lantai ini.



Gambar 2.8 Denah Lantai 2 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

Lantai 3 digunakan untuk studio tari, ruang auditorium, dan studio musik untuk rekaman.



Gambar 2.9 Denah Lantai 3 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

Lantai 4 digunakan sebagai ruang kelas, studio fotografi, *co-working space*, dan ruang render animasi, film, dan *video game*.



Gambar 2.10 Denah Lantai 4 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

Lantai 5 digunakan untuk aula/kelas besar yang bisa digunakan untuk *workshop* dan ruang *fashion*.



Gambar 2.11 Denah Lantai 5 Bandung Creative Hub  
Sumber: Website Bandung Creative Hub

## 2.4 Analisis Behavior Setting pada Bangunan *Creative Hub*

### 2.4.1 Metode Analisis

Analisis *behavior setting* pada ketiga preseden *creative hub* dilakukan menggunakan metode *place-centered mapping*. Menurut (Sommer, 1991) metode *place centered mapping* adalah metode observasi perilaku yang memperlihatkan perilaku orang (pengguna ruang) dalam suatu lokasi atau ruang tertentu dengan tujuan untuk menemukan pola perilaku atau aktivitas pada ruang tersebut. Dari observasi ini, dapat ditemukan faktor-faktor pembentuk *setting* yang mempengaruhi perilaku pengunjung.

### 2.4.2 Kelompok Pengunjung pada *Creative Hub*

Analisis pola aktivitas pengunjung ini bertujuan untuk menentukan alur kegiatan pengunjung dan aktivitas apa saja yang dilakukan mulai dari mereka masuk sampai keluar dari *creative hub*. Pola kegiatan ini juga akan berfungsi untuk melihat ruang-ruang apa saja yang nantinya akan berkaitan langsung dengan pengunjung. Analisis aktivitas akan dibagi berdasarkan masing-masing kelompok pengunjung yaitu sebagai berikut.

a. Pengunjung yang sudah terdaftar

Pengunjung yang sudah terdaftar adalah individu atau kelompok yang mengunjungi *creative hub* dan sudah terdaftar sebagai member untuk menggunakan fasilitas *maker space* atau terdaftar untuk mengikuti acara yang sedang dilaksanakan. Pada tabel ditandai dengan warna hijau.

b. Pengunjung Umum (belum terdaftar)

Pengunjung umum adalah kelompok atau individu yang datang ke *creative hub* tanpa membuat janji/ daftar ke staf pengelola *creative hub*. Pada tabel ditandai dengan warna kuning.

c. Staf Pengelola *Creative hub*

Staf pengelola adalah kelompok atau individu yang merupakan

pengelola *creative hub*, termasuk receptionist, office boy, operator *maker space*, dsb. Pada tabel ditandai dengan warna merah.

d. Staf Kantor Co-office

Staf kantor co-office space adalah orang-orang yang bekerja secara permanen di kantor-kantor yang disediakan oleh *creative hub* di area co-office space. Kelompok ini hanya ada pada Jakarta *Creative hub*. Pada tabel ditandai dengan warna biru.

Masing-masing rentang usia yang mengunjungi *creative hub* akan memiliki kebutuhan dan ketertarikan yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam suatu *setting*. Oleh karena itu, pengunjung juga dibagi kedalam beberapa kelompok berdasarkan rentang usia yaitu:

- a. Anak-anak (usia 5-12 tahun)
- b. Remaja dan dewasa muda (13-21 tahun)
- c. Dewasa/Usia Produktif (Usia 22-60 tahun)
- d. Lansia (60 tahun keatas)

#### 2.4.3 Analisis *Behavior Setting* dengan *Place-Centered Mapping*

Tabel berikut menunjukkan hasil analisis *behavior setting* pada ketiga preseden *creative hub* menggunakan metode *place-centered mapping* dengan observasi terhadap perilaku dan pergerakan pengunjung dalam masing-masing area. Metode *place-centered mapping* dipilih karena menunjukkan pergerakan dan aktivitas pengunjung dalam area-area tertentu sehingga dapat ditemukan pola yang terbentuk karena beberapa faktor di dalam ruang spesifik tersebut yang nantinya akan digunakan untuk merancang *setting* yang ingin dicapai.

a. Jakarta Creative Hub

Waktu	Denah	Analisis
<p>Jam 08:00- 09:00</p>		<p>Jakarta <i>Creative hub</i> buka pada jam 8 pagi. Karyawan <i>co-office</i> mulai datang pada jam 8. Sebagian besar karyawan <i>co-office</i> langsung memasuki kantor masing-masing di area <i>co-office</i>. Area ini berada di ujung wing kanan bangunan dan dibatasi dengan pintu kaca. Populasi paling besar pada waktu ini adalah pada area <i>co-office</i>. Sekitar 15 menit kemudian, beberapa karyawan <i>co-office</i> keluar dari kantor menuju <i>pantry</i> dan kafe. Beberapa karyawan juga terlihat mengobrol di depan pintu masuk area <i>co-office</i>.</p> <p>Area resepsionis diisi oleh dua orang pengelola <i>creative hub</i>. Pada ruang pengelola bisa terlihat sekitar 5 orang. Dua orang pengelola juga bersiap-siap di meja kecil di depan <i>entrance</i>. Sekelompok pelaksana acara datang pada jam 8 dan berdiskusi dengan pengelola di area resepsionis.</p>
<p>Jam 09:00- 10:00</p>		<p>Pengunjung umum mulai datang pada jam 9. Dari <i>entrance</i> mereka pergi ke area receptionist untuk mengisi daftar pengunjung. Pengunjung yang sudah daftar kemudian tersebar ke perpustakaan dan ke mini-amphitheater. Jumlah pengunjung di mini theater lebih besar (5 orang) dari di perpustakaan (3 orang).</p> <p>2 orang pelaksana acara dan pengelola <i>creative hub</i> memindahkan kursi dari gudang yang terletak di belakang perpustakaan ke ruang kelas dan koridor depan perpustakaan.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

Waktu	Denah	Analisis
Jam 10:00- 11:00	 <p>The floor plan diagram shows a building layout with rooms labeled: INFORMATION (1), CLASSROOM A (2), MEETING ROOM (3), MAKERSPACE (4), LIBRARY (5), CLASSROOM B (6), CLASSROOM C (7), and CO-OFFICE (8). A legend on the left lists these rooms with corresponding colored dots. In the 10:00-11:00 period, the diagram shows a high density of colored dots, particularly in the Library (5), Meeting Room (3), and Cafe (8) areas, indicating high occupancy.</p>	<p>Mulai dari jam 10, terlihat kapasitas perpustakaan penuh dengan pengunjung umum. Aktivitas di dalam perpustakaan sebagian besar adalah mengerjakan tugas dengan laptop pribadi, namun beberapa orang membaca buku yang ada di perpustakaan. Mini-amphitheater juga diisi dengan lebih banyak pengunjung umum yang mengerjakan tugas. Pengunjung yang baru datang menghabiskan sekitar 10-15 menit di pameran yang di pajang di entrance.</p> <p>Area <i>makerspace</i> diisi oleh beberapa orang karyawan <i>co-office</i> dan dua orang pengunjung umum yang menggunakan mesin jahit.</p>
Jam 11:00- 12:00	 <p>The floor plan diagram shows the same building layout as above. In the 11:00-12:00 period, the diagram shows a significant decrease in occupancy, with only a few colored dots remaining: a green dot in the Library (5) and a yellow dot in the Cafe (8).</p>	<p>Acara di mulai pada jam 11 siang. Pengunjung yang sebelumnya sudah daftar untuk mengikuti acara memenuhi kursi yang sudah diatur di depan koridor perpustakaan. Populasi di perpustakaan berkurang menjadi 2 orang. Hal yang sama juga terjadi di area mini-ampitheater. Walaupun tidak mengganggu acara, pengunjung yang tadinya menggunakan mini-amphitheater pindah ke café atau keluar dari <i>creative hub</i>.</p> <div data-bbox="1099 890 1872 1070">  <p>The photographs show the interior of the creative hub. The left photo shows a large open-plan space with tables and chairs, and the right photo shows a wooden stage area.</p> </div>

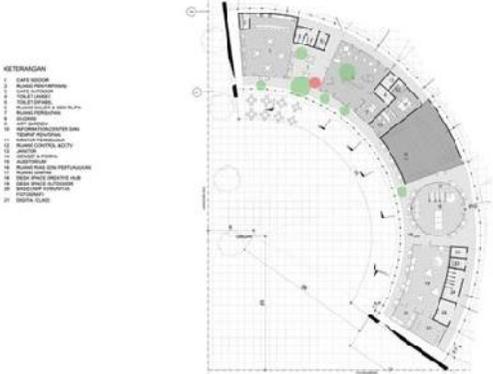
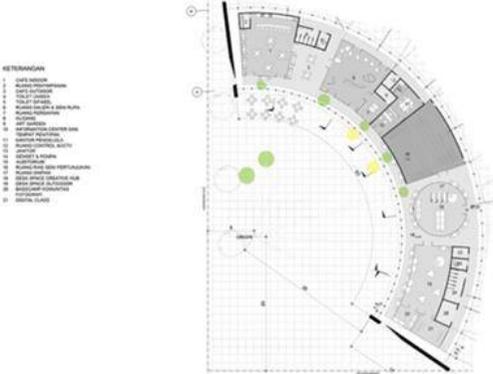
Waktu	Denah	Analisis
Jam 12:00- 13:00		<p>Acara selesai pada saat jam makan siang. Sebagian besar pengguna bangunan keluar untuk makan siang. Beberapa orang dari karyawan co-office, pengunjung umum dan pelaksana acara terlihat sedang makan di area café. Karyawan yang makan siang kembali ke kantor mereka pada jam 1.</p>
Jam 13:30		<p>Populasi di perpustakaan dan mini-amphitheater kembali meningkat sejak jam 13:30. Area <i>maker space</i> juga kembali digunakan oleh karyawan co-office. Pelaksana acara dan pengelola <i>creative hub</i> terlihat sedang menyiapkan kursi-kursi di ruang kelas A untuk acara selanjutnya. Beberapa orang pengelola <i>creative hub</i> terlihat sedang beristirahat di ruang kelas C.</p> 

Waktu	Denah	Analisis
Jam 14:00- 15:00		<p>Acara dimulai pada jam 14:00. Ruang kelas A dipenuhi dengan pengunjung yang mengikuti acara. Ruang perpustakaan dan mini-amphitheater tetap dipenuhi pengunjung umum. Populasi di makerspace bertambah dari karyawan co-office yang menggunakan mesin jahit.</p> 
Jam 15:30		<p>Pada jam 15:30, sebagian besar pengunjung umum sudah meninggalkan bangunan, namun beberapa terlihat masih mengobrol di area café. Pengelola dan pelaksana acara sedang membereskan ruang kelas setelah digunakan untuk acara.</p>
Jam 16:00		<p>Pada jam 16:00 semua pengguna bangunan bersiap untuk pulang. Terlihat beberapa karyawan co-office dan pengelola bangunan mengobrol di area café.</p> 

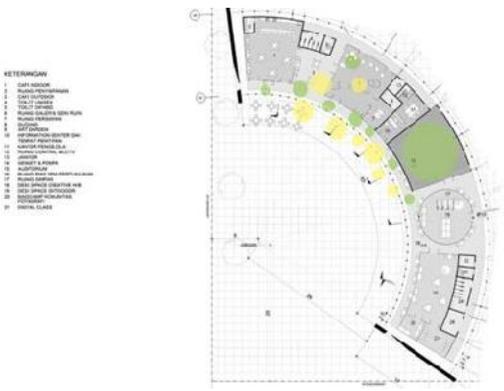
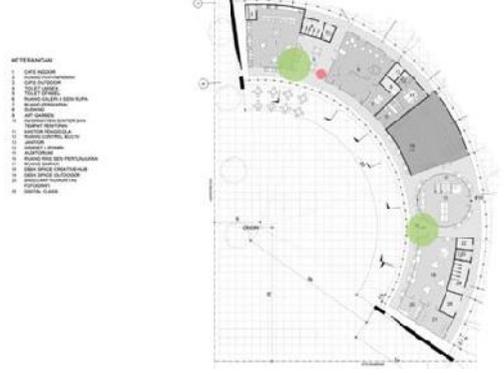
Tabel 2.1 Analisis *behavior setting* pada Jakarta Creative Hub

Sumber: Olah data penulis

## b. Bogor Creative Center

Waktu	Denah	Analisis
Jam 08:00- 09:00		<p>Pada jam 8, bangunan hanya diisi oleh satpam dan pelaksana acara <i>t-shirt printing</i> yang sedang menyiapkan meja untuk <i>booth</i> pameran. Persiapan dilaksanakan selama satu jam dan satpam kembali ke gedung keresidenan setelah selesai.</p> 
Jam 09:00- 10:00		<p>Pada jam 9, meja-meja untuk acara dan pameran sudah selesai disiapkan. Sebagian besar populasi di Bogor Creative Center pada waktu ini masih diisi oleh pelaksana acara. Beberapa pengunjung umum dalam kelompok kecil (1-3 orang) datang untuk melihat-lihat sekitar 45 menit sampai 1 jam.</p>

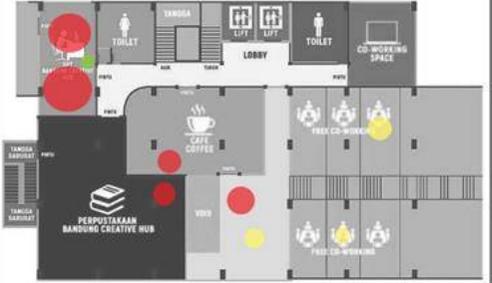
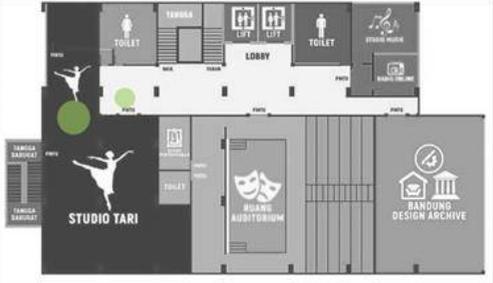


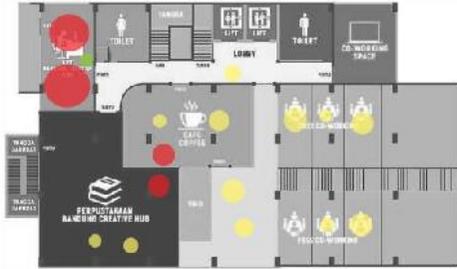
Waktu	Denah	Analisis
<p>Jam 13:00- 15:00</p>		<p>Pameran mulai berjalan lagi dari jam 1 siang. Pengunjung umum secara berkala datang untuk melihat <i>booth</i> pameran yang tersusun di teras. Beberapa kelompok berisi 3-5 orang terlihat di dalam galeri. Pada area kafe <i>outdoor</i> juga terlihat beberapa pengunjung yang mengobrol dengan pelaksana acara. Sebagian pelaksana acara dan pengunjung yang terdaftar melakukan seminar di ruang auditorium selama 2 jam.</p> 
<p>Jam 15:30</p>		<p>Para pelaksana mulai merapikan meja-meja yang digunakan untuk acara dan memasukkannya ke ruang kafe <i>indoor</i> dan ruang <i>co-working</i>. Satpam juga membantu merapikan dan mengunci ruangan setelah semuanya sudah selesai.</p>

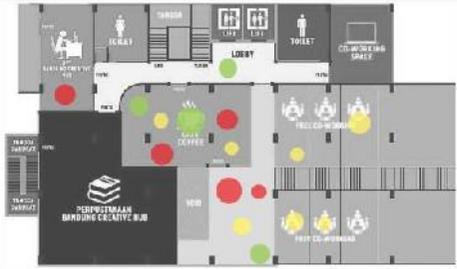
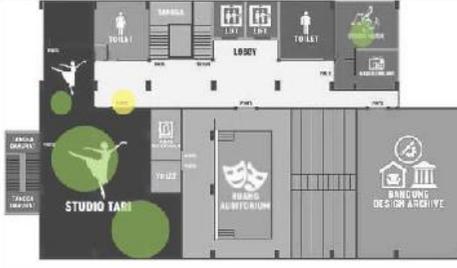
Tabel 2.2 Analisis *behavior setting* pada Bogor Creative Center

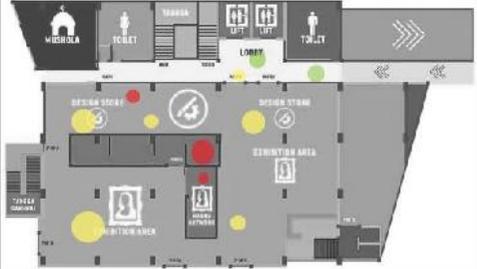
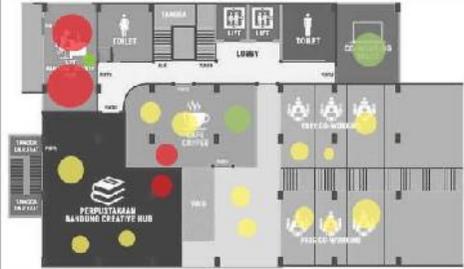
Sumber: Olah data penulis

### c. Bandung Creative Hub

Waktu	Lantai 1	Lantai 2	Lantai 3
<p>Jam 08:00- 09:00</p>	 <p>Pada jam 8, lantai 1 hanya diisi oleh pengelola Bandung <i>Creative hub</i>. Ruang Dewan Kerajinan Nasional di area galeri juga diisi dengan staf Dewan Kerajinan Nasional. Beberapa pengelola juga terlihat di area lobby.</p>	 <p>Lantai 2 dipenuhi dengan pengelola <i>creative hub</i> yang masuk ke ruangan mereka masing-masing. Pada ruang UPT Bandung Creative Hub, terlihat beberapa pengunjung yang daftar untuk menggunakan fasilitas ruangan. Beberapa pengunjung dalam kelompok 1-3 orang juga terlihat menggunakan free co-working space.</p> 	 <p>Pada jam 8, lantai 3 hanya diisi oleh komunitas tari yang bersiap untuk latihan di ruang tari dan di koridor di depannya.</p> 

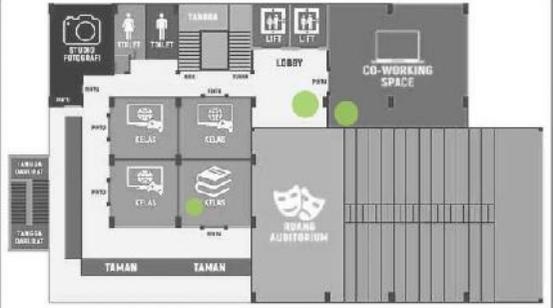
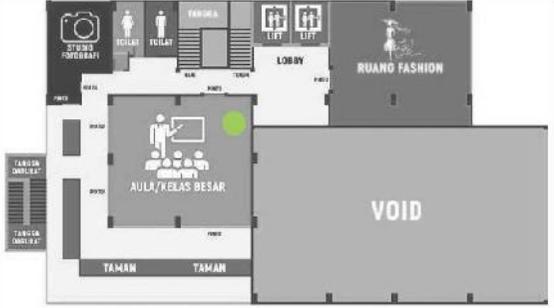
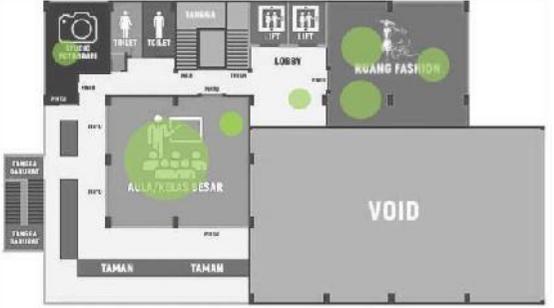
Waktu	Lantai 1	Lantai 2	Lantai 3
Jam 09:00- 10:00	 <p data-bbox="371 603 842 751">Pada jam 9, pengunjung yang sudah terdaftar untuk menggunakan fasilitas bangunan mulai terlihat masuk melalui lobby.</p>	 <p data-bbox="922 603 1487 826">Jam 9, area perpustakaan dan <i>free co-working space</i> mulai dipenuhi pengunjung umum. Sebagian besar pengunjung datang dari jalan seberang dan langsung naik ke ruang kosong di area tersebut. Pada <i>lobby</i> terlihat pengunjung mengantri untuk mendaftar.</p>	 <p data-bbox="1505 603 2033 794">Pada jam 9, studio tari mulai digunakan untuk latihan. Studio musik juga sudah digunakan untuk rekaman. Di koridor terlihat beberapa pengunjung yang beristirahat.</p>
Jam 10:00- 12:00	 <p data-bbox="371 1129 904 1281">Mulai jam 10, pengunjung umum masuk ke area <i>presentation space</i>. Sebagian besar pengunjung masuk langsung melalui pintu kaca yang menjadi akses masuk ruang</p>	 <p data-bbox="922 1129 1487 1241">Pada jam 10, area café diisi dengan pengunjung yang beristirahat. Korridor di depan café juga digunakan pengunjung untuk duduk-duduk.</p>	 <p data-bbox="1505 1129 2033 1281">Pada jam 10, studio musik digunakan oleh pengunjung untuk rekaman dan studio tari digunakan latihan. Di koridor, beberapa pengunjung terlihat mengobrol dan berfoto.</p>

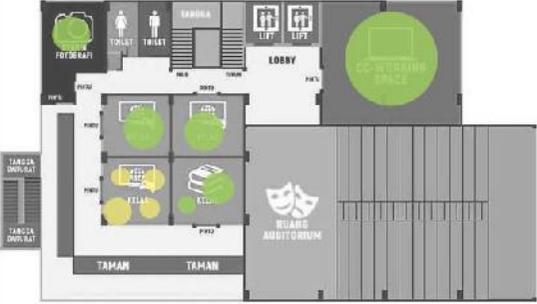
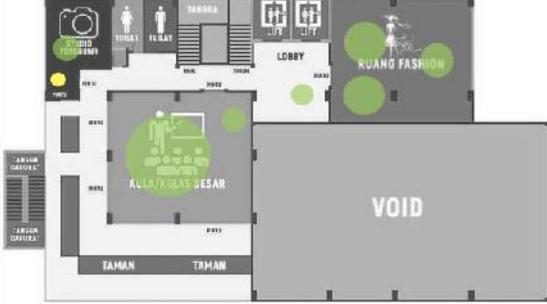
Waktu	Lantai 1	Lantai 2	Lantai 3
Jam 12:00- 13:00	 <p>Pada jam makan siang, pengunjung yang melihat pameran di <i>presentation space</i> semakin banyak. Pada lobby terlihat beberapa staf dan pengunjung keluar bangunan.</p>	 <p>Pada jam 12, café dan area di depannya di penuh semua pengunjung. Beberapa pengunjung juga membawa makanan mereka ke area free co-working space.</p>	 <p>Pada jam makan siang, terlihat pengunjung yang latihan tari beristirahat di koridor di depan studio tari. Ruang studio musik masih digunakan untuk rekaman .</p>
Jam 13:00- 17:00	 <p>Selesai jam makan siang, area <i>presentation space</i> kembali sepi. Lantai 1 sebagian besar diisi oleh pengelola di ruang Dewan Kerajinan Nasional.</p>	 <p>Setelah makan siang, populasi di <i>area free co-working space</i> berkurang drastis. Beberapa pengunjung terlihat duduk-duduk di area depan café dan di perpustakaan.</p>	 <p>Setelah makan siang, studio tari kembali digunakan latihan. Pengunjung umum terlihat menonton dari koridor. Studio musik masih digunakan untuk rekaman.</p>

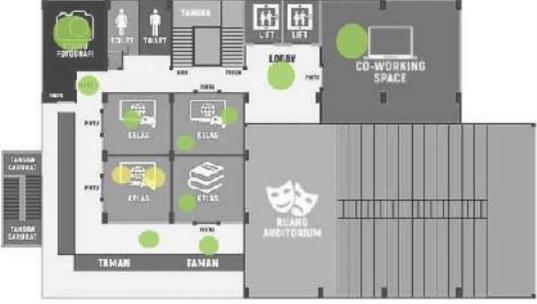
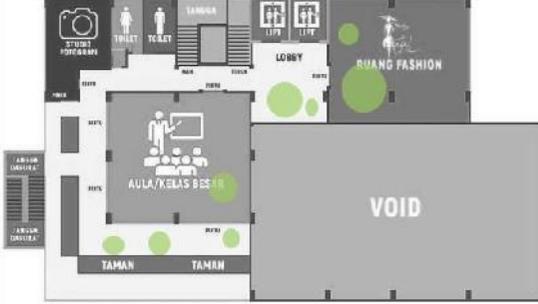
Waktu	Lantai 1	Lantai 2	Lantai 3
Jam 17:00- 19:00	 <p data-bbox="369 603 891 790">Pada jam 5 sore, area presentation space kembali ramai dengan pengunjung umum. Area presentation space paling ramai pada jangka waktu ini. Beberapa pengunjung juga berbelanja di bagian design store.</p> 	 <p data-bbox="920 603 1473 826">Mulai dari jam 5, populasi di area free co-working space kembali ramai. Perpustakaan juga ramai dikunjungi pengunjung umum. Café diisi pengunjung yang baru datang dan pengunjung terdaftar yang beristirahat dari lantai atas.</p>	 <p data-bbox="1503 603 2024 710">Pada jam 5, latihan tari sudah selesai. Ruang studio musik kembali digunakan untuk rekaman namun oleh pengunjung lain.</p>

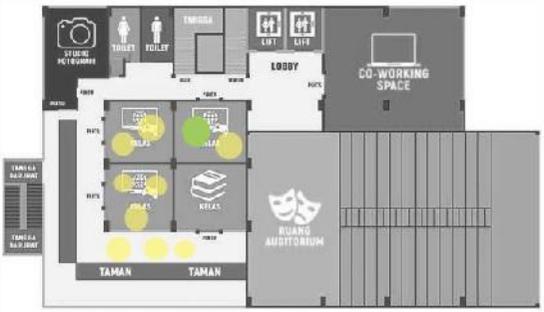
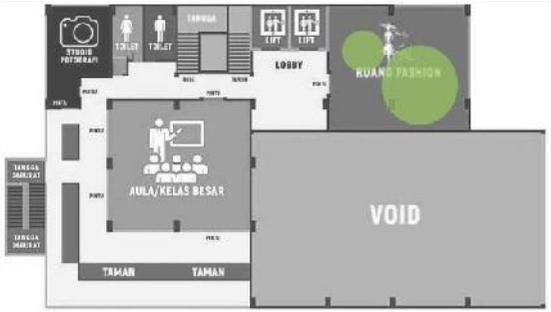
Tabel 2.3 Analisis *behavior setting* pada Bogor Creative Center di Lantai 1, 2, dan 3.

Sumber: Olah data penulis

Waktu	Lantai 4	Lantai 5
Jam 08:00- 09:00	 <p>Lantai 4 diisi dengan pengunjung terdaftar yang bersiap untuk menggunakan ruang-ruang kelas dan co-working space.</p>	 <p>Pada lantai 5 hanya ada pengunjung yang bersiap-siap untuk seminar di ruang aula.</p>
Jam 09:00- 10:00	 <p>Pada jam 9, meeting di ruang co-working space dimulai, populasi di ruangan tersebut meningkat. Ruang studio animasi juga mulai penuh dengan pengunjung yang sudah terdaftar. Salah satu ruang studio animasi digunakan oleh pengunjung umum.</p>	 <p>Pada jam 9, ruang fashion digunakan untuk sesi photoshoot. Ruang kelas besar digunakan untuk sebuah seminar.</p>

Waktu	Lantai 4	Lantai 5
Jam 10:00- 12:00	 <p data-bbox="365 651 1137 722">Pada jam 10, studio animasi semakin ramai. Studio fotografi juga mulai digunakan oleh komunitas fotografi.</p>	 <p data-bbox="1211 651 1966 762">Pada jam 10, aktivitas dan populasi masih sama. Beberapa pengunjung dalam kelompok 3-5 orang terlihat masuk ke studio fotografi untuk melihat pameran foto.</p> 

Waktu	Lantai 4	Lantai 5
Jam 12:00- 13:00	 <p>Pada jam makan siang, sebagian besar pengunjung beristirahat di koridor depan ruangan dan di koridor yang menyambung dengan taman. Beberapa pengunjung juga terlihat beristirahat di lobby.</p>	 <p>Pada jam makan siang, sebagian besar pengunjung beristirahat di area taman dan di sekitar lobby. Beberapa pengunjung juga terlihat turun ke lantai bawah. Di studio fashion bisa dilihat staf photoshoot yang sedang mempersiapkan lighting dan pakaian yang akan digunakan.</p>
Jam 13:00- 17:00	 <p>Setelah jam makan siang, ruang studio animasi kembali digunakan. Meeting di ruang co-working space juga kembali berlanjut.</p>	 <p>Pada jam 1, ruang kelas dan studio fashion kembali digunakan.</p>

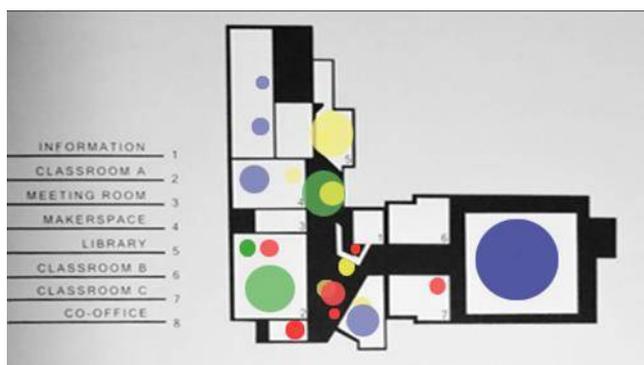
Waktu	Lantai 4	Lantai 5
<p data-bbox="248 323 331 432">Jam 17:00- 19:00</p> <div data-bbox="376 323 920 635">  </div> <p data-bbox="365 647 1187 799">Mulai dari jam 5, studio animasi digunakan oleh pengunjung umum yang baru datang. Beberapa pengunjung terlihat sedang berdiskusi di area taman. Ruang lain seperti studio fotografi dan area co-working space kosong.</p> <div data-bbox="365 836 904 1145">  </div>	<div data-bbox="1220 323 1771 635">  </div> <p data-bbox="1209 647 1919 719">Mulai dari jam 5 sore, lantai 5 hanya masih digunakan oleh pengunjung yang melakukan photoshoot sampai jam 6 sore.</p>	

Tabel 2.4 Analisis *behavior setting* pada Bogor Creative Center di Lantai 4 dan 5.

Sumber: Olah data penulis

## 2.5 Kesimpulan Analisis *Behavior Setting* pada Bangunan *Creative Hub*

Pada Jakarta *Creative hub*, pengunjung yang menggunakan personal space (perpustakaan dan mini-amphitheater) tersebar setelah mendaftar di receptionist. Intermission space di Jakarta *Creative hub* yang berupa koridor bersifat fleksibel sehingga tidak hanya berfungsi untuk menghubungkan ruang namun juga berfungsi sebagai tempat untuk melaksanakan seminar dan tempat untuk pameran. Pada saat acara dilaksanakan di koridor *creative hub*, pengunjung yang ingin menggunakan personal space seperti perpustakaan enggan masuk karena harus melewati acara yang sedang berlangsung walaupun sirkulasinya tidak terhalang. Hal yang sama juga terjadi pada mini-amphitheater. Pengunjung yang tadinya duduk di mini-amphitheater pindah saat ada acara walaupun mereka tidak menghalangi acara tersebut. Tembok pada ruangan makerspace memiliki kaca-kaca besar sehingga bisa menarik pengunjung yang datang untuk melihat dan mencoba fasilitas yang disediakan, namun hal ini juga menyebabkan pengguna makerspace terganggu ketika ada acara yang dilaksanakan persis di depan ruang makerspace.

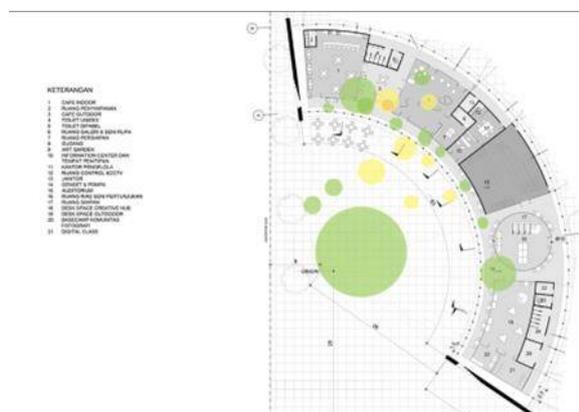


Gambar 2.12 Denah Jakarta Creative Hub

Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada Bogor Creative Center, denah bangunan yang memiliki jarak antar ruangan sangat membantu untuk menyediakan ruang-ruang baru dan menyediakan sirkulasi dan akses yang tidak hanya dari satu arah. Koridor yang terbentuk dari jarak antar ruang tersebut bekerja dengan teras yang tersedia untuk menciptakan ruangan yang bersifat fleksibel secara fungsi. Pada saat penulis mengunjungi Bogor Creative Center, area koridor dan teras digunakan untuk akses keluar masuk, sirkulasi, ruang pameran dan diskusi,

dan ruang untuk beristirahat. Halaman depan yang luas dan dapat dilihat dan diakses langsung dari jalan juga membantu untuk menarik orang yang lewat untuk mengunjungi bangunan. Halaman depan sering digunakan untuk menjadi makerspace karena menyediakan ruang dengan luas yang cukup besar dan bisa digunakan untuk aktivitas kriya yang akan mengotori ruangan.



Gambar 2.13 Denah Jakarta Creative Hub

Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada Bandung *Creative hub*, lantai 1 bangunan dapat diakses langsung dari jalan. Lantai 1 memiliki ruang free co-working space dan ruang pameran/galeri. Area pameran dibatasi dengan partisi kaca sehingga orang bisa melihat pameran yang sedang dilaksanakan dari luar bangunan. Area free-coworking space berbentuk seperti tangga sehingga pengunjung terhubung ke lantai 2 yang memiliki café dan perpustakaan. Fasilitas *makerspace* pada Bandung *Creative hub* tersebar pada lantai 3-5. Sebagian besar penggunanya sudah mendaftar terlebih dahulu sehingga tidak banyak pengunjung umum yang terlihat pada lantai-lantai tersebut. Intermission space pada Bandung *Creative hub* juga hanya berupa koridor yang menghubungkan ruangan sehingga hanya berfungsi sebagai sirkulasi yang tidak membentuk interaksi antara kelompok pengunjung.

## 2.6 Keluaran Hasil Studi Preseden Bangunan *Creative Hub*

<b>Ruang</b>	<b>Keluaran Hasil Penelitian</b>
<i>Personal Space</i>	<i>Personal space</i> dalam <i>creative hub</i> harus dapat memberikan privasi untuk penggunanya dan sebaiknya bisa memisahkan pengguna ruang tersebut baik itu dari stimulasi eksternal ataupun dari pengguna lain dalam ruang tersebut. Hal ini dapat dicapai dengan peletakan ruang yang aksesnya tidak melewati area dengan populasi yang tinggi, menggunakan pembatas ruangan yang bersifat privat dan menggunakan objek-objek seperti meja dengan pembatas.
<i>Collaboration Space</i>	<i>Collaboration space</i> dalam <i>creative hub</i> harus mudah diakses, <i>playful</i> , memperbolehkan tingkat kebisingan yang lebih tinggi dan dapat memberikan stimulasi visual dan akustik yang kemudian akan mendorong terjadinya interaksi sosial. Hal ini bisa dicapai dengan meletakkan objek/perabotan yang ukurannya cukup untuk sebuah kelompok dan dapat dipindah-pindah.
<i>Presentation Space</i>	<i>Presentation space</i> dalam <i>creative hub</i> harus bisa memberikan fokus kepada presenter atau objek yang dipamerkan, bisa mendorong terjadinya pertukaran opini/masukan dari pengunjung, dan dapat mudah dilihat oleh pengunjung umum. Hal ini bisa dicapai dengan peletakan <i>presentation space</i> yang tepat dan penggunaan batasan ruangan yang sifatnya tidak solid seperti pada Bogor Creative Center dan Bandung <i>Creative hub</i> .
<i>Making Space</i>	<i>Making space</i> dalam <i>creative hub</i> harus bisa mendorong terjadinya eksperimentasi, menyediakan instruksi untuk alat-alat yang ada, dan memperbolehkan kebisingan dan kotor. <i>Making space</i> juga berfungsi untuk menarik pengunjung, sehingga bisa menggunakan batasan ruang yang bersifat transparan.
<i>Intermission Space</i>	Fungsi utama dari <i>intermission space</i> pada <i>creative hub</i> adalah untuk menghubungkan antar ruang. Namun, <i>intermission space</i> juga harus bisa memfasilitasi terjadinya <i>knowledge transfer</i> , mendorong terjadinya <i>coincidental meetings</i> , bisa diakses dari luar, dan memberikan tempat untuk istirahat bagi pengguna <i>creative hub</i> . <i>Intermission space</i> pada Jakarta Creative Hub dan Bogor Creative Center merupakan preseden yang baik karena <i>intermission space</i> -nya mudah diakses dan bersifat fleksibel sehingga mencapai kriteria yang disebutkan sebelumnya.

Tabel 2.5 Keluaran hasil penelitian

Sumber: Olah data penulis

## **BAB 3**

### **METODE PERANCANGAN**

#### **3.1 Ide Perancangan**

Ide perancangan yang akan diwujudkan adalah membuat *creative hub* yang bersifat sebagai ruang publik sehingga masyarakat sekitar bisa ikut andil dalam perkembangan ekonomi kreatif di daerah tersebut, tetapi tetap dapat memenuhi fungsinya sebagai *creative hub* dalam menyediakan fasilitas untuk membangun kualitas ekonomi kreatif di sekitarnya, dalam konteks ini kota Bandar Lampung dan menyediakan wadah bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk saling terhubung dan bekerja sama. Ide perancangan tersebut dapat diwujudkan melalui:

- mencari subsektor yang akan menjadi fokus dari *creative hub* yang dirancang;
- mendesain zonasi dan *programming* ruang sesuai dengan hasil keluaran analisis preseden;
- mendesain komponen-komponen ruang seperti objek dan pembatas sesuai dengan hasil keluaran analisis preseden sehingga dapat membuat *setting* pada masing-masing ruang yang ingin dicapai.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data sebagai acuan dalam perancangan *creative hub*, dilakukan beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut.

- a. Observasi, merupakan pengamatan secara sistematis terhadap unsur-unsur pada suatu gejala permasalahan pada objek penelitian (Nawawi dan Martini, 1992). Observasi dilakukan pada tapak untuk mengetahui

kondisi tapak secara langsung sehingga dapat digunakan dalam analisis SWOT (*Strengths, Opportunities, Weakness, dan Threats*).

- b. Dokumentasi, yaitu arsip pengamatan dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2013). Dokumentasi pada tapak dan preseden digunakan sebagai referensi dalam perancangan.
- c. Studi literatur didapat dari buku, jurnal dan artikel digunakan untuk kajian teori dan untuk mendapatkan data dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.
- d. Studi kasus, dilakukan untuk membandingkan preseden dan memperoleh data *behavior setting* dari masing-masing preseden untuk kemudian di analisis sehingga hasil keluaran studi kasus bisa diterapkan pada perancangan yang akan dilakukan.

### 3.3 Analisis Perancangan

Analisis perancangan dilakukan untuk mengolah data-data yang sudah didapat sehingga dapat menghasilkan perancangan *creative hub* yang sesuai dengan fungsi dan tapaknya. Analisis yang dilakukan yaitu sebagai berikut.

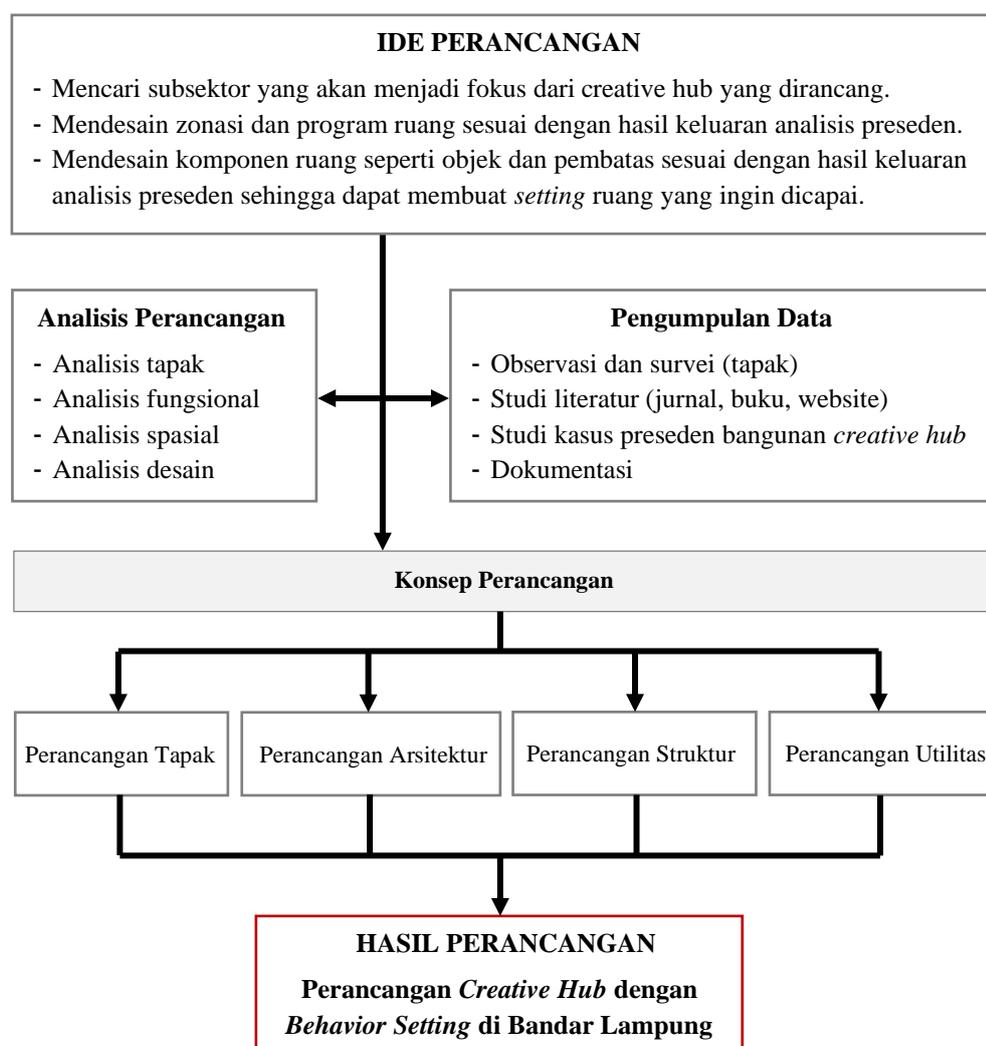
- a. Analisis tapak, berisi analisis makro (data umum, *land-use*, kontur tapak), analisis mikro (arah angin, arah matahari, kebisingan, sirkulasi, topografi tapak, drainase, utilitas, *view*, dan vegetasi), dan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*) dari tapak terpilih.
- b. Analisis fungsional, berisi analisis kelompok pengguna, analisis aktivitas, dan pola kegiatan.
- c. Analisis spasial, berisi kebutuhan ruang, besaran ruang, matriks, dan bubble hubungan ruang.
- d. Analisis desain, berisi tentang bagaimana penerapan *behavior setting* pada bangunan *creative hub* yang dirancang.

### 3.4 Konsep Perancangan

Hasil akhir dari analisis yang sudah dilakukan berupa konsep perancangan yang sesuai dengan pendekatan yang digunakan yaitu *behavior setting*. Konsep perancangan tersebut meliputi sebagai berikut.

- a. Konsep perancangan tapak, berisi rencana zonasi, aksesibilitas, serta sirkulasi keluar masuk bangunan berdasarkan hasil analisis tapak.
- b. Konsep perancangan arsitektur, berisi rencana konsep gubahan massa, fasad, rencana interior, dan tata ruang luar
- c. Konsep perancangan struktur, berisi rencana sistem struktur bawah, tengah, dan atas.
- d. Konsep utilitas, berisi rencana sistem utilitas basah seperti distribusi air bersih, air kotor dan hujan, dan sistem utilitas kering seperti kelistrikan.

### 3.5 Alur Perancangan



Gambar 3.1 Bagan alur perancangan  
Sumber: Olah data penulis

## **BAB 4**

### **ANALISIS PERANCANGAN**

#### **4.1 Tinjauan Wilayah Perancangan**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Kota Bandar Lampung**

Kota Bandar Lampung merupakan ibukota Provinsi Lampung yang terletak di sisi selatan pulau Sumatera. Kota Bandar Lampung dipilih sebagai area perancangan karena berdasarkan data dari KEMENPAREKRAF memiliki persentase perkembangan ekonomi kreatif yang paling tinggi jika dibandingkan dengan kota lain di provinsi Lampung. Sebagian besar sisi Kota Bandar Lampung berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan. Berikut adalah batas-batas wilayah Kota Bandar Lampung:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kec. Natar (Kab. Lampung Selatan)
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kec. Padang Cermin (Kab. Pesawaran) dan Katibung (Kab. Lampung Selatan) serta Teluk Lampung
- Sebelah barat berbatasan dengan Kec. Gedong Tataan dan Padang Cermin (Kab. Pesawaran)
- Sebelah timur berbatasan dengan Kec. Tanjung Bintang (Kab. Lampung Selatan)



Gambar 4.1 Peta wilayah Kota Bandar Lampung  
Sumber: *Google images*

Topografi Kota Bandar Lampung sangat beragam dengan ketinggian 0 - 500m. Daerah sekitar Teluk Betung dan Panjang di selatan Kota Bandar Lampung merupakan wilayah pantai. Daerah sekitar Kedaton dan Sukarame merupakan wilayah landai/dataran. Daerah Telukbetung bagian utara merupakan wilayah perbukitan sedangkan wilayah dataran tinggi dan sedikit bergunung berada di sekitar Tanjung Karang Barat, Sukadana Ham, dan Gunung Dibalau.

Kota Bandar Lampung memiliki beberapa jalur akses. Yang pertama adalah jalur udara melalui bandara Radin Inten II yang terletak di Natar, Lampung Selatan, barat daya, 14km dari Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung juga dapat diakses menggunakan kapal feri melalui pelabuhan Bakeheuni yang berada di Kabupaten Lampung Selatan, 92km dari selatan Kota Bandar Lampung yang kemudian dihubungkan melalui kendaraan pribadi/bus yang turun di terminal Rajabasa. Kota Bandar Lampung juga dapat diakses menggunakan kereta, terdapat 4 stasiun dalam kota yaitu Tanjungkarang, Labuhanratu, Sukamenanti, dan Tarahan (hanya untuk bongkar muatan). Stasiun Tanjungkarang menghubungkan Kota Bandar Lampung dengan Kotabumi, di utara provinsi Lampung dan luar provinsi yaitu ke Palembang. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Wilayah Tahun 2021-2041, Kota Bandar Lampung dibagi ke dalam 5 wilayah perencanaan (WP) berdasarkan fungsi yaitu:

<b>WP</b>	<b>Fungsi</b>	<b>Wilayah</b>
WP I	Fungsi utama sebagai perdagangan skala regional dan pusat pemerintahan. Fungsi tambahan sebagai simpul transportasi darat, permukiman perkotaan dan sarana olah raga terpadu.	Kecamatan Telukbetung Selatan, Telukbetung Utara, Enggal, Tanjungkarang Timur, Tanjungkarang Pusat, Kedamaian, Kedaton, dan Way Halim
WP II	Fungsi utama sebagai pusat pendidikan tinggi dan simpul utama transportasi darat. Fungsi tambahan sebagai kawasan peruntukan industri, permukiman perkotaan, infrastruktur perkotaan, dan perdagangan skala kawasan.	Kecamatan Sukarame, Tanjung Senang, Rajabasa, dan Labuhan Ratu
WP III	Fungsi utama sebagai pelabuhan utama serta kawasan peruntukan industri. Fungsi tambahan sebagai permukiman perkotaan, pariwisata, dan perdagangan skala kota.	Kecamatan Panjang, Sukabumi, dan Bumi Waras
WP IV	Fungsi utama sebagai kawasan konservasi. Fungsi tambahan sebagai wisata alam dan bahari, industri pengolahan hasil laut, pusat pengolahan akhir sampah terpadu dan pelabuhan perikanan.	Kecamatan Telukbetung Timur dan Telukbetung Barat
WP V	Fungsi utama sebagai RTH. Fungsi tambahan sebagai pusat pendidikan khusus, permukiman perkotaan, agrowisata, ekowisata, perdagangan skala kawasan, sarana olah raga dan pendidikan tinggi.	Kecamatan Langkapura, Kemiling, dan Tanjungkarang Barat

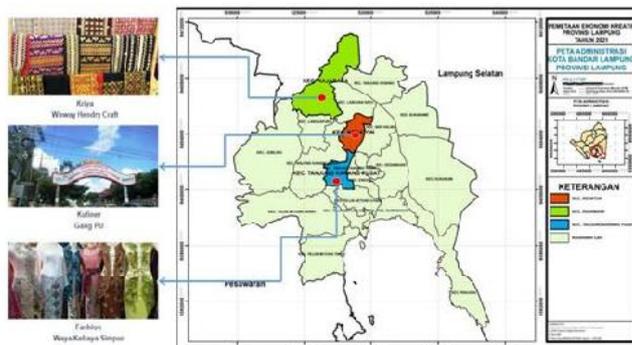
Tabel 4.1 Wilayah perencanaan Kota Bandar Lampung tahun 2021-2041  
Sumber: Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung

Berdasarkan tabel di atas, maka *site* yang dipilih berada di dalam wilayah perancangan I atau V.

#### **4.1.2 Mapping Ekonomi Kreatif di Bandar Lampung**

Berdasarkan Statistik Ekonomi Kreatif 2020 yang dikeluarkan oleh Kemenparekraf Republik Indonesia, Provinsi Lampung secara

garis besar memiliki tiga subsektor ekonomi kreatif unggulan, yaitu musik (22,98%), pengembangan aplikasi & *game* (13,71%), dan seni pertunjukan (10,38%). Kota Bandar Lampung merupakan kota dengan jumlah ekonomi kreatif tertinggi di Provinsi Lampung dengan 49,92%, disusul oleh Kabupaten Lampung Selatan (8,29%) dan Kabupaten Lampung Tengah (7,36%).



Gambar 4.2 Peta ekonomi kreatif unggulan Kota Bandar Lampung  
Sumber:

Kecamatan Rajabasa memiliki jumlah ekonomi kreatif subsektor kriya sebesar 20% dari keseluruhan usaha subsektor kriya di Bandar Lampung. Salah satu contohnya ada produksi kain tapis. Selain itu, Kecamatan Rajabasa juga dekat dengan Kabupaten Lampung Selatan dimana terdapat banyak pelaku usaha kreatif kerajinan gerabah.

Untuk Subsektor kuliner, pada kecamatan Kedaton terdapat banyak UMKM yang menjual berbagai macam kuliner termasuk olahan keripik pisang, keripik tempe dan keripik singkong. Pada acara tertentu UMKM tersebut akan terkumpul dalam satu area seperti di dalam mall. Selain itu, pada kecamatan Tanjungkarang dan Way Halim terdapat banyak UMKM yang menjual berbagai macam oleh-oleh kuliner khas lampung seperti olahan keripik pisang. Salah satu industri kuliner yang cukup besar dari Lampung adalah kopi. Sebagian besar kopi yang diekspor dari Lampung merupakan biji mentah, namun industri olahan kopi juga sudah berkembang di Bandar Lampung. Selain, banyak café-café yang muncul khususnya pada daerah Kedaton dan Tanjungkarang. Kopi juga menjadi salah

satu media yang digunakan para pelaku seni rupa di Lampung untuk membuat lukisan kopi.

Kecamatan Tanjung Karang Pusat memiliki jumlah ekonomi kreatif subsektor *fashion* terbesar yaitu 32% dari seluruh usaha subsektor *fashion* di Kota Bandar Lampung. Kantor Dinas Parekraf Lampung terletak di Enggal, Kota Bandar Lampung. Salah satu program Dinas Parekraf adalah membuat lingkungan yang mengumpulkan para pelaku seni rupa dan seni pertunjukan di satu wilayah yaitu di PKOR Way Halim. Dalam subsektor pengembangan *game*, sebagian besar terletak pada wilayah Pagar Alam dan dari Universitas Darmajaya. Salah satu contohnya adalah *start up* Eternal Dream Studio.

## 4.2 Pemilihan Lokasi Tapak

### 4.2.1 Kriteria Pemilihan Tapak

Berdasarkan analisis preseden dapat disimpulkan beberapa kriteria yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pemilihan tapak.

#### a. Visibilitas

Visibilitas tapak dari level pejalan kaki dibutuhkan sehingga kegiatan pada *creative hub* dapat dilihat pejalan kaki yang melewati tapak sehingga dapat menarik mereka untuk masuk dan menggunakan bangunan *creative hub* yang akan dirancang.

#### b. Aksesibilitas

Tapak yang dipilih harus mudah diakses, baik menggunakan transportasi umum, transportasi pribadi, maupun pedestrian.

#### c. Wilayah perancangan

Lokasi *site* yang dipilih harus berada dalam wilayah perancangan yang memiliki fungsi sesuai ketentuan pemerintah setempat, yaitu tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Wilayah Tahun 2021-2041.

d. Konteks area sekitar tapak

Berdasarkan analisis preseden, masing-masing preseden *creative hub* berada di area kota yang berbeda-beda tergantung dari model dan fokus yang digunakan oleh *creative hub* tersebut. Pada Jakarta Creative Hub, *site* yang dipilih adalah di daerah Thamrin yang merupakan wilayah perkantoran dan bisnis. Pada Bogor Creative Center, *site* yang dipilih berada di wilayah Taman Bogor yang terletak di dekat area ruang terbuka publik dan gedung pemerintahan. Pada Bandung Creative Hub, *site* yang digunakan terletak di Jl. Laswi yang dekat area komersil dan gedung pemerintahan. Dalam perancangan *creative hub*, karena fokus yang dipilih adalah subsektor seni pertunjukan, musik dan pengembangan *game*, konsep bangunan akan mengintegrasikan ruang terbuka publik sehingga *site* yang menjadi pilihan harus dekat dengan pusat kegiatan publik.

e. Luas Tapak

Berdasarkan studi preseden, bangunan *creative hub* berkapasitas 100 hingga 200 orang diperlukan luas tapak sebesar 5000 m<sup>2</sup> hingga 8000 m<sup>2</sup>. Dari data jumlah pelaku ekonomi kreatif di Bandar Lampung, diasumsikan bahwa pengguna bangunan *creative hub* akan lebih sedikit sehingga luas bangunan bisa lebih kecil dengan luas 5000 m<sup>2</sup> hingga 6000 m<sup>2</sup>.

#### 4.2.2 Alternatif Lokasi Tapak

a. Alternatif Tapak 1



Gambar 4.3 Alternatif Tapak 1

Sumber: Google earth

- Lokasi : Sekitar Pasar Seni PKOR
- Luas Lahan :  $\pm 5.100 \text{ m}^2$
- Batas Tapak :
  - Utara : Gerbang Utama PKOR
  - Selatan : Lahan kosong
  - Barat : Jl. Sumpah Pemuda
  - Timur : Lahan Kosong
- Kelebihan :
  - Merupakan pusat seni pertunjukan dan seni rupa, terdapat UMKM kuliner dan lapangan olahraga yang menarik pengunjung setiap malamnya.
  - Dekat dengan area residensial
  - Didukung oleh Dinas PAREKRAF Lampung
  - Setiap hari Sabtu dan Minggu ada kegiatan Open Stage
- Kekurangan :
  - Tidak di pinggir jalan besar sehingga tidak terlalu terlihat oleh pejalan kaki

b. Alternatif Tapak 2



Gambar 4.4 Alternatif Tapak 2

Sumber: Google earth

- Lokasi : Di samping Perpusda Lampung (Jl. ZA Pagar Alam)
- Luas Lahan :  $\pm 7.400 \text{ m}^2$
- Batas Tapak :
  - Utara : Perumnas, Jl. Dakwah II
  - Selatan : Jl. ZA Pagar Alam

- Barat : Perpustakaan Modern  
Provinsi Lampung
- Timur : Jl. Dakwah
- Kelebihan : - Dekat dengan beberapa universitas
- Berada di samping Perpustakaan Daerah Bandar Lampung sehingga fungsi perpustakaan sudah tercangkup diluar bangunan *creative hub*
- Berada di pinggir jalan sehingga mudah dilihat dan diakses oleh pedestrian
- Kekurangan : - luas site yang tidak terlalu besar
- Area pasar seni PKOR sudah digunakan oleh komunitas seni di Lampung sebagai tempat berkumpul

### c. Alternatif Tapak 3



Gambar 4.5 Alternatif Tapak 3

Sumber: Google earth

- Lokasi : Jl. Raden Intan, Kecamatan Enggal
- Luas Lahan :  $\pm 6,400 \text{ m}^2$
- Batas Tapak : - Utara : Mess Intan
- Selatan : Alfamart Taman Gajah
- Barat : Jl. Raden Intan
- Timur : Jl. Sriwijaya
- Kelebihan : - Dekat dengan mall/area komersil lainnya dan lapangan saburai

- Berada di pertemuan jalan sehingga dapat diakses dari beberapa arah dan bisa menghubungkan dua jalan
- Akses pedestrian dan transportasi umum yang baik
- Kekurangan : - Jauh dari universitas dan subsektor ekonomi kreatif lain.

#### 4.2.3 Pembobotan Alternatif Tapak

Dari ketiga alternatif tapak, pemilihan tapak akan dilakukan dengan pembobotan nilai berdasarkan kriteria tapak. Adapun pembobotan nilai tersebut adalah sebagai berikut.

Alternatif Tapak	1	2	3
Lokasi	PKOR	Jl. ZA Pagar Alam	Enggal
Visibilitas	Harus masuk ke area PKOR melalui Jl. Sumpah Pemuda agar site terlihat dari jalan ++	Berada di pinggir Jl. Za Pagar Alam sehingga mudah terlihat +++	Berada di pinggir jalan dan dapat dilihat dari beberapa arah +++
Aksesibilitas			
a. Jaringan jalan	Jalan arteri sekunder	Jalan arteri primer	Jalan arteri sekunder
b. Transportasi umum	Dilalui transportasi umum ++	Dilalui transportasi umum +++	Dilalui transportasi umum ++
Konteks sekitar			
a. Fungsi bangunan sekitar	Permukiman, fasilitas olahraga, ruang publik, komersil	Komersial, permukiman, pendidikan	Komersial
b. Fasilitas sekitar	GOR/lapangan olahraga, gedung kesenian	Perpustakaan, universitas, sekolah, gerai makanan	Mall, lapangan, akomodasi

c. Subsektor ekonomi kreatif sekitar	Seni pertunjukan, kriya/seni rupa, kuliner +++	Kuliner, Pengembangan Gim, Kriya +++	Kuliner, Fashion ++
Wilayah Perancangan	WP I	WP I	WP I
Luas (m <sup>2</sup> )	5,100 +	7,400 +++	6,400 ++
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>11</b>

Keterangan:

+ : cukup baik

++ : baik

+++ : sangat baik

Berdasarkan tabel pembobotan di atas, alternatif tapak 2 memiliki skor tertinggi dengan 12 poin, sehingga tapak terpilih berada di Jl. ZA Pagar Alam, di samping perpustakaan daerah Bandar Lampung.

### 4.3 Analisis Tapak

#### 4.3.1 Analisis SWOT Tapak

##### a. *Strength*

- Letak tapak berada di pinggir jalan arteri primer yaitu Jalan ZA Pagar Alam sehingga memiliki visibilitas tinggi dari beberapa arah baik dari jalan maupun dari level pedestrian.
- Letak tapak berada di jalan arteri primer memberikan aksesibilitas yang tinggi baik menggunakan kendaraan pribadi, transportasi umum, maupun pedestrian.
- Kecamatan Kedaton merupakan salah satu kecamatan unggulan ekonomi kreatif, selain itu letaknya berada di tengah-tengah kecamatan unggulan lainnya sehingga mudah dicapai oleh sebagian besar pelaku ekonomi kreatif dari kecamatan lain di Bandar Lampung.

##### b. *Weakness*

- Kebisingan dan polusi menjadi isu yang dapat mengganggu

kegiatan di *creative hub* karena terletak di pinggir jalan,.

- Garis sempadan bangunan yang cukup besar yaitu 15 m.

c. *Opportunity*

- Letak tapak berada di kawasan pendidikan sehingga memiliki banyak fasilitas pendidikan seperti sekolah, perguruan tinggi, dan perpustakaan. Ini merupakan hal ideal karena berdasarkan data dari Dinas Parekrif Provinsi Lampung mahasiswa merupakan bagian besar dari pelaku ekonomi kreatif.
- Letak tapak yang bersebelahan dengan perpustakaan daerah provinsi Lampung memungkinkan beberapa fungsi *creative hub* sudah tercakup dalam perpustakaan sehingga fungsi lain *creative hub* dapat bertambah ukurannya atau dapat ditambahkan fungsi baru.
- Kontur lahan sedikit turun pada sisi tenggara.
- Sarana dan prasarana cukup lengkap

d. *Threat*

- Kemacetan lalu lintas di seberang tapak yang dikarenakan oleh putaran balik.

Tabel analisis SWOT dapat dilihat pada tabel berikut ini.

	Strength	Weakness
Opportunity	S+O	W+O
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat area terbuka untuk latihan/pertunjukan/event dan meletakkannya pada sisi selatan site yang menghadap ke dua sisi jalan sehingga menjadi focal point untuk menarik pengunjung datang ke bangunan <i>creative hub</i>.</li> <li>• Memanfaatkan bangunan perpustakaan daerah untuk menampung fungsi perpustakaan <i>creative hub</i> sehingga luasan ruang pada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan GSB sebagai aea transisi masuk untuk pedestrian dan sebagai buffer untuk menghalangi polusi dan kebisingan dari jalan arteri.</li> </ul>

	site creative hub bisa digunakan untuk fungsi lain <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat akses masuk pedestrian yang <i>seamless</i> sehingga pejalan kaki bisa mudah melihat dan masuk bangunan</li> </ul>	
Threat	S+T	W+T
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat massa bangunan yang dapat menghalangi kebisingan dan polusi namun tetap memiliki visibilitas dan aksesibilitas yang tinggi</li> <li>• Meletakkan akses keluar dan masuk kendaraan di sisi tapak yang berbeda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan area yang terpotong oleh GSB sebagai area <i>drop-off</i></li> <li>• Memasukkan area <i>drop-off</i> ke tapak sehingga kemacetan dapat dikurangi</li> </ul>

Tabel 4.2 Analisis SWOT Tapak

Sumber: Olah data penulis

### 4.3.2 Analisis Makro

#### a. Lokasi Tapak

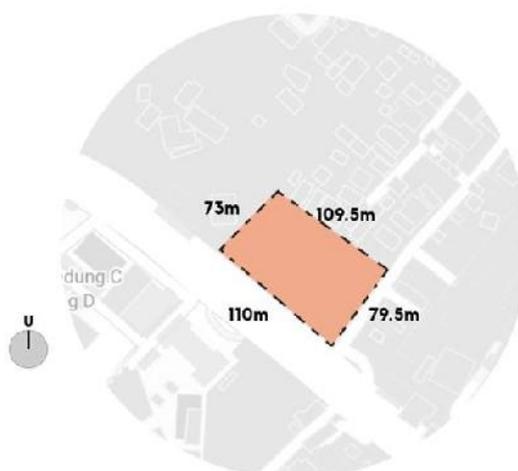
Tapak terletak di Jl. ZA Pagar Alam, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung yang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Wilayah Tahun 2021-2041 merupakan bagian dari WP I dengan fungsi utama sebagai tempat perdagangan dan jasa regional. Tapak bangunan berbatasan dengan Jl. ZA Pagar Alam di sisi selatan, Jl. Dakwah di sisi timur, Perpustakaan Daerah Provinsi Lampung di sisi barat dan permukiman warga di sisi utara.

#### b. Land-use

Tapak berupa lahan kosong yang terletak di samping lahan Perpustakaan Daerah Provinsi Lampung.

#### c. Ukuran Tapak dan Regulasi Setempat

Tapak memiliki luas 8350 m<sup>2</sup> dengan dimensi sebagai berikut.



Gambar 4.6 Ukuran Tapak

Sumber: Ilustrasi penulis

Beberapa peraturan persyaratan pembangunan yang harus diikuti sesuai dengan lokasi tapak yaitu sebagai berikut.

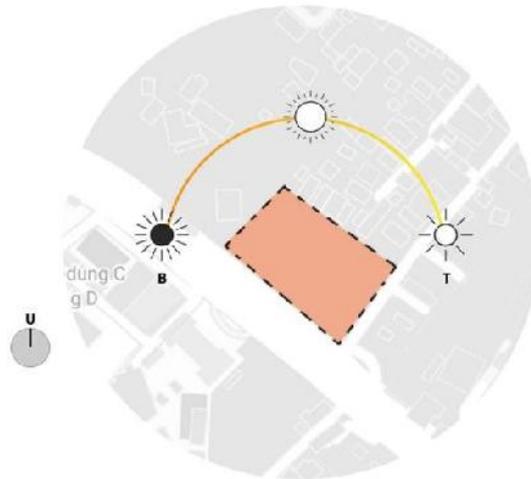
- Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 21 Tahun 2014, tapak yang dipilih masuk ke dalam zona III yaitu KDB untuk bangunan selain rumah tinggal adalah 60% dengan KLB 2,4.
- Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 10 Tahun 2011 Pasal 12, semua bangunan baik publik diwajibkan untuk memiliki KDH (koefisien dasar hijau) sebesar minimum 20%
- Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 7 Tahun 2014, GSB untuk bangunan pada jalan arteri primer adalah minimal 15 m dari as jalan, sehingga sisi tapak yang menghadap jalan Jl. ZA Pagar Alam memiliki GSB 15 m dari tepi badan jalan. Jl. Dakwah pada sisi tapak merupakan jalan lokal yang memiliki GSB  $\frac{1}{2}$  lebar jalan ditambah 1 m.

### 4.3.3 Analisis Mikro

#### a. Matahari

Tapak memiliki orientasi miring menghadap barat daya sehingga matahari terbit dari sisi kanan tapak dan terbenam di sisi

kanan tapak. Pada sisi timur tapak terdapat bangunan 5 lantai sehingga sinar matahari pagi akan cukup terhalang. Pada sisi barat laut terdapat bangunan perpustakaan daerah yang memiliki 4 lantai yang bisa mereduksi intensitas matahari sore ke dalam *site* gedung *creative hub*.



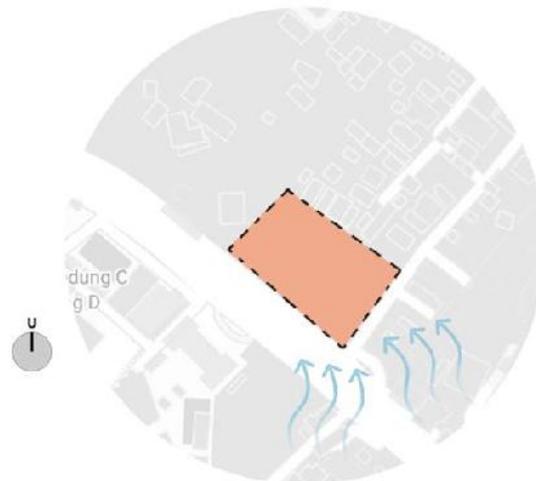
Gambar 4.7 Arah matahari pada tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis

Beberapa strategi yang digunakan sebagai respon analisis tersebut yaitu sebagai berikut.

- Membuat bukaan pada arah timur laut berupa *void* yang miring pada massa bangunan sehingga bisa memaksimalkan matahari di pagi hari dan mereduksi matahari di siang hari.
- Memanfaatkan sisi barat bangunan sebagai area *outdoor* karena bayangan dari gedung perpustakaan daerah yang dapat mengurangi panas dari matahari pada sore hari sehingga pengguna bangunan dapat menikmati matahari terbenam tanpa terkena panas.

b. Angin

Berdasarkan data dari BMKG Provinsi Lampung, arah angin dari *site* datang dari sisi selatan dan tenggara *site*. Angin tersebut membawa udara sejuk masuk namun karena letak *site* yang berada di pinggir jalan arteri dengan frekuensi lalu lintas yang cukup tinggi, angin juga membawa polusi masuk.



Gambar 4.8 Arah datangnya angin pada tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis

Beberapa strategi yang diterapkan dalam desain adalah sebagai berikut.

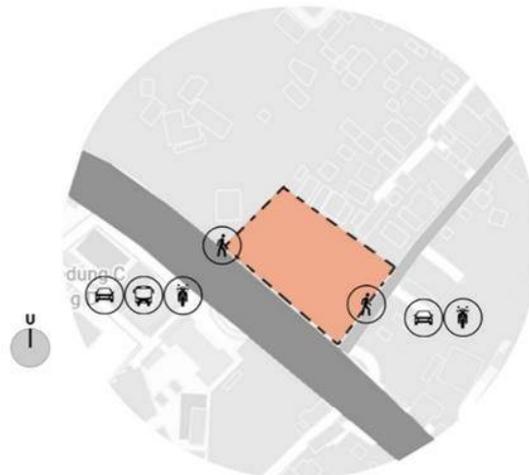
- Membuat semacam lorong dari vegetasi yang berfungsi sebagai pengatur zonasi ruang, mengurangi polusi dan mengalirkan angin masuk menggunakan efek *wind tunnel*.
- Membuat bukaan pada beberapa sisi bangunan sehingga terbentuk *cross ventilation*.

c. Aksesibilitas dan Sirkulasi

Jalan ZA Pagar Alam merupakan jalan arteri primer dua jalur dengan dua arah yang berada persis di depan *site*. Arah lalu lintas pada jalur yang berada di depan *site* datang dari sisi barat. Sebagai jalan arteri primer, lalu lintas pada Jalan ZA Pagar Alam terdiri dari kendaraan pribadi (mobil dan sepeda motor) dan juga transportasi umum seperti angkutan umum (angkot), maupun bis dengan halte bis yang terletak 400m dari *site*. Pada sisi jalan yang berada di depan *site* juga terdapat trotoar yang dapat digunakan pejalan kaki dengan jembatan penyebrangan yang berada sekitar 120m ke arah tenggara dari *site*. Pada sisi timur tapak terdapat Jl. Dakwah yang merupakan jalan lokal dengan lebar kurang lebih 4m. Jalan dua arah ini hanya dilalui kendaraan pribadi dan pejalan kaki. Di sisi selatan tapak terdapat putaran arah balik yang sering

menyebabkan kemacetan di depan tapak. Berdasarkan analisis tersebut, beberapa strategi yang akan diterapkan adalah sebagai berikut.

- Membagi akses keluar dan masuk kendaraan pribadi pada sisi bangunan yang berbeda sehingga tidak menambah kemacetan.
- Membuat area di dalam sisi selatan tapak sehingga angkutan umum dapat menurunkan dan mengambil penumpang tanpa menyebabkan kemacetan.
- Menyambungkan trotoar yang sudah ada di sisi selatan dengan akses masuk pedestrian ke area *outdoor creative hub* sehingga pejalan kaki dapat mudah masuk dan kegiatan di dalam *creative hub* dapat mudah dilihat orang yang lewat sehingga dapat menarik pengunjung.
- Menggunakan pembatas ruang yang bersifat transparan pada sisi timur sehingga pejalan kaki dari Jl. Dakwah juga dapat melihat kegiatan di dalam bangunan *creative hub*.



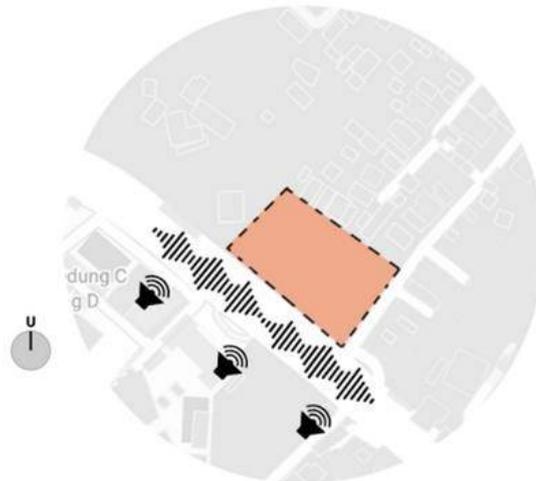
Gambar 4.9 Akses dan sirkulasi tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis

#### d. Kebisingan

Sebagian besar kebisingan datang dari arah Jl. ZA Pagar Alam di mana tingkat lalu lintas cukup tinggi ditambah seringnya terjadi kemacetan pada putaran di depan *site*. Selain itu, *site*

bersebelahan dengan perpustakaan daerah. Berdasarkan analisis tersebut strategi yang diterapkan yaitu sebagai berikut.

- Meletakkan ruang yang memerlukan tingkat kebisingan rendah pada sisi utara *site* yang berbatasan dengan permukiman warga.
- Meletakkan area publik pada sisi selatan *site* dengan massa pembatas yang berfungsi untuk mengurangi kebisingan dari arah Jl. ZA Pagar Alam.
- Membuat massa pembatas pada sisi barat yang dapat mengurangi kebisingan dari *creative hub* ke arah perpustakaan daerah.



Gambar 4.10 Kebisingan pada tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis

e. View

View dari dalam tapak pada sisi selatan menghadap ke Jl. ZA Pagar Alam. Pada bagian barat *view* dari tapak melihat ke gedung perpustakaan daerah. Pada sisi timur, *view* dari dalam menghadap ke SPBU yang berada di samping Jl. Dakwah. Dari luar, *view* pada sisi timur memiliki visibilitas tinggi ke arah tapak dikarenakan akses masuk SPBU yang cukup lebar sehingga tidak ada yang menghalangi *view* ke dalam tapak. Pada sisi utara *site*, *view* keluar hanya berupa dinding pembatas dengan permukiman

warga. Berdasarkan analisis tersebut, berikut adalah strategi yang akan diterapkan pada desain.

- Meletakkan area servis dan parkir pada sisi selatan tapak
- Meletakkan area pameran pada sisi timur tapak sehingga mudah terlihat dari Jl. Dakwah
- Membuat area *outdoor* pada lantai 2 yang menghadap ke barat dengan *view* bangunan perpustakaan modern
- Membuat sisi selatan tapak sebagai *focal point* bangunan dengan meletakkan fungsi publik bangunan *creative hub* sehingga dapat menarik pengunjung.



Gambar 4.11 View pada tapak

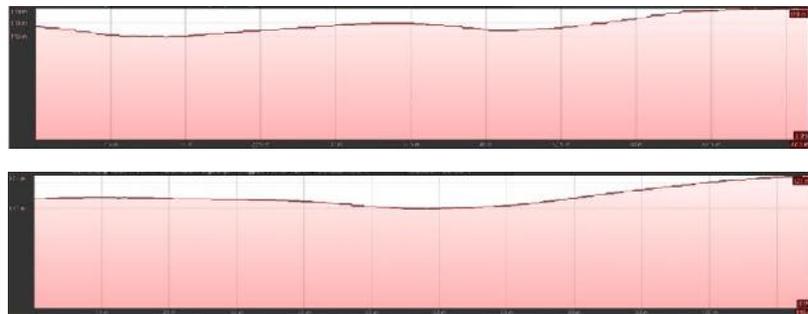
Sumber: Ilustrasi penulis

#### f. Topografi

Kontur pada tapak relatif rata dengan sedikit penurunan pada sisi tenggara setinggi 3 m dengan penurunan setiap 1 m. Karena perbedaan ketinggian yang tidak terlalu signifikan, strategi yang diterapkan dalam perancangan adalah mengisi bagian tapak yang menurun sehingga tapak menjadi rata.



Gambar 4.12 Kontur tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis



Gambar 4.13 Potongan kontur tapak  
Sumber: Ilustrasi penulis

## 4.4 Analisis Fungsional

### 4.4.1 Analisis Fungsi

Analisis fungsi menjabarkan fungsi dan aktivitas yang diwadahi pada bangunan *creative hub*, hal ini termasuk fungsi primer, fungsi sekunder dan fungsi penunjang.

#### a. Fungsi Primer

*Creative hub* berfungsi sebagai penyedia fasilitas, jasa dan membangun komunitas antara para pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan dan melakukan penelitian terkait produk atau ekonomi kreatif secara umum. *Creative hub* juga berperan untuk membantu menghubungkan para pelaku ekonomi kreatif kepada khalayak umum, misalnya melalui pameran.

#### b. Fungsi Sekunder

*Creative hub* berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan edukasi mengenai ekonomi kreatif ke masyarakat sekitar.

c. Fungsi Penunjang

Fungsi penunjang berfungsi untuk mendukung kegiatan dari fungsi primer dan sekunder terkait pengelolaan bangunan, pengaturan aktivitas pengguna, dan perawatan bangunan.

Klasifikasi	Fungsi	Aktivitas
Primer	- Menyediakan fasilitas dan jasa untuk membantu para pelaku ekonomi kreatif mengembangkan produk	- Penelitian terkait pengembangan produk - Produksi prototipe - Perancangan produk
	- Sebagai tempat mengembangkan ide	- diskusi, seminar, dan presentasi
	- Memamerkan hasil karya/produk ekonomi kreatif	- Pameran/exhibition - Pertunjukan seni/performance
	- Mengedukasi khalayak umum di sekitar <i>creative hub</i> mengenai salah satu subsektor ekonomi kreatif	- workshop/event lain - lokakarya - kegiatan pelatihan terkait ekonomi kreatif
	- Sebagai ruang berlatih yang terjadwal	- latihan seni pertunjukan seperti tari/musik
	- Kegiatan jual beli produk ekonomi kreatif	- jual beli produk/ <i>merchandise</i> - jual beli produk kuliner
	Sekunder	- Menyediakan ruang untuk event jangka pendek
- Sebagai ruang untuk berinteraksi sosial		- aktivitas sosial seperti mengobrol, diskusi
Penunjang	- Pengelolaan bangunan	- pengelolaan bangunan <i>creative hub</i> secara operasional, mekanikal dan elektrikal
	- Menyediakan fasilitas sanitasi	- ke toilet atau lavatory
	- Tempat istirahat dan bersantai	- Makan minum - Istirahat dan bersantai
	- Tempat parkir	- Parkir

Tabel 4.3 Fungsi bangunan *creative hub*

Sumber: Olah data penulis

#### 4.4.2 Analisis Pengguna

Analisis pengguna dilakukan untuk mengetahui siapa saja yang akan menggunakan bangunan *creative hub*. Pengguna dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu sebagai berikut.

a. Pelaku ekonomi kreatif Bandar Lampung

Pelaku ekonomi kreatif mencakup UMKM maupun perorangan yang bekerja di ekonomi kreatif dan bekerja dalam subsektor yang sudah ditentukan oleh Kementerian Parekrif. Berdasarkan data dari Laporan Akhir Pemetaan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung oleh Dinas Parekrif Provinsi Lampung, Bandar Lampung memiliki 770 pelaku ekonomi kreatif di mana 43,29% dari pelaku ekonomi kreatif tersebut adalah mahasiswa.

b. Komunitas seni

Komunitas seni adalah komunitas yang bergerak pada satu subsektor kreatif dengan tujuan untuk melakukan aktivitas secara kelompok seperti misalnya latihan bersama, membuat pertunjukan, membuat pameran, diskusi mengenai subsektor ekonomi kreatif tersebut dan lainnya. Beberapa contoh komunitas seni di Bandar Lampung adalah komunitas tari, komunitas seniman grafiti, dan sebagainya. Komunitas seni dapat terdiri dari berbagai macam kalangan mulai dari siswa, mahasiswa, praktisi seni/seniman.

c. Pelaksana *event*

Pelaksana *event* adalah pengguna bangunan yang sebelumnya sudah terdaftar untuk menyelenggarakan *event*, namun bukan bagian dari pengelola/staf gedung *creative hub*.

d. Pengunjung umum

Pengunjung umum adalah pengunjung yang belum terdaftar untuk melakukan kegiatan di *creative hub*. Pengunjung umum sendiri dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok usia, yaitu anak-anak (usia 5-12 tahun), remaja dan dewasa muda (13-21 tahun), dewasa/usia produktif (22-60 tahun), dan lansia (60 tahun

ke atas). Pengunjung umum dibagi ke dalam beberapa kelompok usia di mana pola kegiatan dan aktivitas yang dilakukan berbeda tergantung kelompok usia pengunjung tersebut.

e. Pengelola dan staf

Pengguna bangunan yang bekerja untuk mengatur operasional kegiatan dalam bangunan dan merawat bangunan. Pengelola dan staf dan dibagi berdasarkan pekerjaan mereka sebagai berikut.

No	Kelompok Staf	Tugas
1	Kepala UPT	Bertanggung jawab atas creative hub
2	Staf operasional	Mengatur penjadwalan event dan peminjaman ruang
3	Staf administrasi	Mengelola bagian arsip dan pemberkasan
4	Staf informasi/ resepsionis	Melayani pengunjung dan membantu proses registrasi
5	Staf pengawas fasilitas <i>makerspace</i>	Melatih dan mengawasi penggunaan fasilitas pada area <i>makerspace</i>
6	Staf kebersihan	Memelihara kebersihan bangunan creative hub
7	Staf keamanan	Menjaga keamanan di bangunan creative hub
8	Staf ME	Menjaga dan mengatur sistem M&E pada bangunan creative hub

Tabel 4.4 Kelompok pengelola *creative hub*

Sumber: Olah data penulis

#### 4.4.3 Analisis Jumlah Pengguna

Analisis jumlah pengguna dilakukan untuk mengetahui berapa banyak orang yang akan menggunakan suatu ruang pada waktu tertentu sehingga dapat membentuk estimasi ruang yang dibutuhkan berdasarkan standar yang dikali dengan estimasi jumlah pengguna.

No	Jenis Pengguna	Jumlah Orang
1	Pelaku ekonomi kreatif	597
2	Seniman	190
3	Komunitas seni	60

No	Jenis Pengguna	Jumlah Orang
4	Pengelola dan staf	
	Kepala UPT	1
	Staf operasional	8
	Staf Administrasi	4
	Staf Informasi/resepsionis	2
	Staf Kebersihan	4
	Staf Keamanan	4
	Staf M&E	3
5	Penyelenggara event	5-10 (tergantung acara)
6	Pengunjung umum	100

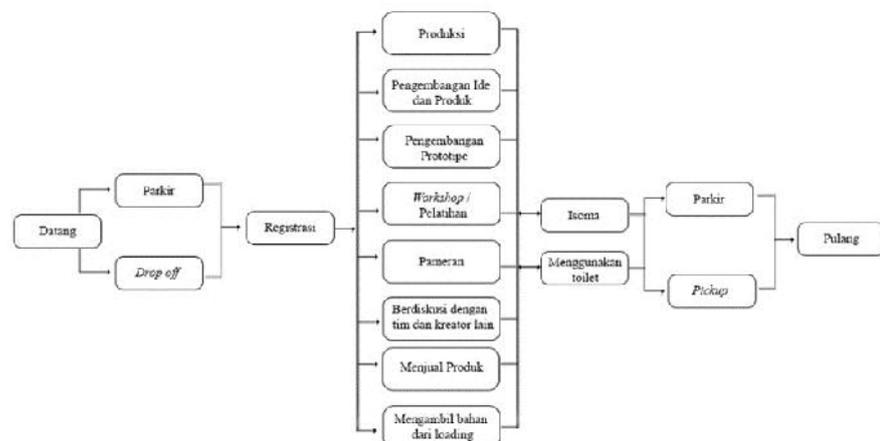
Tabel 4.5 Pengguna *creative hub*

Sumber: Olah data penulis

#### 4.4.4 Analisis Pola Kegiatan

Analisis pola kegiatan dilakukan untuk mengetahui alur kegiatan masing-masing kelompok pengguna dari mulai masuk sampai akhirnya keluar dari bangunan *creative hub*.

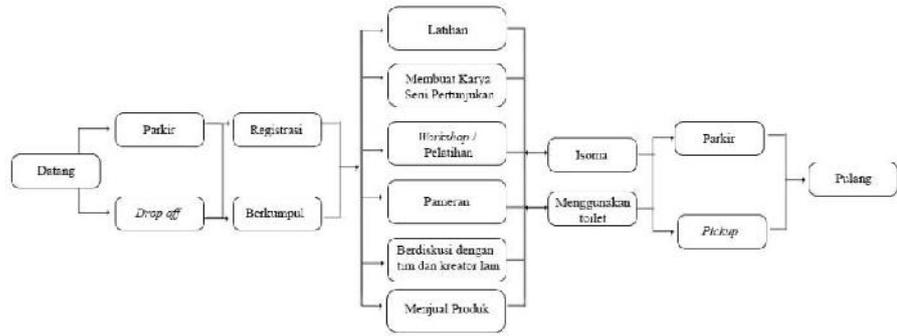
##### a. Pola Kegiatan Pelaku Ekonomi Kreatif



Gambar 4.14 Pola kegiatan pelaku ekonomi kreatif

Sumber: Ilustrasi Penulis

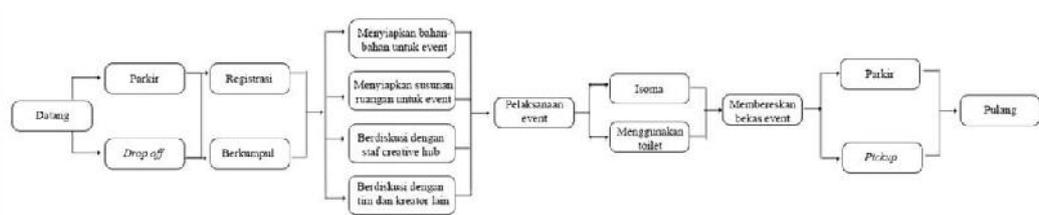
##### b. Pola Kegiatan Komunitas Seni



Gambar 4.15 Pola kegiatan komunitas seni

Sumber: Ilustrasi Penulis

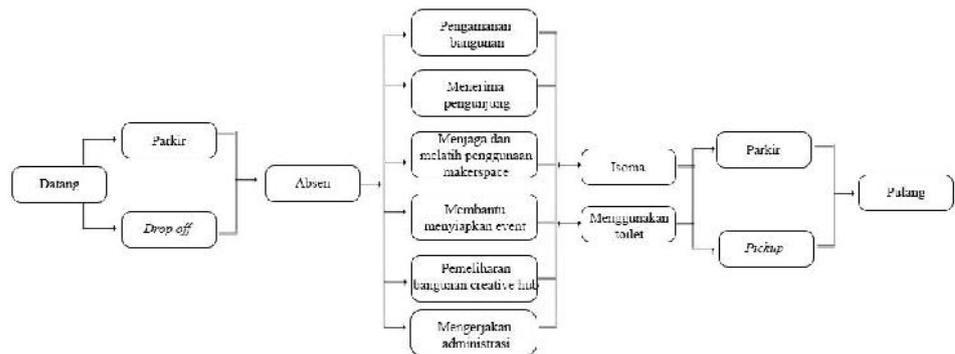
c. Pola Kegiatan Pelaksana Event



Gambar 4.16 Pola kegiatan pelaksana event

Sumber: Ilustrasi Penulis

d. Pola Kegiatan Staff dan Pengelola



Gambar 4.17 Pola kegiatan staff dan pengelola

Sumber: Ilustrasi Penulis

e. Pola Kegiatan Pengunjung Umum



Gambar 4.18 Pola kegiatan pengunjung umum

Sumber: Ilustrasi Penulis

#### 4.4.5 Analisis Kegiatan Pelaku

Analisis kegiatan pelaku dilakukan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang akan dilakukan dan akan dilakukan oleh kelompok pengguna yang mana. Hal ini dilakukan untuk menemukan kebutuhan ruang pada perancangan.

Pengguna	Kegiatan	Nama Ruang
Semua pengguna	Datang membawa kendaraan pribadi	Parkiran
	Datang menggunakan transportasi umum	Area Drop-off
	Masuk ke bangunan	Entrance
	Berkumpul	Lobby
	Menanyakan informasi	Area informasi
	Registrasi	Area resepsionis
	Melihat pameran/event/pertunjukan	Ruang terbuka, <i>amphiteather</i>
	Membeli produk	<i>Popup store, café</i>
	Menggunakan area free-working space	Free co-working space
	Melihat proses pengembangan produk	Makerspace, ruang outdoor
	Pameran	Galeri, Area open space
	Istirahat, makan	Kafe
	Menggunakan toilet	toilet
Pengunjung yang sudah registrasi	Menggunakan fasilitas makerspace	Makerspace
	Mengikuti kelas/seminar	Ruang kelas
	<i>Workshop</i> /pelatihan	Ruang kelas, Area open space,
Pelaku ekonomi kreatif	Menggunakan fasilitas makerspace	Makerspace
	Merancang produk	Ruangan co-working space
	Mengembangkan Ide	Ruangan co-working space
	Latihan	Studio, Area open space
	Membuat karya seni pertunjukan	Studio, Area open space
	Berdiskusi dengan tim dan kreator lain	Ruang terbuka, ruang co-working, ruang meeting
	Produksi	Makerspace

<b>Pengguna</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Nama Ruang</b>
	Mengembangkan prototipe	Makerspace
	Menjual produk	<i>Popup store. Café</i>
	Mengambil bahan dari loading	Loading dock
Komunitas seni	Latihan	Studio, Area open space
	Membuat karya seni pertunjukan	Studio, Area open space
	Berdiskusi dengan tim dan kreator lain	Ruang terbuka, ruang co-working, ruang meeting
Staff pelaksana event	Mengambil bahan dari loading	Loading dock
	Menyiapkan bahan-bahan untuk event	Gudang
	Menyiapkan susunan ruangan untuk event	Ruang kelas, ruang terbuka, hall
	Berdiskusi dengan staf creative hub	Ruang meeting
	Melaksanakan event	Ruang kelas, ruang terbuka, hall
	Membereskan bekas event	Ruang kelas, ruang terbuka, hall, gudang
Staf keamanan	Pengamanan bangunan	Pos satpam, ruang cctv dan server
Staf penerimaan	Menerima pengunjung	Area resepsionis
Staf operasional	Menjaga dan melatih penggunaan makerspace	Makerspace
Staf kebersihan	Pemeliharaan bangunan	Ruang servis, gudang, ruang M&E
Staf administrasi	Pekerjaan administrasi	Kantor UPT

Tabel 4.6 Kegiatan pengguna dan ruangnya  
Sumber: Olah data penulis

## 4.5 Analisis Spasial

### 4.5.1 Kebutuhan Ruang

Ukuran ruangan ditentukan berdasarkan analisis jumlah pengguna ruang di kali dengan ukuran standard dari buku *Architects' Data* oleh Ernst Neufert dan *Time-saver Standards for Building Types*

oleh Joseph De Chiara. Untuk ruangan-ruangan dengan fungsi spesifik yang tidak ada pada kedua buku tersebut digunakan data dari preseden sebagai acuan kebutuhan ruang. Sumber data kebutuhan ruang ditandai dengan simbol sebagai berikut.

- AD : Neufert Architects' Data
- TS : Time Saver Standards for Building Types
- P : Preseden

Sirkulasi juga menjadi pertimbangan dalam menentukan ukuran yang dibutuhkan. Berdasarkan buku *Time-saver Standards for Building Types*, kebutuhan ruang untuk sirkulasi dalam suatu ruangan dapat dibagi kedalam 5 kelompok berdasarkan kegiatan pada ruangan tersebut. Besaran sirkulasi dibagi menjadi persentase dari kebutuhan ruang sebagai berikut.

- 5% - 10% = kebutuhan minimum
- 20% = kebutuhan keleluasaan sirkulasi
- 30% = kebutuhan kenyamanan fisik
- 40% = tuntutan kenyamanan psikologi
- 50% = tuntutan spesifik kegiatan
- 70% - 100% = keterkaitan dengan banyak kegiatan

Ukuran ruang yang ditentukan sesuai acuan standar akan dijumlahkan dengan kebutuhan sirkulasi sesuai dengan persentase yang dibutuhkan. Perhitungan kebutuhan ruang dilakukan dengan membagi ruangan-ruangan ke dalam beberapa area sesuai dengan fungsinya seperti yang sudah dijelaskan pada kajian teori, yaitu area *personal space*, area *collaboration space*, area *presentation space*, area *makerspace*, area penunjang, dan area staf. Kebutuhan ruang dari masing-masing ruangan akan di jumlah sehingga didapatkan total kebutuhan ruang dari keseluruhan bangunan *creative hub*. Berikut adalah tabel besaran ruang pada bangunan *creative hub*.

Nama Ruang	Besaran Standar (m2)	Sirkulasi (%)	Kapasitas (Orang)	Luas per unit (m2)	Jumlah (unit)	Luas Total (m2)	Sumber	Sifat
<b>Area Personal Space</b>								
Perpustakaan mini	35 m2	20	25	42	1	42	P	Publik
Open personal working space	1.5 m2 per orang	40	25	2.1	25	52.5	AD	Publik
Total (m2)								94.5
<b>Area Collaboration space</b>								
Open co-working space	1.5 m2 per orang	30	6-8 per unit	15.6	10	156	AD	Publik
Ruang meeting	1.5 m2 per orang	20	16-24 per unit	43.2	3	129.6	AD	Semi-privat
Ruang kelas	1.5 m2 per orang	30	30-35 per unit	68.25	2	136.5	AD	Semi-publik
Auditorium	0.925 m2 per orang	20	50	55.5	1	55.5	TS	Semi-privat
Total (m2)								477.6
<b>Area Presentation space</b>								
Mini-amphiteather	0.5 m2 per orang	30	80	52	1	52	AD	Publik
	Panggung 1/3 luas penonton	40	25	25.2	1	25.2	AD	Publik
Ruang pameran	4 m2 per orang	40	50	280	1	280	P	Publik
Pop up store	6.25 m2 per booth	30	5	8.125	5	40.625	P	Publik
Total (m2)								397.825
<b>Area Makerspace</b>								
Studio woodworking	minimal 21,6 m2	50	10	65	1	65	AD	Semi-privat
Studio kriya	4 m2 per orang	50	10	60	1	60	AD	Semi-publik
Studio fashion	4 m2 per orang	50	10	60	1	60	AD	Semi-privat
Studio Fotografi	75 m2	30	15	75	1	75	P	Semi-privat

Nama Ruang	Besaran Standar (m2)	Sirkulasi (%)	Kapasitas (Orang)	Luas per unit (m2)	Jumlah (unit)	Luas Total (m2)	Sumber	Sifat
Studio Musik	90 m2	30	0	90	1	90	P	Semi-privat
Ruang rekaman	Ruang kontrol 20 m2	30	5	26	1	26	P	Semi-privat
	Recording booth 20 m2	40	10	28	1	28	P	Semi-privat
Studio Animasi/render	2 m2 per orang	30	20	52	1	52	AD	Semi-privat
Studio greenscreen	31.5 m2	50	10	47.5	1	47.5	P	Semi-privat
Studio Tari	8 x 8 m (studio kecil)	50	15	64	1	64	AD	Semi-privat
	10 x 8 (studio sedang)	50	20	80	1	80	P	Semi-privat
Total (m2)								647.5
Area Penunjang								
Cafeteria	2.25 m2 per meja	30	4	3	20	60	AD	Publik
Food tenant	1.6 m2 per orang	40	5	11.2	15	168	P	Publik
Area resepsionis	1.2 m2 per orang	20	6	8.65	1	8.65	AD	Publik
Lobi	1.2 m2 per orang	30	100	156	1	156	AD	Publik
Area drop off	1.2 m2 per orang 37.5 m2 (kendaraan)	50	15	83.25	1	83.25	AD	Publik
Café	60m2	20	25	72	1	72	P	Publik
Total (m2)								547.9
Area Pengelola								
Ruang Kepala UPT	2 m2 per orang	20	3	7.2	1	7.2	AD	Privat
Ruang staf	1.5 m2 per orang	20	25	45	1	45	AD	Privat
Ruang Arsip	1.7 m2 per orang (termasuk 1 kabinet)	30	6	14.28	1	14.28	AD	Privat

Nama Ruang	Besaran Standar (m2)	Sirkulasi (%)	Kapasitas (Orang)	Luas per unit (m2)	Jumlah (unit)	Luas Total (m2)	Sumber	Sifat
Gudang	35 m2	40	20	49	1	49	P	Privat
Ruang server	9 m2	20	2	10.8	1	10.8	P	Privat
Total (m2)								126.28
Area Servis								
Toilet pria	2.6 m2 per unit cubicle	20	1	3.12	5	15.6	AD	Servis
Toilet wanita	2.6 m2 per unit cubicle	20	1	3.12	5	15.6	AD	Servis
Ruang janitor	1.2 m2 per orang	20	2	2.88	1	2.88	P	Servis
Pos keamanan & ruang CCTV	20 m2	30	4	26	1	26	AD	Semi-privat
Ruang ME	9 m2	30	2	11.7	1	11.7	P	Servis
Ruang Genset	25 m2	30	2	32.5	1	32.5	P	Servis
Ruang Pompa	25 m2	30	2	32.5	1	32.5	AD	Servis
Loading dock	15 m2 per mobil	50	4	22.5	3	67.5	AD	Servis
Total (m2)								204.28
Area Parkir								
Parkir Umum	Mobil 12.5 m2	50	40	250	1	250	AD	Publik
	Motor 1.5 m2	50	80	180		180	AD	Publik
Parkir Staf	Mobil 12.5 m2	50	10	250	1	250	AD	Privat
	Motor 1.5 m2	50	25	180		180	AD	Privat
Total (m2) Area Parkir								860

Tabel 4.7 Besaran ruang pada *creative hub*

Sumber: Olah data penulis

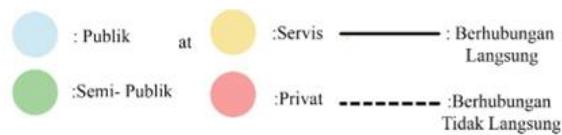
Kelompok Ruang	Besaran Ruang
Area Personal Space	94.50 m <sup>2</sup>
Area Collaboration Space	477.60 m <sup>2</sup>
Area Presentation Space	397.82 m <sup>2</sup>
Area Makerspace	647.50 m <sup>2</sup>
Area Penunjang	547.90 m <sup>2</sup>
Area Pengelola	126.28 m <sup>2</sup>
Area Servis	204.28 m <sup>2</sup>
Area Parkir	860.00 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>3356.00 m<sup>2</sup></b>

Tabel 4.8 Total besaran ruang bangunan *creative hub*

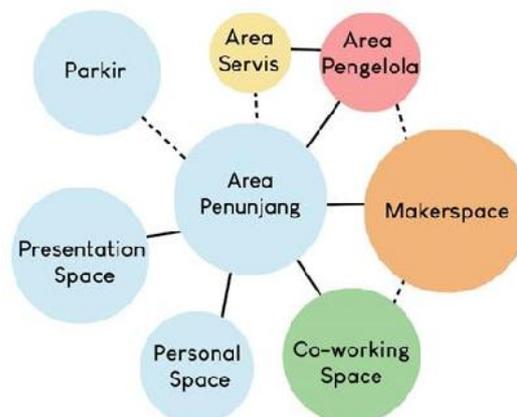
Sumber: Olah data penulis

#### 4.5.2 *Bubble* Hubungan Ruang

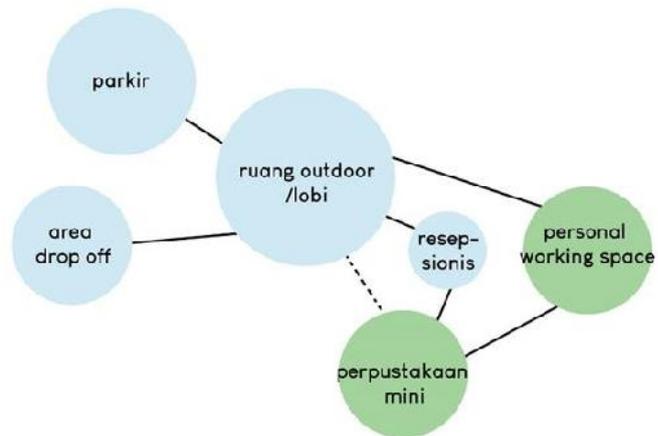
Kebutuhan ruang yang telah didapat dari analisis dibuat diagram *bubble* untuk melihat hubungan antar ruang dalam perancangan denah bangunan. Hubungan ruang ini memperhatikan poin-poin keluaran analisis preseden sebab hubungan antar ruang mem-pengaruhi perilaku pengguna dalam sebuah *setting*. Diagram *bubble* hubungan ruang digambarkan dengan keterangan sebagai berikut.

Gambar 4.19 Keterangan pada *bubble* hubungan ruang

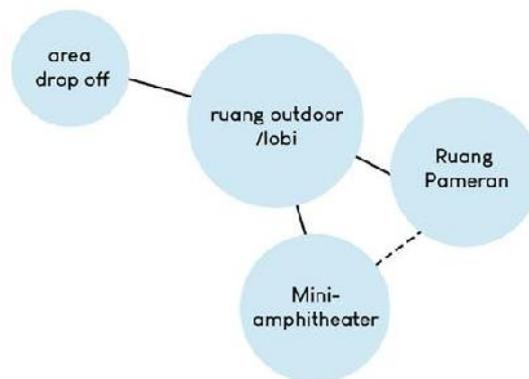
Sumber: Ilustrasi penulis

Gambar 4.20 *Bubble* keseluruhan zonasi

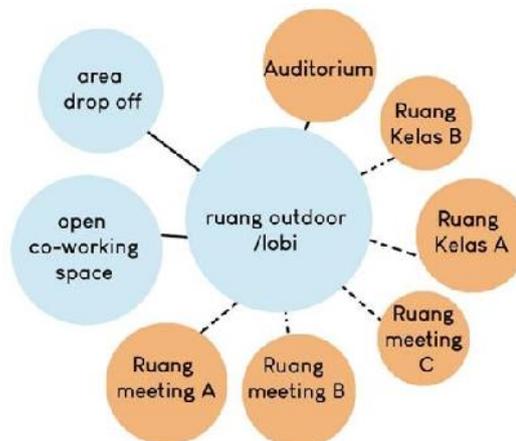
Sumber: Ilustrasi penulis



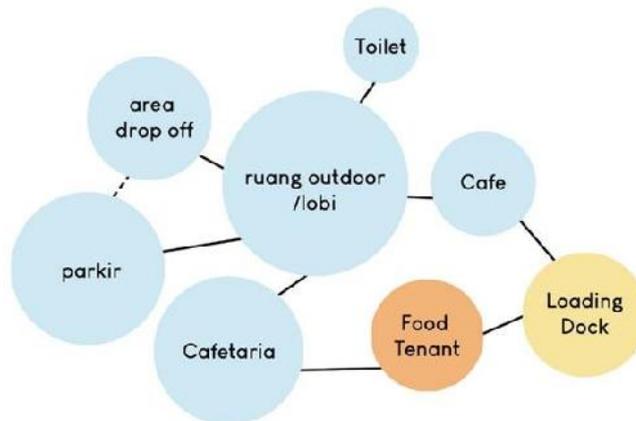
Gambar 4.21 *Bubble* zona personal space  
Sumber: Ilustrasi penulis



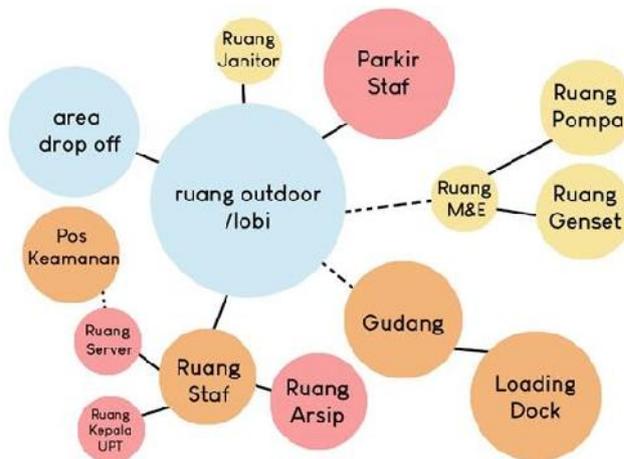
Gambar 4.22 *Bubble* zona presentation space  
Sumber: Ilustrasi penulis



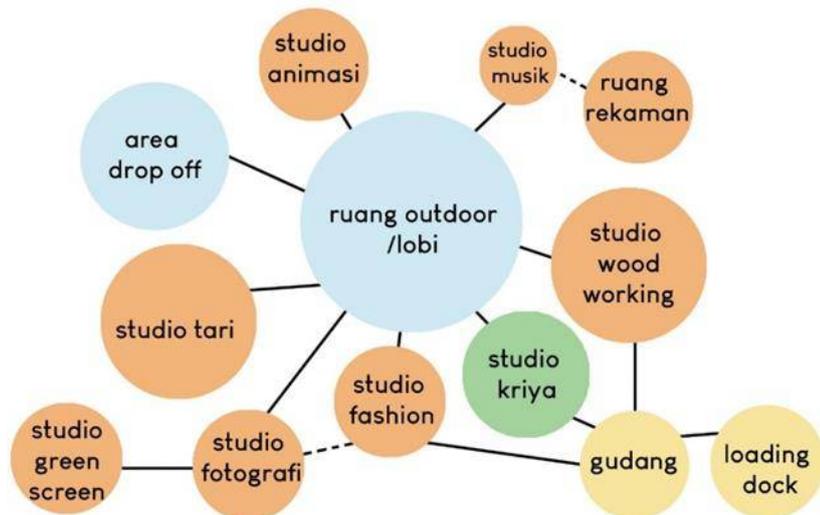
Gambar 4.23 *Bubble* zona collaboration space  
Sumber: Ilustrasi penulis



Gambar 4.24 *Bubble* zona penunjang  
Sumber: Ilustrasi penulis



Gambar 4.25 *Bubble* zona pengelola  
Sumber: Ilustrasi penulis



Gambar 4.26 *Bubble* zona makerspace  
Sumber: Ilustrasi penulis

## **BAB 6:**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan konsep perancangan pada bangunan Creative Hub dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan bangunan *creative hub* dilakukan untuk menyediakan ruang dan fasilitas bagi para pelaku ekonomi kreatif di kota Bandar Lampung. Bangunan *creative hub* juga akan membantu membangun koneksi antara para pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat umum.
2. Pendekatan *behavior setting* digunakan untuk menyesuaikan perilaku pengguna dengan bangunan yang akan direncanakan sehingga fungsi bangunan dapat berjalan dengan baik.
3. Studi preseden dilakukan pada tiga bangunan *creative hub* yaitu Jakarta *creative hub*, Bogor *creative center*, dan Bandung *creative hub*. Hasil analisis dari ketiga preseden tersebut digunakan sebagai panduan dalam merancang ke 5 jenis ruang yang dibutuhkan dalam suatu *creative hub*.
4. Hasil perancangan *creative hub* di Bandar Lampung memiliki massa terpisah dimana masing-masing massa mencakup salah satu fungsi bangunan *creative hub*. Massa yang dipisah juga menciptakan ruang terbuka bersifat informal yang dapat digunakan secara fleksibel. Aksesibilitas dan visibilitas juga dapat meningkat sehingga dapat menarik pengunjung untuk masuk.

## **6.2 Saran**

Diperlukan adanya studi preseden dengan jangka waktu yang lebih lama dan lebih spesifik. Studi perilaku pengguna bangunan yang lebih spesifik juga perlu dilakukan pada daerah perancangan karena budaya setiap daerah dapat mempengaruhi perilaku pengguna bangunan.

## DAFTAR PUSTAKA

- BEKRAF. (2017). Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif 2015. Diakses 28 September 2020
- BEKRAF. (2018). Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif 2016. Diakses 28 September 2020
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (2020). Penyusunan Pemetaan Ekonomi Kreatif Bandar Lampung, Metro, Lampung Timur, Tulang Bawang, Tulang Bawang barat.  
<https://disparekraf.lampungprov.go.id/uploads/files/2/3.%20Lap.%20Akhir.pdf>
- European Creative hub Network. How to Set Up a Creative hub. Diakses 30 September 2020. [http://creativehubs.net/uploads/Creative-Hubs-Madrid-Toolkit\\_Final.pdf](http://creativehubs.net/uploads/Creative-Hubs-Madrid-Toolkit_Final.pdf)
- Laurens, Joyce Marcella. 2004, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. PT Grasindo, Jakarta.
- Pasha, Y. (2019, January 18) Mati Suri, Pemkot Bakal Evaluasi Manfaat Gedung Creative hub Bandung. Diakses 30 September 2020.  
<https://jabar.idntimes.com/news/jabar/yogi-pasha/mati-suri-pemkot-bakal-evaluasi-manfaat-gedung-creative-hub-bandung/1>
- Puteri, A. (2020, Maret 12). Jakarta Creative hub, Wadah Untuk Menumpahkan Kreativitas. Diakses 28 September, 2020. <https://crafters.getcraft.com/id-articles/jakarta-creative-hub-wadah-kreativitas>
- Samsirina, Woerjantari K. Soedarsono & Agus s. Ekomadyo. Environmental Behavior Study as A Part of Developing Cultural Sensitivity in Architecture Education . diakses 29 September 2020. <http://dosen.ar.itb.ac.id/ekomadyo/wp-content/uploads/2018/06/2007-06-Perilaku-lingkungan-dalam-kepekaan-kultural-CEDAEA-UII.pdf>
- Setiawan. B dan Haryadi. 2010. *Arsitektur, Lingkungan dan Perilaku*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- Siregar, F. & Sudrajat, D. (2017). *Enabling Spaces: Mapping Creative hubs in Indonesia*. Diakses 28 September 2020.  
[https://www.britishcouncil.id/sites/default/files/mapping\\_creative\\_hubs\\_in\\_indonesia\\_final.pdf](https://www.britishcouncil.id/sites/default/files/mapping_creative_hubs_in_indonesia_final.pdf)

- Sommer, Barbara Baker, & Sommer, Robert, 1991, A practical guide to behavioral research : tools and techniques, New York : Oxford University Press
- Thoring, K., Mueller, R.M., Desmet P., Badke-Schaub P. (2018). Design Principles for Creative Spaces.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2019, January 14). Creative Economy Outlook, Trends in International Trade in Creative Industries 2002-2015. Diakses 28 September 2020.  
<https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1975>
- Zeisel, J. (1981). Inquiry by Design. W.W.Norton