

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Tinjauan Creative Hub

2.1.1 Definisi Creative Hub

Creative merupakan bahasa Inggris yang diterjemahkan ke bahasa Indonesia berarti kreativitas. Kreativitas merupakan potensi yang ada dalam setiap manusia sejak lahir. Banyak teori-teori berbeda tentang kreativitas, namun secara sederhana kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan suatu benda baru maupun sebuah gagasan yang belum terpikirkan sebelumnya (Chamorro-Premuzic, 2007). Sedangkan 'Hub' memiliki arti pusat. Hub merupakan pusat penghubung dimana terdapat banyak aktivitas. Jika disimpulkan, Creative Hub dapat didefinisikan sebagai tempat untuk mewadahi pelaku kreatif. Tempat ini umumnya menyediakan fasilitas yang mendukung menjalin jaringan, pengembangan bisnis, dan menyatukan antara komunitas.

2.1.2 Fungsi Creative Hub

Creative Hub memiliki fungsi antara lain:

1. Menyediakan fasilitas untuk kolaborasi antara komunitas
2. Menyediakan sarana prasarana bagi para pelaku kreatif untuk berkarya dan bersosialisasi
3. Meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar
4. Menjadi jembatan antara pelaku kreatif dengan pasar/industri
5. Memperkuat identitas budaya melalui karya yang memadukan tradisi

2.1.3 Perbedaan Creative Hub

Menurut Enabling Spaces: Mapping creative hubs in Indonesia dari British Council, creative hub dibedakan menjadi beberapa kategori berdasarkan fungsinya, diantaranya:

1. Creative space

Tempat dengan berbagai jenis ruang yang bertujuan sebagai penyedia ruang fisik yang dapat digunakan untuk membuat, menampilkan, atau menyimpan karya seni dan membangun nilai-nilai komunitas. Tujuan utamanya adalah penyediaan ruang adalah untuk membantu komunitas.

2. Coworking space

Tempat tidak hanya menyediakan tempat untuk bekerja, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung bagi orang-orang yang mencari kerja sama dan kolaborasi.

3. Makerspace

Makerspace dan co working space memiliki karakteristik yang sama, namun pembeda dari makerspace yaitu memiliki alat-alat khusus (misalnya printer 3D, mesin pemotong, dan lainnya.) untuk memproduksi alat, sedangkan coworking space biasanya hanya menyediakan alat-alat kantor.

2.1.4 Jenis Jenis Creative Hub

Menurut Enabling Spaces: Mapping creative hubs in Indonesia dari British Council creative hub terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Studio

Sekelompok individu maupun usaha kecil, dalam sebuah coworking.

2. Network

Sekelompok individu maupun bisnis yang tersebar, cenderung spesifik pada suatu sektor atau tempat tertentu.

3. Online platform

Hanya menggunakan metode online/situs web, media sosial untuk berinteraksi dengan audiens yang tersebar.

4. Centre

Bangunan berskala besar yang mungkin memiliki fasilitas lain seperti kafe, bar, bioskop, ruang pembuat, toko, ruang pameran.

5. Cluster

Individu dan bisnis kreatif yang berlokasi bersama di suatu area.

6. Alternative

Fokus pada eksperimen dengan komunitas baru, sektor, dan model keuangan.

2.2 Sub Sektor Industri Kreatif

Menurut Ekonomi Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) terdapat 16 sub-sektor ekonomi kreatif, yaitu:

- a. film animasi dan video



Sumber : animasistudio.com

Film, animasi dan video memiliki proses dan keluaran produknya masing masing namun berada dalam satu subsektor ekonomi kreatif.

- b. aplikasi



Sumber : cdn.ngopibareng.id

Aplikasi biasanya didefinisikan sebagai program yang ditulis dalam bahasa komputer yang dijalankan pada sistem perangkat yang mempunyai tujuan untuk mempermudah dan mempercepat kegiatan manusia.

- c. Fashion



Sumber : kitalulus.com

Fashion berasal dari bahasa Inggris "fashion", yang berarti busana atau pakaian. Namun, seiring berjalannya waktu, istilah ini berkembang menjadi mode, yang memiliki arti luas untuk semua hal kreatif, termasuk cara berpakaian dan berperilaku.

d. arsitektur



Sumber : kitalulus.com

Arsitektur adalah seni membuat bentuk bangunan, baik fisik maupun non-fisik. Ini adalah subsektor industri kreatif yang mencakup penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan lingkungan ruang secara keseluruhan.

e. desain interior



Sumber : arsitektur.uma.ac.id

Subsektor desain interior, yang merupakan perkembangan dari subsektor desain, tetap erat hubungannya dengan subsektor arsitektur. Namun, subsektor ini lebih fokus pada merancang ruang dalam bangunan sesuai dengan fungsinya, memberikan kenyamanan bagi penggunaanya, dan memberikan estetika.

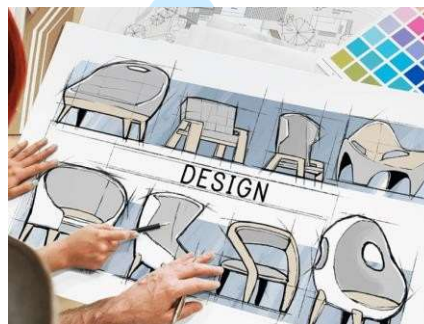
f. desain komunikasi visual (DKV)



Sumber : dek.sch.id

Subsektor desain komunikasi visual berproses dengan pendekatan multidimensi yaitu saling mempengaruhi dalam bidang budaya, etika, sosial, ekonomi dan lingkungan. Dalam desain komunikasi visual, perangkat utama berupa gambar, ruang, dan tipografi (huruf) digunakan untuk menghasilkan informasi dan ajakan bagi target audien. lebih tepatnya, menyampaikan konsep dengan bantuan visual.

g. desain produk



Sumber : smushcdn.com

Dalam bidang seni terapan, desain produk menggabungkan beberapa bidang ilmu, seperti ilmu perilaku manusia, ilmu desain, ilmu perangkat elektronik, ilmu lingkungan, dan ilmu produk. Produk-produk seperti furnitur, peralatan rumah tangga, elektronik, transportasi, rekreasi, dan

lain-lain dapat dirancang melalui berbagai tahapan desain. Proses desain meliputi pertimbangan fungsi dan estetika serta penyesuaian ekterior dan luar.

h. Fotografi



Sumber : kumparan.com

Fotografi umumnya adalah industri yang mendorong pelaku untuk menggunakan kemampuan, keterampilan, dan bakat individu dalam mengambil gambar dengan menggunakan perangkat fotografi (kamera), termasuk juga media perekam cahaya, media penyimpan berkas, dan media yang menampilkan informasi. Subsektor industri kreatif menghasilkan karya yang terdiri dari foto objek atau objek lain yang ditangkap oleh fotografer.

i. Kriya



Sumber : kitalulus.com

Kriya merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan sebuah paduan antara seni dan desain yang menghasilkan sebuah karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif.

j. Kuliner



Sumber : gramedia.com

Pada umumnya, kuliner dapat didefinisikan sebagai “kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut.

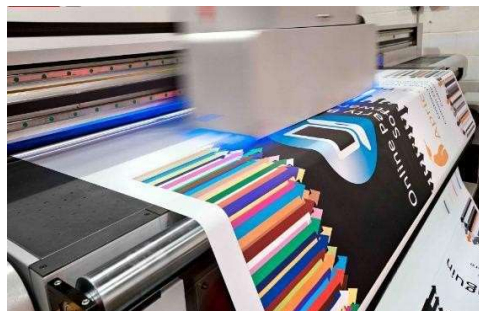
k. Musik



Sumber : kitalulus.com

Subsektor industri kreatif musik memiliki definisi sebagai jenis usaha dan kegiatan kreatif yang dapat berkaitan dengan pendidikan, kreasi, rekaman, promosi, distribusi dan pertunjukan karya seni musik.

l. Penerbitan



Sumber : unair.ac.id

Penerbitan dalam industri kreatif merupakan suatu usaha atau kegiatan dalam mengelola informasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu yang dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar maupun audio, yang kemudian diproduksi dan didistribusikan untuk konsumsi publik, melalui media cetak, media digital ataupun media online, untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial, seni dan budaya.

m. Seni pertunjukan



Sumber : unair.ac.id

Pada umumnya, subsektor industri kreatif seni pertunjukan memiliki definisi sebagai cabang kesenian yang mencakup perancang, pekerja teknis, dan penampil yang diolah sehingga mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton, melalui musik, tata rupa, ekspresi dan penari, yang terjadi di dalam suatu ruang secara langsung dan waktu yang sama. Seni pertunjukan di Indonesia memiliki tiga kategori besar berupa tari, teater dan musik.

n. Seni rupa



Sumber : telkomuniversity.ac.id

Subsektor industri kreatif seni rupa memiliki definisi sebagai penciptaan sebuah karya yang mendukung pertumbuhan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi keberlanjutan. Karya karya yang dihasilkan dalam seni rupa dapat berupa karya dua dimensi maupun karya tiga dimensi.

o. Televisi dan radio



Sumber : kumparan.com

Pada umumnya, subsektor industri kreatif televisi dan radio berupa kegiatan kreatif yang terdiri dari proses pengemasan gagasan dan informasi kepada penonton dalam format tertentu yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

p. Periklanan



Sumber : igcpartners.com

Subsektor periklanan merupakan suatu media komunikasi online yang berupa sebuah produk atau suatu merek yang berfungsi untuk mempromosikan suatu produk pada banyak orang. Iklan biasa dapat dilakukan melalui media cetak maupun digital. Bertujuan membujuk konsumen untuk membeli sebuah produk maupun menciptakan pengetahuan bagi masyarakat untuk melakukan sesuatu.

2.3 Sub Sektor Industri Kreatif Yang Ada Di Yogyakarta

Berikut adalah beberapa industri kreatif yang ada di Yogyakarta saat ini, yaitu:

No	Sektor Industri Kreatif	Jumlah
1	film animasi dan video	9
2	arsitektur	6
3	periklanan	45
4	penerbitan	39
5	desain interior	14
6	desain komunikasi visual (DKV)	29
7	seni rupa	21
8	televisi dan radio	18
9	kriya	94
10	kuliner	820
11	fashion	216

Jumlah sektor ekonomi kreatif di Yogyakarta

Masyarakat Yogyakarta memiliki banyak kegiatan kreatifitas namun memiliki beberapa masalah infrastruktur, akses pasar, dan dukungan keberlanjutan yang terbatas. Maka dari itu keberadaan Creative Hub ini dibutuhkan.

2.4 Arsitektur Kontemporer

2.4.1 Definisi

Arsitektur kontemporer sering kali disamakan dengan arsitektur modern, namun banyak perbedaannya. Arsitektur modern merujuk kepada era yang sudah lewat, sedangkan kontemporer tentang masa kini dan masa depan.

Arsitektur kontemporer dengan mengambil karakter sebagai sebuah bagian, yang mampu memperkaya konteks serta mengadopsi prinsip-prinsip lingkungan binaan dan menafsirkannya kembali melalui bentuk dan teknologi yang khas dari kontemporernya. Intervensi baru ini dikonfigurasi

sebagai bagian dari mozaik yang mampu terhubung dengan jaringan perkotaan di sekitarnya dan, pada gilirannya, menjadi bagian darinya (Spinelli, 2021).

2.4.2 Ciri Ciri Arsitektur Kontemporer

Karakteristik dari gaya kontemporer adalah terbuka, dinamis, transparan, terkini, baru, dan ergonomis. Karakteristik fisik ini harus menjadi prinsip utama arsitektur kontemporer yang diterapkan dalam pembangunan. Dengan cara itu, bangunan akan memiliki kesan yang lebih kuat dan lebih elegan (Darsono, 2023).

Aspek	Karakteristik
Desain	Berbeda dari gaya arsitektur umumnya yang menggunakan pola garis lurus, gaya kontemporer sering menggunakan garis melengkung, terutama di bagian luar. Namun, konsep garis lurus dan melengkung dapat dikombinasikan untuk membuatnya lebih menarik.
Bentuk Ruang	Dengan gaya arsitektur modernnya, dapat membuat berbagai kombinasi ruang yang berbeda dan unik. Secara umum, ruangan akan dibiarkan terbuka untuk membuatnya terlihat lebih luas dan dilengkapi dengan beberapa partisi untuk meningkatkan kesan luas.
Jendela/Bukaan	Salah satu komponen utama gaya kontemporer adalah kaca yang membuat bangunan bergaya kontemporer memiliki jendela yang lebih besar dan ditempatkan dengan cara yang berbeda untuk memberikan kesan yang indah. Untuk meningkatkan efisiensi energi, penggunaan jendela besar meningkatkan sirkulasi udara dan sistem pencahayaan alami.

Warna	Dalam arsitektur modern, warna netral umum digunakan seperti hitam, abu-abu, putih, dan sebagainya. Namun, untuk memberikan aksen yang lebih menonjol, dapat ditambahkan elemen dengan desain dan warna yang lebih kuat, seperti kuning, oranye, dan sebagainya.
Material	Dalam gaya kontemporer, seringkali material seperti logam dan kaca, biasanya digunakan untuk dinding dan atap. Kaca memberikan kesan terbuka dan transparan, dan kedua material ini biasanya relatif baru dan dibuat menggunakan teknologi terbaru dan bahan ramah lingkungan.
Atap	Penggunaan atap terbuka adalah ciri khas gaya kontemporer. Konsep yang lebih berani diterapkan pada arsitektur kontemporer untuk memberikan tampilan atap yang tidak biasa, seperti atap angular, atap hijau, dan lainnya.
Lingkungan	Mengikuti prinsip-prinsip ergonomi, penerapan gaya kontemporer sangat memperhatikan aspek lingkungannya sehingga perlu mengadopsi fitur ramah lingkungan untuk diterapkan.

2.5 Studi Banding Rancangan Sejenis

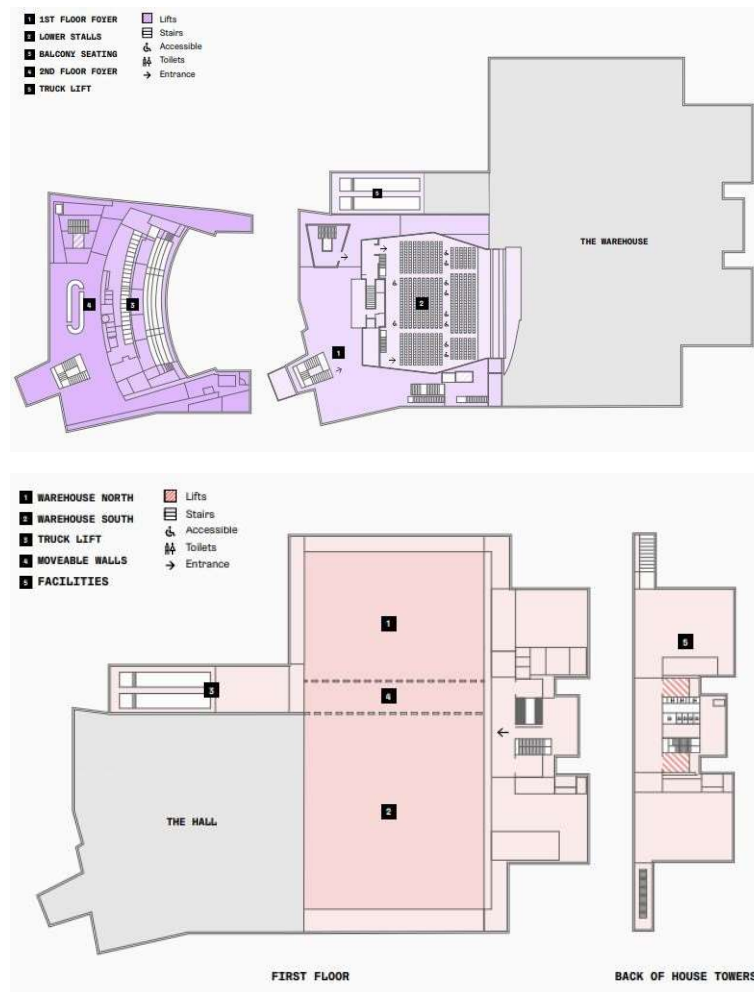
2.5.1 The Factory (Manchester)

Lokasi	Manchester, Inggris
Tipologi	Mixed use, teater
Gaya Arsitektur	Kontemporer
Fungsi	Fasilitas untuk berbagai acara (festival makanan, pernikahan. Potret brand dan lainnya)
Luas Bangunan	13350 m ²

Tinggi	21 m
Luas Lahan	-
Fasilitas	• Auditorium utama berkapasitas 5.000+ orang • Studio rekaman profesional • workshop makerspace (3D printer, laser cutting). • Digital Lab untuk AR/VR, AI, dan coding. • Galeri untuk instalasi interaktif dan pameran digital. • Ruang pop-up temporer. • Ruang workshop • Pelatihan teknologi • Residensi seniman. • Co-working space • Kafe konsep kreatif • rooftop terrace • Parkir bawah tanah



Sumber gambar : [designboom.com](https://www.designboom.com)



Sumber : govdelivery.com (diakses, 12 Oktober 2024 pukul 17.00)

2.5.2 Jakarta Creative Hub

Lokasi	Jakarta, Indonesia
Tipologi	Creative Hub
Gaya Arsitektur	Modern
Fungsi	Fasilitas untuk kegiatan kreatif (desain, fashion, branding, dan produksi) serta pelatihan soft skill dan hard skill
Luas Bangunan	1500 m ²
Tinggi	-
Fasilitas	- Ruang serbaguna (event hall) - Co-working space

	• Studio musik • ruang desain grafis • Ruang digital lab untuk pelatihan AI dan teknologi dasar • Workshop fotografi, desain, dan kewirausahaan kreatif • Kelas komunitas untuk pengembangan skill. • Ruang pameran • Kafe • Parkir
--	--



Sumber gambar : servicedoffice.com

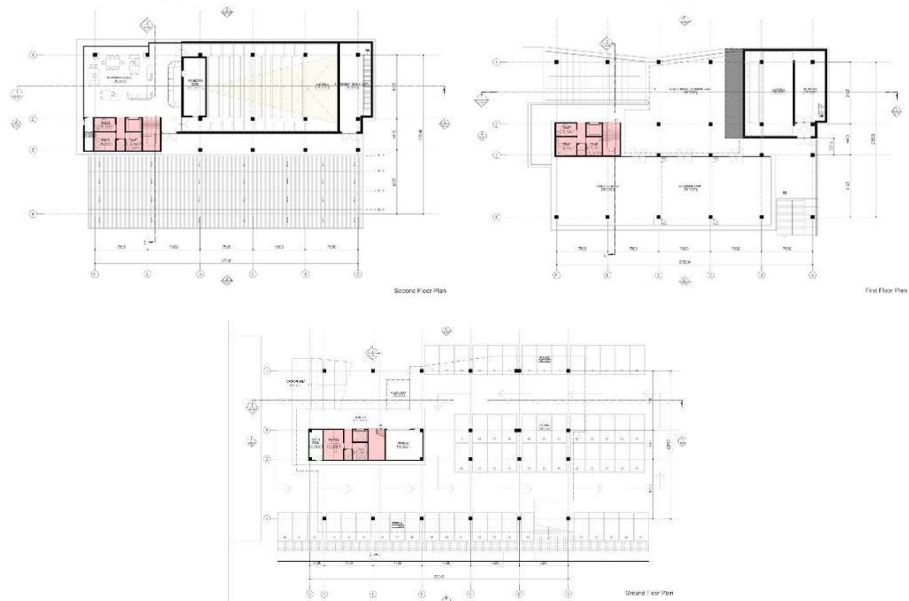
2.5.3 Tasik Creative and Innovation Center

Lokasi	Tasikmalaya, Indonesia
Tipologi	Community hub, mixed use
Gaya Arsitektur	Modern dengan pendekatan lokal
Fungsi	Fasilitas untuk mendukung kegiatan kreatif
Luas Bangunan	1994 m ²
Tinggi	-
Fasilitas	• Workshop kerajinan dan produksi produk lokal • Ruang inovasi pertanian • Makerspace (3D printer dan alat produksi dasar) • Co-working

- Ruang pameran komunitas
- Program pelatihan kerajinan tradisional dan kewirausahaan.
- Workshop inovasi berbasis potensi
- Warung kopi
- Ruang santai sederhana.
- Parkir



Sumber gambar : Archdaily



Sumber gambar : Archdaily

2.5.4 Kesimpulan Objek Sejenis

Objek	The Factory (Manchester)	Jakarta Creative Hub	Tasik Creative and Innovation Center	Perancangan Yang Diterapkan
Lokasi	Manchester, Inggris	Jakarta, Indonesia	Tasikmalaya, Indonesia	Yogyakarta, Indonesia
Bentuk Massa	1 Massa	1 Lantai	1 Massa	1 Massa
Fasilitas	• Auditorium utama berkapasitas 5.000+ orang • Studio rekaman profesional • workshop makerspace (3D printer, laser cutting). • Digital Lab untuk AR/VR, AI, dan coding. • Galeri untuk instalasi interaktif dan	• Ruang serbaguna (event hall) • Co-working space • Studio musik • ruang desain grafis • Ruang digital lab untuk pelatihan AI dan teknologi dasar • Workshop fotografi, desain, dan kewirausahaan kreatif	• Workshop kerajinan dan produksi produk lokal • Ruang inovasi pertanian • Makerspace (3D printer dan alat produksi dasar) • Co-working • Ruang pameran komunitas • Program pelatihan kerajinan tradisional	• Ruang serbaguna • Workshop • Makerspace • Co-working space • Ruang digital lab • Studio rekaman/musik • Ruang pameran/seminar • Ruang pelatihan • Kafe/restoran • Parkir

	pameran digital. • Ruang pop-up temporer. • Ruang workshop • Pelatihan teknologi • Residensi seniman. • Co-working space • Kafe konsep kreatif • rooftop terrace • Parkir bawah tanah	• Kelas komunitas untuk pengembangan skill. • Ruang pameran • Kafe • Parkir	dan kewirausahaan. • Workshop inovasi berbasis potensi • Warung kopi • Ruang santai sederhana. • Parkir	
Interior	Industrial	Dinding didominasi warna hitam dan putih	Industrial	Industrial
Eksterior	Modern	Minimalis	Vernakular Kontemporer	Kontemporer