

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Komunitas adalah sekelompok orang atau masyarakat yang memiliki kesamaan nilai dan minat, sehingga tercipta relasi pribadi yang lebih erat antara satu sama lain (Kertajaya, 2008). Orang atau anggota dalam komunitas pada dasarnya menjunjung tinggi komunikasi, keinginan berbagi, dan saling tolong menolong (Delobelle, 2008). Komunitas terbentuk karena dilandasi oleh kepercayaan bahwa tujuan anggotanya dapat dicapai melalui komitmen untuk maju bersama (McMillan & Chavis, 1986 : 5). Komunitas terbagi berdasarkan minat, hobi, dan lokasi (Evitasari, 2020). Setiap individu memiliki kebebasan untuk membentuk komunitas, serta menjadi bagian dari satu atau beberapa komunitas sesuai bidang yang diinginkan.

Kota Jakarta setidaknya memiliki 7.065 komunitas yang terdaftar secara daring di Komunita.ID, salah satu direktori komunitas digital di Indonesia. Jumlah tersebut mencakup komunitas di bidang kesehatan, olahraga, pendidikan, seni budaya, fesyen, dan lain-lain, sebagai beberapa bidang yang paling diminati masyarakat. Sebagai ibukota dan pusat perekonomian, Jakarta merupakan tempat berbagai jenis masyarakat dan kebudayaan hidup secara berdampingan. Selain latar belakang yang

beragam, penduduk Jakarta didominasi oleh Usia Produktif (15-64 tahun), atau sekitar 71,27 persen dari total penduduk (Pemprov DKI Jakarta, 2017 : 57). Mayoritas penduduk dari jumlah tersebut berusia 25-39 tahun (BPS Jakarta, 2018) yang merupakan usia seseorang bekerja atau memulai usaha dengan potensi dan kreativitas yang besar. Susunan penduduk yang demikian menjadikan Jakarta sebagai kota dengan 482.094 unit usaha ekonomi kreatif, dengan subsektor kuliner, fesyen, dan kriya yang paling dominan. Pertumbuhan tiga subsektor ini juga dipertajam oleh kecanggihan teknologi dan meningkatnya minat anak muda terhadap kuliner, fesyen, dan kriya buatan lokal. Fesyen dan kriya mencakup 20,92% dan 4,82% dari total subsektor ekraf (Kemenparekraf, 2019 : 25), dan secara langsung mempengaruhi pertumbuhan komunitas kreatif di kedua bidang tersebut.

Komunitas kreatif adalah komunitas yang bergerak di bidang tertentu dan memiliki tujuan tertentu, salah satunya adalah Komunitas Perajin Kreatif Indonesia atau KAJAVVA. KAJAVVA merupakan komunitas yang beranggotakan perajin serta pelaku UMKM yang bergerak di bidang kriya dan fesyen. Komunitas KAJAVVA memiliki visi misi untuk menyediakan sebuah 'ekosistem' bagi anggotanya, agar dapat memperkaya satu sama lain dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berkualitas. Secara luasnya, KAJAVVA bertujuan menjadi salah satu komunitas yang berkontribusi dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Sebagai komunitas kreatif, komunitas KAJAVVA memiliki

tujuan untuk bertumbuh secara internal dan eksternal. Secara internal, komunitas fokus terhadap relasi antar anggotanya yang saling memperkaya satu sama lain, melalui berbagi ilmu dan pengalaman. Secara eksternal, komunitas ingin dikenal oleh masyarakat, terutama dari segi aktivitas dan visi misinya.

Pertumbuhan internal dan eksternal komunitas tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa ruang publik yang memadai. Ruang publik tersebut berbentuk pusat komunitas, yaitu tempat kegiatan komunitas atau masyarakat yang mewadahi berbagai macam aktivitas. Bagi KAJAVVA, pusat komunitas berfungsi sebagai tempat berkembang dan sarana penghubung komunitas dengan masyarakat umum. KAJAVVA dapat memperkenalkan dirinya, dan di sisi lain masyarakat dapat mempelajari komunitas, programnya, serta edukasi tentang produk kerajinan KAJAVVA. Oleh karena itu, pusat komunitas yang mendukung interaksi KAJAVVA dan masyarakat dapat mendatangkan berbagai peluang bagi kedua belah pihak.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana memperkenalkan komunitas kreatif KAJAVVA dan visi misinya melalui desain ruang publik?
- Bagaimana mendesain ruang publik yang mendukung interaksi komunitas kreatif dan masyarakat umum?
- Bagaimana mendesain ruang publik *mixed use* yang memenuhi kebutuhan beraktivitas komunitas dan masyarakat?

## 1.3 TUJUAN PENELITIAN

- Mendesain ruang publik yang mendukung interaksi komunitas kreatif dan masyarakat umum.
- Memperkenalkan komunitas kreatif KAJAVVA dan visi misinya melalui desain ruang publik.
- Mendesain ruang publik yang memenuhi kebutuhan beraktivitas komunitas dan masyarakat.

## 1.4 KONTRIBUSI PERANCANGAN INTERIOR

Perancangan interior yang dilakukan oleh penulis mengenai pusat komunitas kreatif diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada:

### 1. KONTRIBUSI PRAKTIS

Hasil perancangan akan dikembalikan kepada pihak komunitas untuk menjadi referensi atau sumber informasi yang berguna bagi perkembangan komunitas.

### 2. KONTRIBUSI TEORI

#### a. Masyarakat

Membantu memperkenalkan dan memberi informasi kepada masyarakat luas bahwa pusat komunitas berperan penting bagi pertumbuhan komunitas dan masyarakat.

#### b. Desainer Interior

Membantu memberikan pembelajaran dan masukan melalui pengalaman desainer dalam melakukan perancangan hingga memperoleh hasil perancangan kepada desainer interior lainnya, terutama mengenai pusat komunitas.

#### c. Pihak Akademis (Kampus)

Menyumbangkan ilmu melalui pembelajaran dan informasi yang diperoleh penulis selaku desainer selama proses perancangan yang dapat membantu mahasiswa kampus baik

dari sesama jurusan interior maupun jurusan lain, terutama untuk menambah wawasan mengenai desain pusat komunitas.

## 1.5 BATASAN PERANCANGAN INTERIOR

Perancangan interior harus melibatkan batasan-batasan yang ditetapkan untuk mempermudah proses perancangan agar hasil perancangan lebih spesifik dan maksimal. Batasan-batasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

### 1. Lokasi eksisting

Lokasi eksisting KAJAVVA bertempat di Ruko Permata Green Sentosa, Jalan K.H.M Yusuf Raya no.2, Depok, Jawa Barat.

### 2. Pendekatan

Melalui visi dan misi komunitas, penulis akan melakukan perancangan pusat komunitas dengan pendekatan 'Konektivitas Antar Ruang'. Pendekatan ini difokuskan ke koneksi visual antar ruang dalam pusat komunitas, dan juga antara pusat komunitas dan lingkungan sekitar. Pendekatan 'Konektivitas Antar Ruang' digunakan untuk mempertahankan suasana komunal dalam pusat komunitas dan alur cerita pusat komunitas sebagai ruang belajar bagi masyarakat.

### 3. Pengunjung

Pusat komunitas ditargetkan untuk pengunjung pria dan wanita dalam usia produktif (15-64 tahun). Secara spesifik, target pengunjung lebih terfokus ke mayoritas penduduk dari usia produktif tersebut yang berusia 20-39 tahun.

### 4. Pemindahan Lokasi Perancangan

Lokasi pusat komunitas KAJAVVA dipindahkan ke Lot 8 SCBD, Jakarta Selatan. Posisi tepatnya berada di atas Beer Garden SCBD dan lahan sekelilingnya. Secara makro, Lot 8 berada di Sudirman Central Business District, Jakarta Selatan. Area ini merupakan salah satu area yang paling strategis di Jakarta. Lot 8 berjarak dekat ke pusat komersial, perkantoran, dan seni di Jakarta Pusat dan Selatan. Secara mikro, Lot 8 memiliki lahan parkir luas dan jalur pejalan kaki yang rindang dan terawat, sehingga memudahkan akses bagi pengunjung di sekitar area ini. Pemandangan sekitar Lot 8 juga merupakan pertimbangan bagi lokasi baru pusat komunitas KAJAVVA.

## 1.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data diperlukan sebagai sumber informasi untuk perancangan. Pengumpulan data dapat diperoleh dengan melakukan beberapa cara sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu proses pengumpulan data yang dapat melibatkan kegiatan tanya jawab antara penulis dengan perwakilan komunitas. Perwakilan komunitas dapat membantu memberikan sumber data yang diperlukan untuk perancangan dan data tambahan lainnya mengenai aktivitas dan preferensi komunitas.

### 2. Literatur

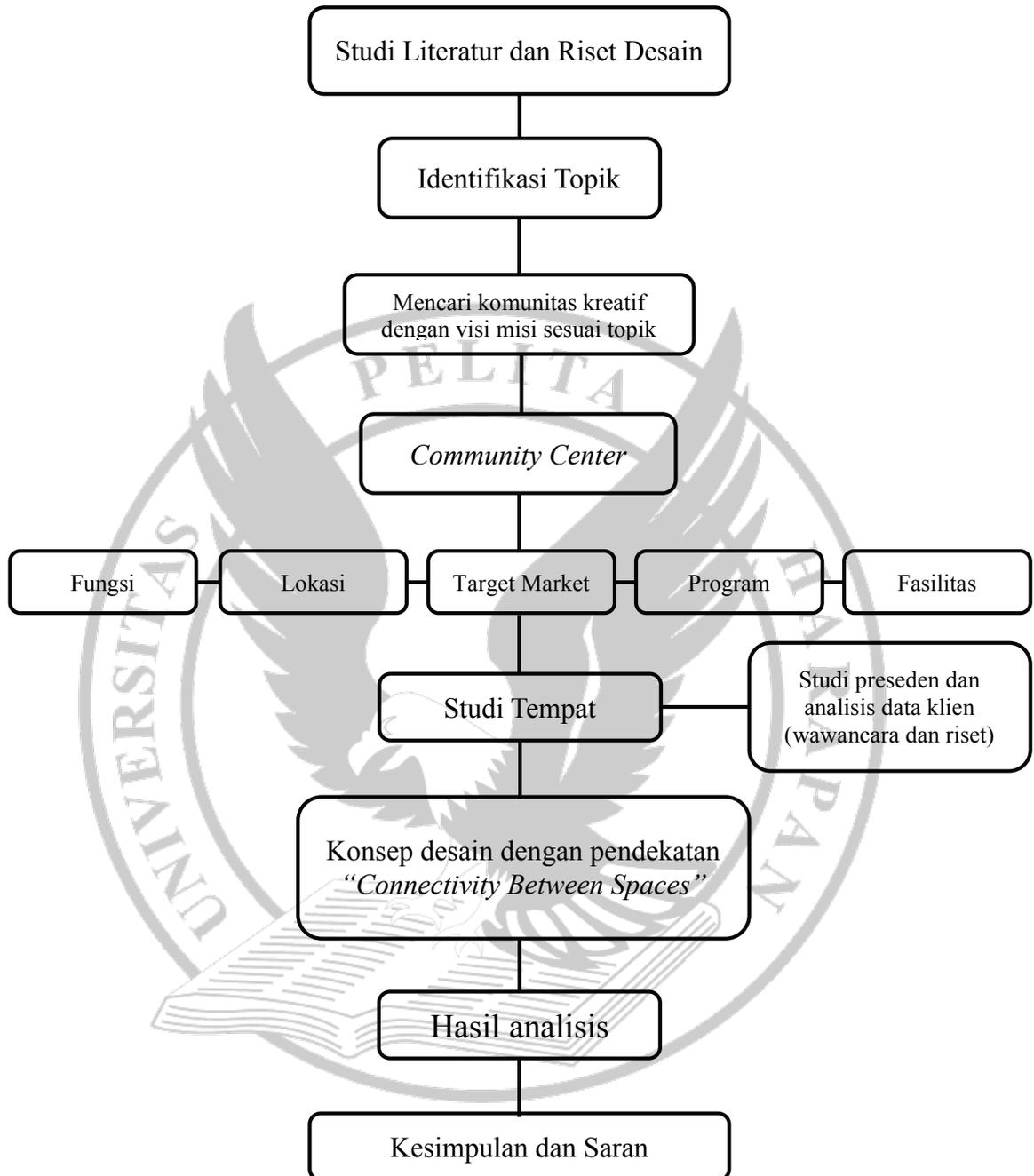
Literatur melibatkan data-data teori yang dapat ditemukan dalam bentuk buku, *ebook*, jurnal yang dikemukakan oleh para ahli yang sudah terpercaya. Sumber literatur tersebut dapat membantu penulis untuk memperoleh ilmu mengenai standarisasi tertentu yang akan sangat berguna dalam proses perancangan terutama literatur mengenai desain interior dan arsitektur.

## 1.7 PENDEKATAN

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan interior adalah ‘Konektivitas Antar Ruang’ atau ‘*Connectivity Between Spaces*’. Pendekatan ini digunakan karena konektivitas antar ruang harus dijaga sebagai pusat komunitas. Desain yang disediakan oleh penulis memaksimalkan adanya bukaan pada setiap ruang, sehingga pengunjung dapat menikmati pemandangan area lain maupun lingkungan sekitar.

Secara *layout*, konektivitas tersebut dijaga dari konsep spasial linear. Pengunjung dapat menelusuri pusat komunitas melalui satu sirkulasi besar yang menghubungkan semua ruang, dari akses masuk hingga akses keluar pusat komunitas. Semua area ditempatkan secara berurutan sesuai dengan pengalaman ruang yang ingin disediakan oleh komunitas. Penempatan area seperti demikian memungkinkan pengunjung untuk mempelajari komunitas, aktivitas komunitas, produk, hingga bahan alami yang digunakan untuk membuat produk tersebut.

## 1.8 ALUR PERANCANGAN INTERIOR



**Diagram 1.1** Alur Perancangan Interior

Sumber : Data penulis

## 1.9 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan merupakan gambaran singkat mengenai penulisan yang akan dibahas pada setiap bab.

- **Bab I** membahas mengenai latar belakang dan pemilihan topik perancangan, yang kemudian akan memicu timbulnya permasalahan yang dibahas pada rumusan masalah perancangan interior. Bab I juga membahas mengenai cara-cara yang dibutuhkan untuk pengumpulan data, serta pendekatan proyeknya. Bab ini kemudian akan membahas mengenai alur penulis dalam melakukan perancangan hingga memperoleh hasil.

- **Bab II** penulis membahas mengenai data-data teori yang diperoleh melalui pembelajaran dan studi literatur pada buku dan jurnal oleh para ahli, terutama data yang berhubungan dengan komunitas kreatif dan masyarakat.

- **Bab III** membahas mengenai proses perancangan yang meliputi hasil analisis klien mulai dari profil klien, lokasi eksisting, analisis lokasi perancangan yang meliputi analisis makro dan mikro bangunan, struktur organisasi dan aktivitas pengguna. Selain itu, bab ini juga akan membahas mengenai program ruang yang antara lain adalah luasan kebutuhan ruang, diagram kedekatan ruang, analisis hubungan kedekatan ruang dengan melakukan penggabungan ruang dengan fungsi yang sama dalam satu area. Hasil dari analisis program ruang akan membantu terbentuknya konsep yang juga

dibahas pada bab ini. Hal terakhir yang akan dibahas pada bab ini adalah implementasi yang mencakup hasil dari pemenuhan konsep-konsep yang telah terbentuk pada desain ruang di lokasi perancangan.

- **BAB IV** berisi tentang analisis permasalahan yang diperoleh sebelum proses perancangan dilakukan yang terdapat pada rumusan masalah. Kemudian bab ini juga akan membahas bagaimana desainer memberikan solusi desain untuk menyelesaikan permasalahan dan memberikan analisis teori Etika Desain sebagai pembuktian apakah solusi desain yang diusulkan oleh desainer tersampaikan secara baik atau tidak di mata pengguna.

- **BAB V** adalah bagian terakhir yang akan membahas mengenai kesimpulan penulis dalam sudut pandang desainer yang mengemukakan mengenai kelebihan dan kekurangan yang ia peroleh selama proses hingga hasil perancangan. Selain itu, pada bab ini penulis juga akan memberikan saran kepada pembaca yang akan melakukan penulisan dengan topik serupa maupun tidak sebagai pembelajaran di masa yang akan datang.