

KAJIAN TIPOLOGI *INTERIOR CREATIVE HUB* (STUDI KASUS : BANDUNG *CREATIVE HUB* DAN JAKARTA *CREATIVE HUB*)

Alvian Indra Ainur R¹, Muchlisiniyati Safeyah^{1*}

¹Program Studi Arsitektur, UPN “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar,
Surabaya

*Email: muchlisiniyati.ar@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Creative Hub adalah tempat yang mewadahi para penggiat industri kreatif untuk mengembangkan bisnis, usaha dan skill yang dipunyainya. Desain dari bangunan *Creative Hub* dari segi eksterior dan interior juga memiliki peranan penting dalam hal itu. Terutama desain interior yang secara langsung berpengaruh dalam aktivitas para pengguna bangunan *Creative Hub*. Studi ini menggunakan metode deskriptif dengan membandingkan dua studi kasus yaitu Bandung *Creative Hub* dan Jakarta *Creative Hub* dengan menggunakan teori dari Francis D.K Ching tentang 3 unsur pembentuk ruang dalam yaitu batasan, naungan dan alas sebagai acuan. Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwasannya batasan yang berarti dinding *Creative Hub* menggunakan *finishing* cat polos atau memberikan sentuhan seperti mural ataupun material agar terkesan ramai. Untuk naungan yang diartikan sebagai langit-langit *Creative Hub* bisa dengan tetap mengekspos utilitas yang digunakan dengan *finishing* cat gelap ataupun mengikuti cat dominan diruangan tersebut dan bisa menggunakan plafon sebagai penutup langit-langit. Alas yang diartikan sebagai lantai *Creative Hub* bisa menyamaratakan semua ruangan ataupun membedakan disetiap ruangan tersebut. Terdapat perbedaan dan persamaan dari kedua studi kasus seperti pada langit-langit dengan mengekspos utilitas yang digunakan. Dinding Bandung *Creative Hub* berkesan lebih ramai dibanding Jakarta *Creative Hub* dan lantai yang lebih beragam. Tetapi semuanya bertujuan untuk meningkatkan kreativitas para pengguna.

Kata-kunci: *Creative Hub*; interior; kajian; ruang dalam; tipologi

STUDY OF INTERIOR TYPOLOGY OF CREATIVE HUB (CASE STUDY : BANDUNG CREATIVE HUB AND JAKARTA CREATIVE HUB)

ABSTRACT

Creative Hub is a place for creative industry activists to develop their business, business and skills. The exterior and interior design of the *Creative Hub* building also plays an important role in this regard. Especially the interior design which directly influences the activities of *Creative Hub* building users. This study uses a descriptive method by comparing two case studies, namely Bandung *Creative Hub* and Jakarta *Creative Hub* by using the theory of Francis D.K Ching about the 3 elements that form inner space, namely boundaries, shade and base as a reference. From the research results, it can be concluded that the limit means that the *Creative Hub* wall uses plain paint finishing or provides a touch such as a mural or material to make it seem crowded. For a shade that is interpreted as a ceiling, *Creative Hub* can still expose the utilities used with a dark paint finish or follow the dominant paint in the room and can use the ceiling as a ceiling cover. The pedestal, which is defined as the *Creative Hub* floor, can level all rooms or differentiate between them. There are differences and similarities between the two case studies such as the ceiling by exposing the utility used. The walls of the Bandung *Creative Hub* seem to be busier than the Jakarta *Creative Hub* and have more diverse floors. But all of them aim to increase the creativity of the users.

Keywords: *Creative Hub*; Interior; typology; study

PENDAHULUAN

Interior bangunan merupakan salah satu unsur yang tidak bisa dihilangkan dalam arsitektur. Hal ini dikarenakan didalam arsitektur, terdapat dua bagian penting yaitu *interior* dan *exterior*. Suptandar (1995:11) menyebutkan bahwa desain interior adalah ilmu yang mempelajari cara pengaturan sebuah ruangan untuk memenuhi persyaratan sebuah ruang yaitu kenyamanan, kepuasan, kebutuhan fisik dan spiritual serta keamanan bagi penggunaannya tanpa mengabaikan estetika. Selain itu Widodo, P.B (2000) juga menjelaskan bahwa rancangan sebuah bangunan/lingkungan yang bagus akan menyebabkan orang merasa nyaman, aman dan produktif, dan sebaliknya jelek akan membuat perasaan menjadi tidak nyaman hingga dapat menimbulkan stress. Maka dari itu desain *interior* sangat berpengaruh bagi psikologi orang yang merasakan dan menempati ruang tersebut.

Bandung *Creative Hub* adalah salah satu *creative hub* di Indonesia tepatnya Kota Bandung. Merupakan pusat kreatif yang memfasilitasi penggiat industri kreatif yang ada di Kota Bandung. Bandung *Creative Hub* merupakan *Creative Hub* atau pusat kreatif terpadu pertama, terlengkap dan terancang di Indonesia serta menjadi pusat kreatif terpadu kedua setelah Thailand *Creative and Desain Center*. Dengan arsitektur yang unik membuat Bandung *Creative Hub* menjadi ikon baru milik kota Bandung dan merupakan perwujudan dari Bandung *Creative City*. Sedangkan Jakarta *Creative Hub* merupakan tempat bagi warga Jakarta untuk memfasilitasi para penggiat industri kreatif. Berlokasi di Jalan Kb. Melati 5 No 20, Tanah Abang. Jakarta Pusat. Berbeda dengan Bandung *Creative Hub* yang memiliki gedung sendiri, Jakarta *Creative Hub* ini bergabung dengan beberapa kantor atau perusahaan lain di Gedung Niaga Thamrin yang merupakan sebuah gedung perkantoran di lantai 1. Maka dari itu, tentunya fokus utama Jakarta *Creative Hub* selain mewadahi para penggiat pelaku industri kreatif juga memberikan kenyamanan bagi pengguna dengan desain *interior* yang pas dan cocok, dengan pemilihan tema. Hal ini tentunya berdasarkan lokasi Jakarta *Creative Hub*, berbeda dengan Bandung *Creative Hub* yang mempunyai gedung sendiri sehingga selain tujuan untuk mewadahi dan memberikan kenyamanan bagi pengguna juga merupakan sebagai ikon dari Bandung *Creative City*. *Creative Hub* di Indonesia juga bermacam-macam, ada yang memiliki gedung sendiri atau berada di rental office seperti Jakarta *Creative Hub*. Tetapi satu hal yang menjadi fokus utama *Creative Hub*, yaitu desain interior yang memberikan kenyamanan sehingga para pengguna bisa mengembangkan kreativitasnya semaksimal mungkin.

Creative Hub menurut British Council (2015) adalah sebuah tempat berkumpulnya orang-orang kreatif yang berbentuk fisik maupun virtual untuk mengembangkan skill, memperluas relasi dan networking, mengembangkan bisnisnya dan keterlibatan masyarakat di bidang kreatif, budaya dan teknologi. Tujuan *Creative Hub* yaitu untuk mendukung kegiatan industri kreatif dengan menyediakan fasilitas yang disediakan untuk meningkatkan *softskill* dan *hardskill*, menampung dan merealisasikan ide-ide kreatif, proyek kreatif, kegiatan komunitas dan bisnis industri kreatif, pengembangan relasi dan untuk memfasilitasi kolaborasi dan jaringan relasi antar pelaku industri kreatif dan masyarakat umum. Kategori *Creative Hub* menurut buku *Enabling Spaces : Mapping*

Creative Hubs in Indonesia oleh *British Council* (2017) menjadi 3 berdasarkan fungsinya masing-masing yaitu.

1. *Creative Space*

Creative Space adalah tempat pengembangan ide-ide kreatif yang berasal dari individu ataupun komunitas. Tempat berkumpulnya orang-orang dengan latar belakang yang berbeda. Aktivitas yang diwadahi seperti event, workshop, ataupun pameran sehingga

2. *Coworking Space*

Coworking berbeda dengan *creative space*. *Coworking* tidak hanya menyediakan tempat untuk bekerja tetapi juga untuk berkumpulnya para komunitas, menambah relasi, dan saling berkolaborasi antara satu dengan yang lainnya.

3. *Markerspace*

Markerspace hampir sama dengan *coworking*, yang membedakannya hanya pada fasilitas yang disediakan. *Markerspace* terdapat mesin-mesin khusus yang dapat digunakan para pengguna untuk menghasilkan sebuah karya. Sedangkan *coworking* tidak, hanya sebatas peralatan untuk bekerja.

Ching (2002:46) menjelaskan bahwa “*Interior design is the planning, layout and design of the interior space within buildings. These physical settings satisfy our basic need for shelter and protection, they set the stage for and influence the shape of our activities, they nurture our aspirations and express the ideas which accompany our action, they affect our outlook, mood and personality. The purpose of interior design, therefore, is the functional improvement, aesthetic enrichment, and psychological enhancement of interior space*”.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa desain interior adalah perancangan dan perencanaan yang berkaitan dengan ruang dalam, mulai dari tatanan, letak furniture hingga suasana ruangan yang ingin diciptakan. Desain interior berusaha untuk memenuhi kebutuhan kita akan naungan dan perlindungan, mempengaruhi aktivitas kita secara tidak langsung dan memenuhi aspirasi akan tindakan yang kita lakukan. Maka dari itu, desain interior sangat mempengaruhi kepribadian kita.

Ching (1979) mengartikan bahwa sebuah ruang yang bersifat cakupan membuat kehadirannya memiliki dimensi. Ching juga menjelaskan bahwa terdapat tiga unsur pembentuk ruang yaitu batasan, naungan dan alas. Batasan disini diartikan sebuah pemisah antara yang satu dengan yang lain. Batasan dapat memujudkan arti sebuah ruang. Umumnya batasan berbentuk sebuah tembok/dinding, tetapi batasan juga bisa hadir dalam non fisik seperti bentuk, warna, pola ataupun tekstur pada naungan dan alas yang menjadi batasan secara non fisik. Naungan merupakan unsur yang bersifat pelindung sedangkan alas unsur tempat kita berdiri atau yang biasa disebut lantai. Ketiga unsur itulah yang mewujudkan sebuah ruang dan kondisi ruang. Kondisi ruang jauh lebih kaya dari unsur pembentuk ruang itu sendiri.

Dari penjelasan diatas, tujuan studi ini adalah untuk mengkaji tipologi desain *interior* yang ada di bangunan *Creative Hub* dengan teori Ching (1979) tentang tiga unsur dalam pembentuk ruang. Hal ini dikarenakan masih belum ada studi tentang tipologi *interior creative hub* yang menggunakan teori Ching (1979) tentang tiga unsur dalam pembentuk ruang dan juga untuk mempermudah dalam perancangan *interior creative hub*, yang

dimana bisa dikatakan tiga unsur dalam pembentuk ruang ini merupakan hal dasar dalam perancangan *interior*. Sehingga dapat memudahkan si perancang dalam mendesain *interior creative hub*. Selain itu, rata-rata penelitian lain membahas mengenai konsep desain *interior creative hub*, baik yang didesain sendiri maupun desain orang lain. Sehingga masih belum ada acuan yang mendasar dalam merancang *interior creative hub* dan melalui studi ini akan membahas mengenai tipologi *interior creative hub* teori Ching (1979) tentang tiga unsur dalam pembentuk ruang yang diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang *interior creative hub*.

METODE

Studi ini bersifat eksploratif dengan menggunakan metode deskriptif dengan dua studi kasus *Creative Hub* yang ada di Indonesia, yaitu Bandung *Creative Hub* dan Jakarta *Creative Hub*. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali dan memaparkan informasi berupa data studi kasus yang didapatkan dari berbagai literatur, jurnal dan media internet lainnya yang kemudian mengkaji dengan menggunakan teori Ching (1979) yang menyatakan bahwa terdapat tiga unsur dalam pembentuk ruang yang terdiri dari batasan, naungan serta alas. Batasan disini diartikan sebagai dinding, naungan diartikan sebagai langit-langit dan alas diartikan sebagai lantai. Dengan memilih 2 objek studi kasus tersebut diharapkan memperoleh gambaran tipologi *interior creative hub*.

HASIL DAN DISKUSI

Bandung *Creative Hub* dan Jakarta *Creative Hub* merupakan tempat untuk mengembangkan kreativitas. Terdapat perbedaan dan persamaan diantara keduanya, seperti Bandung *Creative Hub* yang merupakan bangunan tunggal dengan 6 lantai. Sedangkan Jakarta *Creative Hub* yang berada di *rental office* dan hanya 1 lantai. Bandung *Creative Hub* tentunya memiliki fasad sendiri karena bangunan tunggal, fasad berupa ornamen-ornamen geometris yang *diextrude* dengan warna warni, sedangkan Jakarta *Creative Hub* hanya mengandalkan interior bangunan. Tentang fasilitas juga berbeda, Bandung *Creative Hub* yang lebih banyak dan bervariasi sedangkan Jakarta *Creative Hub* menyediakan fasilitas yang bisa dipakai lebih banyak orang dan fleksibel seperti ruang kelas dengan kapasitas 80 orang dan 50 orang.

Dari tabel 1, bisa terlihat untuk fasilitas yang ada di *Creative Hub* bisa bermacam-macam, dari kedua studi kasus yang diambil fasilitas yang ada di antara keduanya yaitu *Classroom*, *Café*, *Library* dan *Coworking Space*. Sedangkan untuk tiga unsur dalam pembentuk ruang yaitu langit-langit, dinding dan lantai ada perbedaan dan persamaan diantara keduanya.

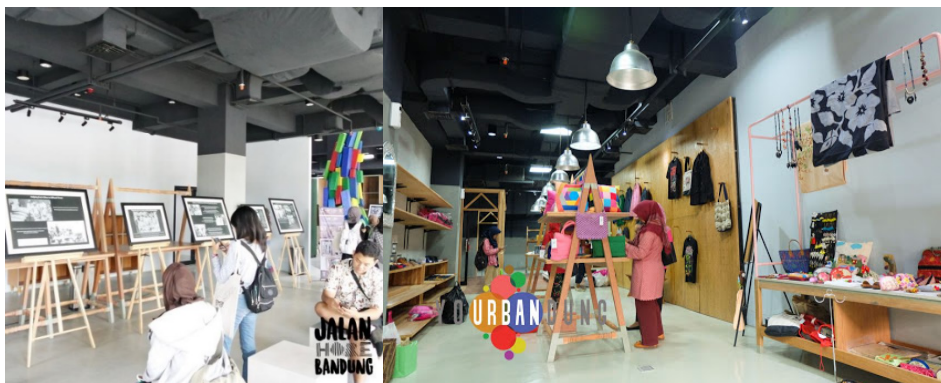
Langit-langit *Creative Hub*

Langit-langit yang ada di *Creative Hub* jika dilihat dari dua studi kasus yang diambil yaitu mengekspos utilitas yang digunakan seperti ducting AC, saluran air pemadam kebakaran dan lain-lain dengan dicat warna gelap ataupun mengikuti warna dominan yang ada di ruang tersebut. Penggunaan warna gelap yang merupakan warna netral yaitu hitam memberikan kesan suasana ruang yang fleksibel (Ching, 1996). Hal ini untuk memenuhi rasa bebas dalam ruang. bebas dalam beraktivitas dan mengekspresikan kreativitas (Sari, M.S, 2005).

Tabel 1. Fasilitas Bandung *Creative Hub* dan Jakarta *Creative Hub*

Aspek	Bandung <i>Creative Hub</i>	Jakarta <i>Creative Hub</i>
Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Studio Inovasi (3D Printer Laser Cutting, Textile Printer) • Studio Fashion • Studio Foto/TV • Studio ICT/Games • Studio Musik • Studio Keramik • Design Museum • Design Store • Design/Art Library • Art Gallery • Design Studio • Bioskop Untuk Film Eksperimental • Classroom • Café and Restaurant • Library and Co-Working Space. • Toilet • Mushola 	<ul style="list-style-type: none"> • Exhibition area • Fashion lab • Library • Mini theater • Cafeteria • Co-office • Coworking space • Classroom • Digital lab • Wood working area

Sumber: UPT BCH dan crafters.getcraft.com diakses pada 10 Mei 2020



Gambar 1. Langit-langit Bandung Creative Hub
(Sumber: jalanhorebandung.com dan yourbandung.com).

Seperti yang ada di Bandung *Creative Hub* pada gambar 1, terlihat langit-langit dibiarkan terbuka dengan memperlihatkan utilitas yang digunakan yaitu ducting AC dan saluran air pemadam kebakaran dengan finishing cat warna gelap yaitu hitam.



Gambar 2. Langit-langit Jakarta Creative Hub
(Sumber: artikel.rumah123.com).

Sama halnya dengan Jakarta *Creative Hub* yang mem*finishing* langit-langit dengan memperlihatkan utilitas dengan warna dominan diruang tersebut yaitu putih. Tetapi tidak dipungkiri, ada beberapa ruangan yang memang perlu adanya penutup langit-langit yaitu plafon di ruang tertentu seperti bioskop kecil yang ada di Bandung *Creative Hub*, terlihat jelas bahwasannya langit-langit diruangan tersebut didesain dengan penutup plafon. Hal ini karena ruangan tersebut membutuhkan akustik yang bagus.



Gambar 3. Langit-langit bioskop di Bandung Creative Hub
(Sumber: ayobandung.com).

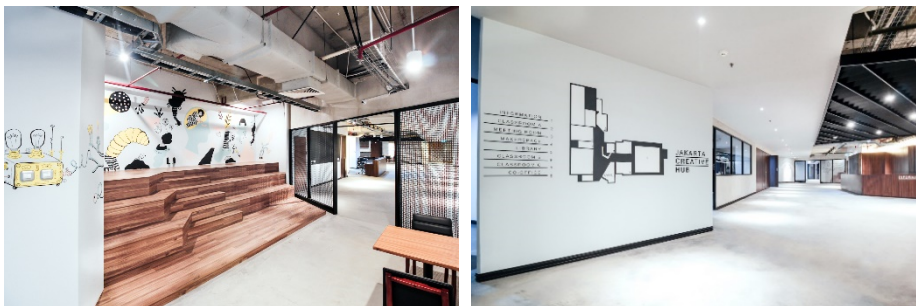
Dinding *Creative Hub*

Dinding *Creative Hub* memiliki dua jenis melihat studi kasus yang diambil. Yang pertama yaitu dengan finishing cat polos satu warna dan yang kedua dengan memainkan kesan ramai dengan menggunakan seni mural ataupun material yang digunakan sebagai finishing dinding. Terlihat pada dinding Bandung *Creative Hub* yang memiliki dua jenis dinding (gambar 4), yaitu dengan mural pada bagian Lorong dan dinding dengan finishing cat putih polos pada ruang pameran. Penggunaan warna putih disini yang merupakan warna netral juga merupakan kesan suasana ruang yang fleksibel (Ching, 1996). Hal ini unuk memenuhi rasa bebas dalam ruang. bebas dalam beraktivitas dan mengekspresikan kreativitas (Sari, M.S, 2005). Sama halnya dinding yang diberi mural juga tentunya untuk meningkatkan tingkat kreativitas penggunaanya. Karena seni mural memiliki fungsi sosial yaitu media komunikasi kepada penikmatnya (Gazali, Muhammad, 2017). Sama halnya dengan Jakarta *Creative Hub* yang memiliki dua jenis dinding, yaitu dinding mural pada bagian library dan finishing cat putih polos pada bagian lainnya (gambar 5). Tetapi Jakarta

Creative Hub lebih didominasi dengan *finishing* cat putih polos berbeda dengan Bandung *Creative Hub* yang lebih ramai pada dindingnya.



Gambar 4. Dinding pada Bandung Creative Hub
(Sumber: jalanhorebandung.com).



Gambar 5. Dinding pada Jakarta Creative Hub
(Sumber: gemaintermulia.com).

Lantai *Creative Hub*

Bagian lantai *Creative Hub*, pada Bandung *Creative Hub* menggunakan lantai yang beragam sesuai dengan fungsinya. Seperti pada ruang bioskop dengan lantai karpet, ruang pameran dengan keramik putih dan ruang yang lain dengan hanya finishing aci plester dengan cat.



Gambar 6. Lantai pada Bandung Creative Hub
(Sumber: jalanhorebandung.com).

Berbeda dengan Jakarta *Creative Hub* yang menyamaratakan semua lantai pada semua ruang dengan keramik putih. Tetapi hal ini kembali kepada fungsi ruang tersebut seperti ruang pameran UMKM pada Bandung *Creative Hub* yang menggunakan finishing aci plester dengan cat yang memiliki tujuan agar lantai tidak terlalu kotor.



Gambar 7. Lantai pada Jakarta Creative Hub
(Sumber: gemaintermulia.com dan travel.wego.com).

Lantai pada Creative Hub juga tidak terlalu jauh dari penggunaan warna netral yang memberikan kesan bebas dan fleksibel (Ching, 1996). Karena ruang-ruang yang ada di bikin sefleksibel mungkin agar dapat meningkatkan kreativitas penggunaannya dalam berkarya. Meskipun terdapat ruang-ruang tertentu yang tidak bisa dibikin fleksibel seperti auditorium.

KESIMPULAN

Creative Hub yang merupakan tempat atau wadah yang memfasilitasi para penggiat pelaku industri kreatif memiliki desain *interior* yang cukup menarik. Langit-langit yang memperlihatkan utilitas yang digunakan dengan *finishing* cat gelap ataupun dengan penutup langit-langit yaitu desain plafon. Dinding *Creative Hub* yang menggunakan *finishing* cat polos ataupun dengan beberapa sentuhan seni mural atau material yang diekspos. Lantai dengan finishing keramik seperti Jakarta *Creative Hub* atau dengan menyamakan fungsi ruang seperti Bandung *Creative Hub* pada ruang pameran UMKM dan ruang bioskop yang berbeda. Semuanya bertujuan untuk meningkatkan kreativitas para penggiat pelaku industri kreatif dalam berkarya dan mengembangkan potensi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ching, Francis D.K. 1996. *Ilustrasi Desain Interior*. Jakarta. Erlangga.
- Ching, Francis D.K. 1979. *Arsitektur: Bentuk – Ruang dan Susunannya*, Jakarta. Erlangga
- Ching, Francis D.K. 2000. *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunanannya* (edisi kedua). Jakarta. Erlangga
- British Council. 2015. *Creative Hubkit*. England

- British Council. 2017. *Enabling Spaces : Mapping Creative Hubs in Indonesia*. Jakarta. Pusat Kebijakan dan Tata Kelola Inovasi
- Gazali, Muhammad. 2017. Jurnal Imajinasi Vol XI No 1 – Januari 2017. SENI MURAL RUANG PUBLIK DALAM KONTEKS KONSERVASI. Universitas Negeri Semarang
- Sari, Sriti Mayang. 2005. Jurnal Dimensi Interior Vol 3 No 1 Hal 80-94. PERAN RUANG DALAM MENUNJANG PERKEMBANGAN KREATIVITAS ANAK. Universitas Kristen Petra
- Suptandar, Pamudji. 1995. Manusia dan Ruang dalam Proyeksi Desain Interior. Jakarta. UPT Penerbitan Universitas Tarumanegara
- Widodo, Prasetyo Budi. 2000. Buletin Psikologi, Tahun VIII No. 1. RANCANGAN PERPUSTAKAAN DI PERGURUAN TINGGI “Kajian Psikologi Lingkungan”. Universitas Gadjah Mada.

