

BAB I

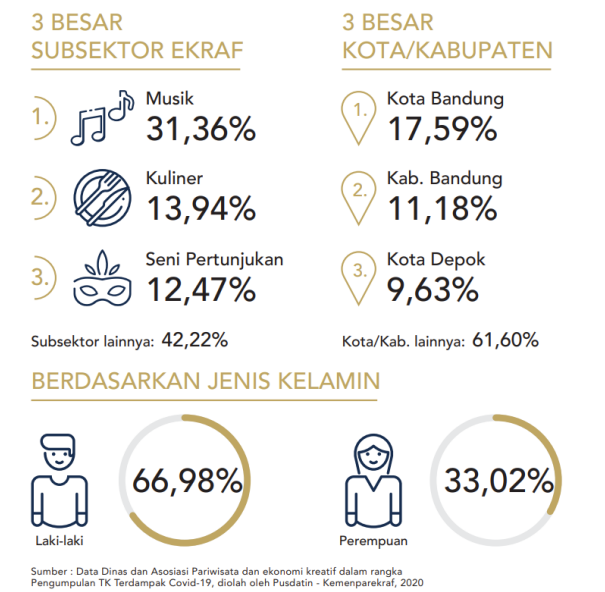
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung merupakan kota yang terkenal akan kreativitasnya di banyak bidang. Banyaknya kekuatan kreativitas yang ada di Kota Bandung menjadikan kota ini sentra industri kreatif Indonesia. Sejak tahun 2007, Kota Bandung sudah dikenal di wilayah asia timur sebagai kota yang memiliki industri kreatif karena menurut SE 2016 KBLI Ekonomi kreatif (Ekraf) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 126.184 individu yang terlibat dalam ekraf. Individu tersebut aktif dalam 16 sub sektor Ekraf, seperti Aplikasi dan pengembangan permainan, Arsitektur, Desain Produk, Fesyen, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Seni Pertunjukan, Film (Animasi dan Video), Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Perikanan, Seni Rupa, Televisi dan Radio. Tetapi pasar unggulan yang mendominasi industri kreatif di Kota Bandung adalah kuliner, fashion, seni rupa, musik, dan multimedia. (UNESCO,2015)

Bandung saat ini sudah masuk ke dalam kategori lima besar kota kreatif se-Asia. Banyak remaja di Kota Bandung berkreasi menghasilkan karya-karya yang luar biasa seperti dalam bidang kuliner, musik, multimedia, fesyen, seni dan lainnya. Di Kota Bandung sendiri baru sedikit tempat yang dapat memfasilitasi kreativitas remaja. Menurut Fatmawaty (diakses 5 mei 2023) secara global masa remaja berlangsung antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, 18-21 tahun : masa remaja akhir. Dengan demikian *Youth* yang diartikan dalam Bahasa Indonesia sebagai pemuda juga bisa disebut sebagai remaja akhir. Dalam konteks sosial, istilah "*youth*" sering digunakan untuk merujuk pada kelompok masyarakat yang memiliki kebutuhan dan tantangan khusus. Karena mereka berada dalam fase perkembangan yang penting dan sering kali masih mencari jati diri, kebutuhan dan harapan mereka dapat berbeda dengan kelompok masyarakat lainnya. Dalam bidang industri kreatif, *youth* juga sering digunakan untuk merujuk pada generasi muda yang

memiliki potensi untuk menciptakan karya-karya kreatif dan berinovasi. *Youth* kreatif dapat merujuk pada penggiat seni, desain, teknologi, dan industri kreatif lainnya yang berusia muda dan sedang mengembangkan potensi mereka. Oleh karena itu, perhatian khusus perlu diberikan dalam merancang kebijakan dan program yang bertujuan untuk membantu mereka berkembang dan berhasil dalam kehidupan.



Gambar 1. 1 Statistik Ekonomi Kreatif Bandung
(Sumber: STATISTIK EKONOMI KREATIF 2020)

Dalam buku STATISTIK EKONOMI KREATIF 2020 menyebutkan ada 3 subsektor besar yang diminati oleh penduduk Jawa Barat yaitu sektor musik, sektor kuliner, dan sektor seni pertunjukan. Bidang kreatif yang diminati oleh remaja adalah bidang kreatif kuliner, bidang kreatif fashion, bidang kreatif seni rupa, bidang kreatif musik, dan bidang kreatif multimedia. Namun, para remaja yang berpotensi dalam bidang kreatif menghadapi kendala dalam mengembangkan kreativitas mereka. Kendala-kendala tersebut antara lain termasuk kurangnya fasilitas atau tempat untuk mengembangkan bakat serta mengelola bisnis mereka, keterbatasan dalam fasilitas yang memadai yang disediakan oleh pemerintah, serta kurangnya ruang bersama untuk menampung kegiatan kreatif dari pelatihan. Oleh karena itu, Bandung membutuhkan fasilitas untuk membantu para remaja yang berpotensi dalam bidang kreatif agar dapat berkembang dan berhasil dalam bidang kreatif agar bisa berkarya untuk bangsa dengan berbagai hobi dan bakat yang

dimiliki serta dapat memaksimalkan kesadaran remaja untuk berkarya di industri kreatif dengan berbagai fasilitas yang akan disediakan. Seperti dilengkapi dengan fasilitas tempat belajar fotografi, menggambar, studio musik, ruangan pentas seperti bioskop, ruang *workshop*, *coworking space* dan beragam fasilitas lain yang mampu memenuhi kebutuhan remaja di Kota Bandung, remaja juga bisa mengikuti program pelatihan, pendampingan, *workshop*, dan juga dapat mengikuti kompetisi sesuai bidang kreatif yang diminati. Fasilitas ini juga diharapkan dapat menarik minat remaja di Kota Bandung dan sekitarnya untuk meningkatkan minat kreatif dalam mengurangi tingkat kenakalan remaja.

1.2 Fokus Permasalahan

1. Kota Bandung membutuhkan fasilitas yang dapat membantu remaja untuk berkembang dalam bidang kreatif kuliner, fashion, seni rupa, musik, dan multimedia.
2. Remaja merupakan kelompok masyarakat yang memiliki ide, gagasan, kebutuhan, dan tantangan khusus. Diperlukannya perhatian khusus dalam merancang interior ruang yang bertujuan untuk membantu mereka mengembangkan bakat dan potensi kreatifnya, serta berhasil dalam berkarya dan menghasilkan produk kreatif yang inovatif dan bermanfaat.

1.3 Rumusan Permasalahan

1. Bagaimana merancang fasilitas ruang yang dapat membantu remaja untuk berkembang dalam bidang kreatif?
2. Bagaimana merancang interior ruang yang dapat membantu pengguna mengembangkan bakat dan potensi kreatifnya, serta berhasil dalam berkarya dan menghasilkan produk kreatif yang inovatif dan bermanfaat?

1.4 Ide/ Gagasan Perancangan

Youth Creative Hub di Kota Bandung merupakan proyek perancangan yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas tanpa batas bagi remaja atau pemuda dalam bidang seni dan kreativitas. Konsep desain yang diusulkan adalah menggunakan pendekatan kontemporer yang mencerminkan semangat modernitas dan inovasi.

Dalam aspek material, penggunaan bambu menjadi fokus utama yang mengarahkan konsep perancangan. Bambu dipilih karena memiliki kekuatan struktural yang baik, ramah lingkungan, serta merepresentasikan identitas budaya Kota Bandung. Sumber material tersebut terinspirasi dari angklung, alat musik tradisional khas Kota Bandung yang terbuat dari bambu, yang akan digunakan secara kreatif dalam elemen desain untuk menciptakan suasana yang khas dan autentik.

Konsep bentuk Youth Creative Hub terinspirasi dari simbol tangan yang saling menggenggam. Konsep ini melambangkan kolaborasi, solidaritas, dan interaksi antara remaja dan pemangku kepentingan lain yang berpartisipasi di dalamnya. Bentuk tangan yang abstrak dengan lengkungan yang dibentuk akan diintegrasikan dalam elemen-elemen desain yang modern dan geometris, memberikan kesan visual yang dinamis dan menarik.

Dalam hal palet warna, dipilih warna cerah yang cocok untuk remaja. Warna-warna cerah ini menciptakan suasana yang enerjik, menyenangkan, dan membangkitkan semangat kreativitas. Palet warna yang dipilih akan memperkuat identitas Youth Creative Hub sebagai tempat yang menyambut dan menginspirasi pemuda dalam mengembangkan bakat dan keterampilan kreatif mereka.

Melalui kombinasi konsep desain kontemporer dengan tema perancangan "Kreativitas Tanpa Batas", penggunaan material bambu yang terinspirasi oleh angklung, konsep bentuk tangan yang saling menggenggam, dan palet warna cerah yang sesuai untuk remaja, Youth Creative Hub di Kota Bandung diharapkan akan menjadi tempat yang menghidupkan semangat kreativitas tanpa batas, mendorong kolaborasi, dan menjadi pusat inspirasi bagi para remaja di Kota Bandung dalam mengeksplorasi dan mengembangkan potensi kreatif mereka.

1.5 Maksud dan Tujuan Perencanaan

1.5.1 Maksud Perancangan

Maksud dari perancangan ini adalah membuat sebuah fasilitas yang dapat mendukung pengembangan keterampilan dan minat anak muda melalui program dan layanan seperti *workshop*, kursus, dan kolaborasi serta

membantu anak muda membangun jaringan industri kreatif dengan orang lain yang memiliki minat dan keterampilan serupa dalam bidang kreatif kuliner, fashion, seni rupa, musik, dan multimedia. Serta membantu mereka memperluas jaringan mereka melalui event dan aktivitas.

1.5.2 Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan *Youth Creative Hub* yang belum ada di Bandung sebagai sarana edukasi, pembinaan dan pelatihan bagi masyarakat terutama remaja yang berada di Kota Bandung dengan beragam aktifitas dalam bidang kreatif kuliner, fashion, seni rupa, musik, dan multimedia.

