

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Judul Tugas Akhir

Perancangan Cimahi *Digital Creative Center*

### 1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat berdampak terhadap berbagai macam bidang, tidak terkecuali pada bidang industri kreatif, didorong dengan semakin meluasnya penggunaan social media dan semakin banyak peminat hiburan berbasis digital, sehingga hal tersebut membuka peluang yang besar bagi Industry kreatif untuk mulai mengembangkan sektor Industry kreatif digital. Saat ini industri kreatif di Indonesia sedang fokus terhadap mengembangkan dan meningkatkan industri kreatif digital, karena dianggap mampu meningkatkan nilai yang lebih tinggi (cetak biru industri kreatif 2015-2025) (Rofaida dkk, 2019). Namun SDM yang belum memadai masih menjadi tantangan dalam perkembangan industri kreatif digital di Indonesia, sehingga dibutuhkan ruang yang dapat memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan baik itu dari segi teknis maupun dalam mengembangkan kreativitas pada SDM-nya.

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi pasar yang besar untuk kemajuan industri kreatif digital, Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil menyatakan bahwa pada saat pandemic industri kreatif digital mengalami peningkatan sebesar 40% di provinsi Jawa Barat. Dalam publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 menyatakan bahwa sektor ekonomi kreatif memiliki peranan besar untuk perekonomian nasional, salah satunya industri kreatif digital.

Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif melalui program Kabupaten Kota Kreatif (KaTa Kreatif) pada 2018 melakukan Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) terhadap Kota Cimahi, dari hasil penilaian tersebut kota Cimahi ditetapkan sebagai kota pengembangan industri kreatif digital khususnya dalam sub sektor Film, Video dan Animasi. Hingga 2018 Kemenkraf mencatat terdapat sekitar 64

pekerja tetap dan 300 orang pekerja tidak tetap dalam sektor industri kreatif digital di Kota Cimahi, dan memiliki 3 komunitas digital yaitu Komunitas Film Cimahi, CCA, Kamarung.



Gambar 1. 1 Kreatif Digital Cimahi  
Sumber: kota kreatif kemenparekraf

Salah satu komunitas besar yang mewadahi pelaku industri kreatif digital yaitu Cimahi Creative Association (CCA) komunitas ini bergerak dalam bidang pengembangan kreatif digital yang berfokus pada film, animasi 2D & 3D, *game* dan *mobile app*. Saat ini berdasarkan data dari laman *Facebook* komunitas CCA terdapat 10.000 orang anggota yang telah bergabung. Komunitas ini telah melahirkan banyak sekali kreator digital dan ada sekitar 8 perusahaan start-up yang telah berhasil dikembangkan. Cimahi telah memiliki fasilitas untuk pengembangan industri kreatif digital, namun masih sangat terbatas dan belum bisa mewadahi kegiatan komunitas, sehingga perkembangannya tidak maksimal.

kota memiliki peranan untuk membuat lingkungannya dapat mendukung perkembangan kreativitas baik dengan membuat kelas kreatif atau menyediakan lapangan kerja (R. Levickaitè, 2011). Sehingga berdasarkan hal tersebut perancangan *Digital Creative Center* diperlukan. Tujuan dari fasilitas ini adalah sebagai wadah bagi penggiat industri kreatif digital di Kota Cimahi baik itu komunitas, instansi/ perusahaan, maupun masyarakat umum. Bangunan yang dirancang disesuaikan dengan kebutuhan

pelaku kreatif digital, yang dapat menampung berbagai macam kegiatan seperti pengembangan usaha industri kreatif digital, pelatihan SDM, edukasi, rekreasi, kantor, ruang berkumpul, dan sebagai media yang dapat mempromosikan hasil produk kepada masyarakat luas.

### 1.3 Maksud Tujuan

#### 1.3.1 Maksud

Perancangan bangunan *Digital Creative Center* adalah untuk menyediakan ruang publik sebagai wadah pengembangan industri creative digital khususnya di kota Cimahi, yang berfungsi sebagai sarana edukasi, rekreasi, bekerja, kolaborasi dan promosi karya dari kreator digital kreatif yang ada di Cimahi, yang semuanya berada dalam satu kawasan. Yang dapat dimanfaatkan oleh komunitas, instansi, ataupun masyarakat umum agar dapat berkolaborasi.

#### 1.3.2 Tujuan

Tujuan dari perancangan Digital Creative Center ini adalah:

- a. Merancang tempat berkumpul komunitas, instansi, ataupun masyarakat umum yang memiliki ketertarikan terhadap industri kreatif digital.
- b. Merancang sebuah tempat yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri kreatif digital.
- c. Merancang tempat untuk memperkenalkan produk kreatif digital kepada masyarakat.
- d. Menyediakan sarana edukasi dan rekreasi terkait industri digital kreatif.

### 1.4 Masalah dan Potensi Perancangan

Berikut merupakan permasalahan yang mempengaruhi perancangan:

- a. Belum optimal-nya sarana untuk pengembangan industri kreatif digital.
- b. Ruang kreatif digital yang tersedia masih belum sesuai dengan kebutuhan pelaku industri kreatif digital.
- c. Masih minimnya ruang yang mewadahi kegiatan komunitas digital kreatif.
- d. fasilitas untuk meningkatkan potensi SDM dalam bidang digital kreatif masih sedikit.

Sedangkan potensi dari perancangan ini adalah:

- a. Menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengembangan, edukasi, rekreasi dan bisnis.
- b. Fasilitas dalam bangunan dapat menjadi media kolaborasi bagi komunitas.

## 1.5 Pendekatan

Pendekatan dalam merancang Digital Creative Center:

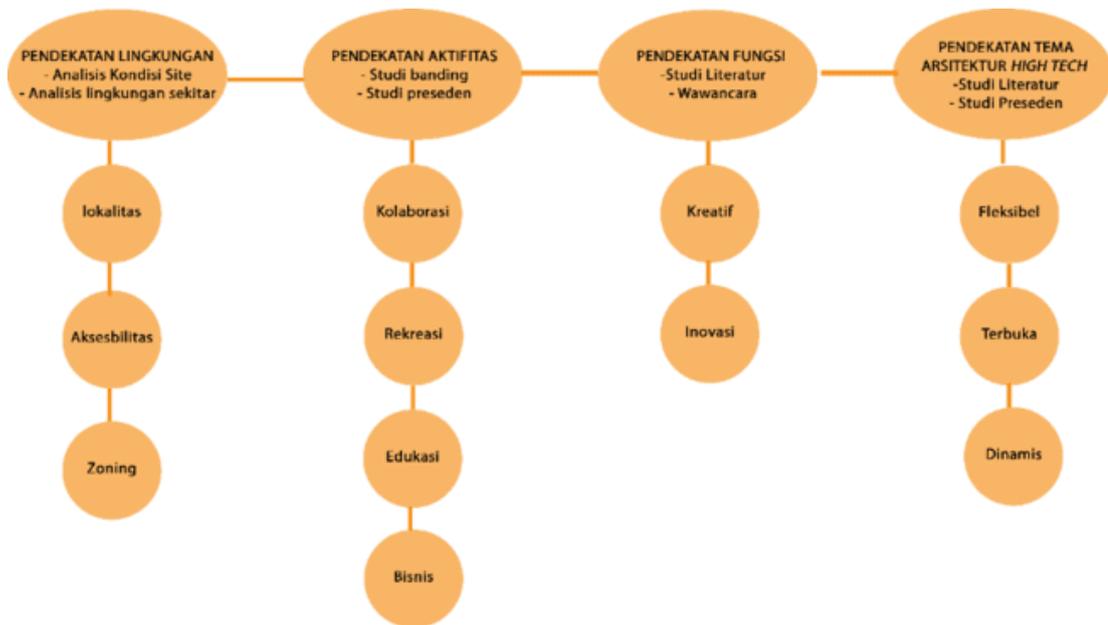


Diagram 1. 1 Pendekatan perancangan  
Sumber: Analisis Pribadi

## 1.6 Lingkup dan Batasan

### 1.6.1 Lingkup

Lingkup dalam perancangan Digital Creative Center ini yaitu sebagai berikut:

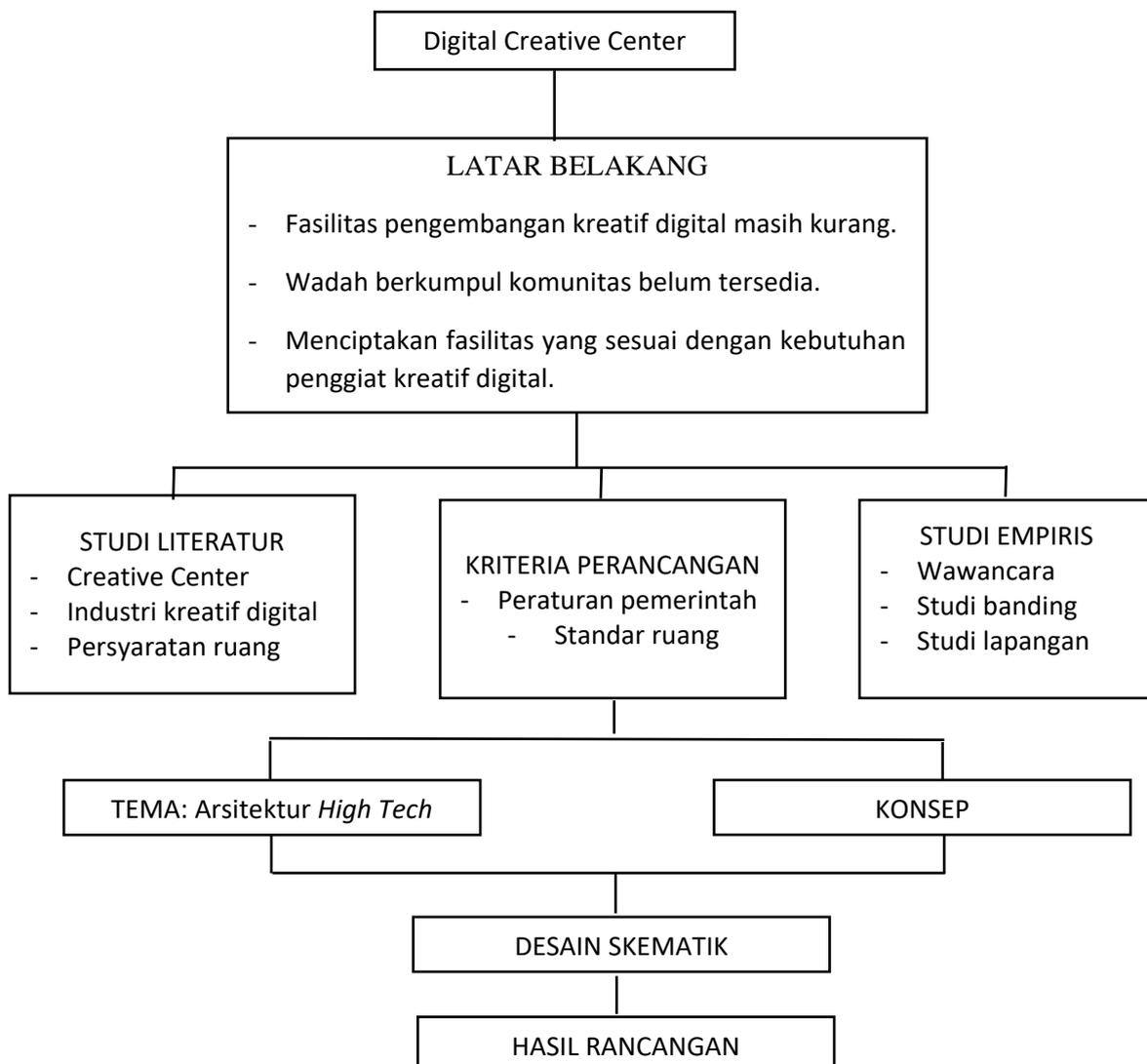
- a. Berfokus pada wilayah rancangan yang berlokasi di di Jl. Raya Leuwigajah - Jl. Mahar Martanegara, Kel. Utama, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40533. Berdasarkan pada regulasi yang ada di Kota Cimahi terkait bangunan pelayanan umum.
- b. Menyediakan fasilitas yang diperuntukkan bagi penggiat kreatif digital dan masyarakat umum di Kota Cimahi.
- c. Berorientasi pada penyediaan sarana bagi komunitas, instansi, dan masyarakat untuk mengembangkan industri kreatif digital.

### 1.6.2 Batasan

Batasan masalah diperlukan agar ruang lingkup pembahasan lebih spesifik dan tidak terlalu luas, adapun batasannya sebagai berikut:

- a. Digital Creative Center diperuntukkan bagi tempat komunitas, instansi dan masyarakat umum khususnya dibidang kreatif digital.
- b. Mewadahi kegiatan industri kreatif digital dalam sektor pengembangan permainan interaktif/pengembangan *game*, video film dan animasi, dan layanan komputer dan perangkat lunak.

### 1.7 Metoda Perancangan



## 1.8 Sistematika Laporan

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan terdiri dari latar belakang, maksud dan tujuan, masalah perancangan, lingkup dan batasan, kerangka berfikir dan sistematika laporan perancangan.

### **BAB II DESKRIPSI PROYEK**

Dalam Bab Deskripsi Proyek terdiri dari pembahasan umum proyek, program aktivitas, kebutuhan ruang, dan studi banding bangunan sejenis.

### **BAB III ELABORASI KONSEP**

Bab Elaborasi tema memuat pembahasan mengenai pengertian umum tema, interpretasi tema, serta studi banding tema sejenis.

### **BAB IV ANALISIS**

Bab Analisis mencakup pembahasan mengenai analisis fungsional, analisis lingkungan, dan kesimpulan dari analisis.

### **BAB V KONSEP PERANCANGAN**

Bab konsep rancangan membahas mengenai pengertian konsep, gubahan massa rencana *site*, dan fasad bangunan.

### **BAB VI HASIL RANCANGAN**

Bab hasil rancangan membahas mengenai gambar produk dari rancangan berdasarkan tema dan konsep desain.