

Bab II Tinjauan Pustaka Dan Studi Banding Penelitian Sejenis Sebelumnya

II.1 Tinjauan Pustaka

II.1.1 Tinjauan Galeri Seni

II.1.1.1 Pengertian Galeri

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan "galeri" sebagai ruangan atau tempat di mana barang atau karya seni dipamerkan. Menurut etimologinya, kata "*galleria*" atau "*gallery*" berasal dari bahasa Latin, dan artinya adalah "ruang beratap dengan satu sisi terbuka." Di Indonesia, galeri biasanya diartikan sebagai ruang atau bangunan khusus yang digunakan untuk menampilkan karya seni (Ensiklopedia Asional Indonesia, 1986).

Menurut Galeri Nasional Indonesia (2017), kata "*gallery*" berasal dari bahasa Latin, "*galleria*", yang berarti "ruang beratap dengan sisi terbuka". Galeri biasanya didefinisikan sebagai ruang atau bangunan khusus yang digunakan untuk menampilkan karya seni (Ensiklopedia Asional Indonesia, 1986).

Museum seni atau galeri seni adalah tempat di mana karya-karya seni, biasanya yang berkaitan dengan seni visual, dipamerkan. Museum adalah tempat publik atau swasta, tetapi yang membedakan mereka adalah apa yang dimiliki oleh koleksi yang dipamerkan di dalamnya. Lukisan adalah salah satu jenis seni yang paling sering dipamerkan. Namun, museum atau galeri seni juga menawarkan lukisan, patung, fotografi, ilustrasi, seni instalasi, dan jenis seni lainnya. (Revondya, 2011)

Menurut berbagai definisi yang telah disebutkan sebelumnya, galeri adalah tempat untuk menampilkan dan memamerkan karya seni untuk umum melihatnya. Mereka juga dapat menjual karya seni.

II.1.1.2 Macam-macam *Art Gallery*

Macam galeri berdasarkan tempat penyelenggaraan pameran menurut (Robillard, 1982) dibedakan menjadi beberapa kelompok, yaitu :

1. Galeri menurut tempat penyelenggaraannya diklasifikasikan
 - *Traditional Art Gallery*, galeri yang aktivitasnya diselenggarakan di selasar / lorong panjang.
 - *Modern Art Gallery*, galeri dengan perencanaan ruang secara modern.

2. Macam dari galeri berdasarkan sifat kepemilikan
 - *Private Art Gallery*, galeri yang dimiliki oleh perseorangan / pribadi atau kelompok.
 - *Public Art Gallery*, galeri milik pemerintah dan terbuka untuk umum.
 - Kombinasi dari kedua galeri di atas.

3. Macam galeri berdasarkan isinya
 - *Art Gallery of Primitive Art*, galeri yang mewadahi seni primitif atau masa lampau.
 - *Art Gallery of Classical Art*, galeri yang mewadahi bidang seni klasik.
 - *Art Gallery of Modern Art*, galeri yang mewadahi bidang seni modern seperti teknologi

4. Macam galeri berdasarkan jenis pameran yang diadakan
 - Pameran tetap (*Permanent Exhibition*).
Pameran yang diadakan terus-menerus tanpa ada batasan waktu.
Barang-barang yang dipamerkan tetap atau bisa juga bertambah.
 - Pameran temporer (*Temporary Exhibition*).
Pameran yang diadakan sementara dengan batasan waktu tertentu.
 - Pameran keliling (*Travelling Exhibition*).
Pameran yang berpindah-pindah dari suatu tempat ke tempat yang lain.

5. Galeri berdasarkan macam koleksi
 - Galeri pribadi; merupakan galeri yang berfungsi sebagai tempat pameran karya pribadi seniman itu sendiri, tidak memamerkan karya orang lain atau sebagai galeri yang berfungsi sebagai tempat pameran dimana koleksi yang dipamerkan tidak diperjual belikan.

- Galeri umum; merupakan galeri yang memamerkan karya-karya seni dari beberapa seniman dan koleksi yang dipamerkan diperjual belikan.
 - Galeri kombinasi; merupakan galeri kombinasi pribadi dan umum dimana karya-karya seni yang dipamerkan ada yang diperjualbelikan dan ada yang merupakan koleksi khusus yang tidak dijual, koleksi yang dipamerkanpun bukan dari satu orang seniman melainkan dari beberapa seniman.
6. Galeri berdasarkan tingkat dan luas koleksi (luas jangkauan)
- Galeri lokal; merupakan galeri yang mempunyai koleksi dengan objek-objek yang diambil dari lingkungan setempat.
 - Galeri regional; merupakan galeri yang mempunyai koleksi dengan objek-objek yang diambil dari tingkat daerah / provinsi / regional.
 - Galeri internasional; merupakan galeri yang mempunyai koleksi dengan objek-objek yang diambil dari suatu negara atau dunia.

II.1.1.3 Fungsi Galeri Seni Secara Umum

Secara umum, selain sebagai tempat yang mewadahi kegiatan transferisasi perasaan dari seniman kepada pengunjung, menurut Kepala Kantor Wilayah (Kakanwil) Perdagangan berfungsi juga sebagai;

- Sebagai tempat memamerkan karya seni ilustrasi (*exhibition room*)
- Sebagai tempat membuat karya seni ilustrasi (*workshop*)
- Mengumpulkan karya seni ilustrasi (*stock room*)
- Mempromosikan lukisan dan tempat jual-beli karya (*auction room*)
- Tempat berkumpulnya para seniman
- Tempat pendidikan Masyarakat

II.1.1.4 Pengguna Galeri Seni

- **Pengelola**

Dalam mengelola sebuah galeri, diperlukan pengelola yang sesuai dengan bidangnya, menurut (Ii, 2017) antara lain ;

1. Direktur, bertugas sebagai pemimpin galeri baik secara teknis, ilmiah maupun administratif.

2. Kurator, bertugas memimpin, mengkoordinasi serta mengawasi petugas koleksi.
3. Konservator, bertugas menangani pemeliharaan koleksi galeri.
4. Laboran, bertugas memimpin laboratorium untuk merawat benda-benda yang di pameran.

- **Pelaku Seni / Seniman Individual**

adalah orang yang mempunyai bakat seni dan banyak menghasilkan karya seni. Pelaku seni di dalam galeri seni bertugas memberikan pengarahan tentang karya dan mempraktekan langsung kegiatan pembuatan [dalam *workshop*].

Aktifitas :

- Menyimpan dan menyiapkan karya
- Mendisplay karya
- Mengganti karya
- Mengadakan lokakarya
- Mengisi seminar/workshop
- Diskusi dan mengikuti pertemuan

- **Komunitas Seni**

Komunitas seni adalah kelompok atau jaringan orang-orang yang memiliki minat, keahlian, dan tujuan bersama dalam bidang seni.

Aktifitas :

- Mengadakan pameran temporer tematik
- Menyimpan dan menyiapkan karya
- Mendisplay karya
- Mengganti karya
- Mengadakan lokakarya
- Mengisi seminar/workshop
- Diskusi dan mengikuti pertemuan

- **Peminat (masyarakat umum) rentang usia remaja-dewasa**

Merupakan penggemar seni ilustrasi, pengunjung berasal dari semua kalangan, wisatawan domestik maupun mancanegara, baik para difable maupun orang normal (galeri seni tidak membatasi pengunjung, Seni ilustrasi adalah milik semua orang).

Aktifitas :

- menyampaikan maksud tujuan kunjungan,
- mengunjungi tour gallery,
- mengikuti seminar / workshop,

II.1.1.5 Klasifikasi Jenis Kegiatan pada Galeri

Menurut (Ii, 2017) Jenis kegiatan pada galeri dapat dibedakan menjadi beberapa jenis,

antara lain :

1. Pengadaan

Benda-benda yang dapat dimasukkan ke dalam galeri yaitu hanya benda-benda yang memiliki syarat-syarat seperti :

- Mempunyai nilai budaya, artistik dan estetis
- Dapat diidentifikasi menurut wujud, asal, tipe, gaya dan sebagainya.

2. Pemeliharaan

Terbagi menjadi dua aspek, yaitu :

- Aspek Teknis, Dipertahankan tetap awet dan tercegah dari kemungkinan kerusakan.
- Aspek Administrasi, Benda-benda koleksi harus mempunyai keterangan tertulis yang membuatnya bersifat monumental.

3. Konservasi

Konservasi terhadap karya seni berupa pembersihan karya seni dari debu atau kotoran dengan peralatan sederhana.

4. Restorasi

Restorasi yang dilakukan berupa perbaikan ringan, yaitu mengganti bagian-bagian yang sudah usang atau termakan usia.

5. Penelitian

Bentuk dari penelitian ada dua macam, yaitu :

- Penelitian *Intern*, yaitu penelitian yang dilakukan oleh kurator untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan.
- Penelitian *Ekstern*, yaitu penelitian yang dilakukan oleh peneliti atau pihak luar, seperti pengunjung, mahasiswa, pelajar dan lain-lain untuk kepentingan karya ilmiah dsb.

6. Pendidikan

Kegiatan ini ditekankan pada bagian edukasi tentang pengenalan berbagai karya seni yang dipamerkan.

7. Rekreasi

Rekreasi yang bersifat untuk dinikmati dan dihayati oleh pengunjung dan tidak diperlukan konsentrasi yang menimbulkan keletihan dan kebosanan.

II.1.1.6 Fasilitas galeri

Sebuah galeri harus memiliki fasilitas-fasilitas baik utama maupun penunjang.

Fasilitas utama yang terdapat dalam sebuah galeri :

- *An introductory space* Sebagai ruang untuk memperkenalkan tujuan galeri dan fasilitas apa aja yang terdapat didalamnya.
- *Main gallery displays* Merupakan tempat pameran utama. Ruang-ruang pameran
- *Temporary displays area* Ruang pameran berkala untuk memamerkan barang-barang dalam jangka waktu pendek.

Fasilitas penunjang lainnya antara lain :

- *Library* berisi buku-buku maupun informasi yang berkaitan dengan barang-barang yang dipamerkan di sebuah galeri.
- *Workshop* Tempat pembuatan maupun penyimpanan karya seni

II.1.1.7 Lelang

Menurut Kamus Hukum Bahasa *Inggris*, istilah "*auction*" diartikan sebagai "penjualan umum di mana barang-barang dijual kepada penawar tertinggi" (Ngadijarno dkk, 2006: 20). Artinya, pelelangan adalah suatu bentuk penjualan di hadapan umum, di mana barang-barang dilelang dan dijual kepada orang yang

memberikan penawaran tertinggi. Penjualan umum yang dimaksud di sini merujuk pada pelelangan yang dilakukan secara terbuka di hadapan publik, sesuai dengan penjelasan Soemitro (1987: 153), bahwa pelelangan adalah bentuk penjualan di depan umum.

Menurut (Fatikawati, 2017) Lelang adalah mekanisme perdagangan di mana barang dijual kepada penawar dengan harga tertinggi, yang ditandai dengan ketukan palu oleh juru lelang dalam hitungan detik. Proses ini diawali dengan pengumpulan pembeli dan penawaran harga pembukaan secara lisan oleh pejabat lelang kepada audiens. Para audiens memberikan penawaran menggunakan paddle number (stik nomor) untuk memudahkan juru lelang mengidentifikasi penawar. Jika ada pembeli yang berminat dengan harga yang ditawarkan, mereka mengangkat paddle mereka sebagai tanda penawaran. Penjualan barang dalam lelang dilakukan secara berurutan, sesuai dengan urutan lot barang yang dilelang, dengan setiap barang ditampilkan kepada audiens sebelum proses penawaran dimulai.

a. Istilah-istilah dalam lelang

- **Juru Lelang:** Orang yang bertanggung jawab mengoordinasikan jalannya proses lelang.
- **Pembeli (Buyer):** Orang yang berperan sebagai penawar (bidder) dan berencana untuk membeli barang yang dilelang.
- **Penjual (Seller):** Orang yang menjual barang dalam lelang, yang disebut juga sebagai vendor (Zhang, 2012: 5).
- **Nomor Urut (Lot):** Barang yang dijual dalam lelang, diurutkan sesuai nomor dan dicantumkan dalam katalog lelang.
- **Stik Nomor (Paddle Number):** Stik atau papan nomor yang digunakan oleh para penawar (bidders) untuk menandai penawaran mereka selama lelang berlangsung.

- **Perkiraan Harga Rendah (Low Price Estimate):** Perkiraan harga terendah dari suatu barang atau karya seni yang akan dilelang, ditujukan kepada peserta lelang.
- **Perkiraan Harga Tinggi (High Price Estimate):** Perkiraan harga tertinggi dari suatu barang atau karya seni yang akan dilelang, ditujukan kepada peserta lelang.
- **Harga Ketuk Palu (Hammer Price):** Harga final barang yang dilelang, ditetapkan ketika juru lelang mengetuk palu sebagai tanda penutupan penawaran dan kewajiban pembeli (bidder) untuk membayar harga tersebut.
- **Harga Pesan (Reserve Price):** Harga minimum yang disetujui oleh penjual (vendor) dengan pihak lelang untuk sebuah karya. Harga ini biasanya ditentukan secara tertutup antara pemilik barang dan pihak lelang (Beggs, 2009: 1028).

b. Asas-asas lelang menurut balai lelang

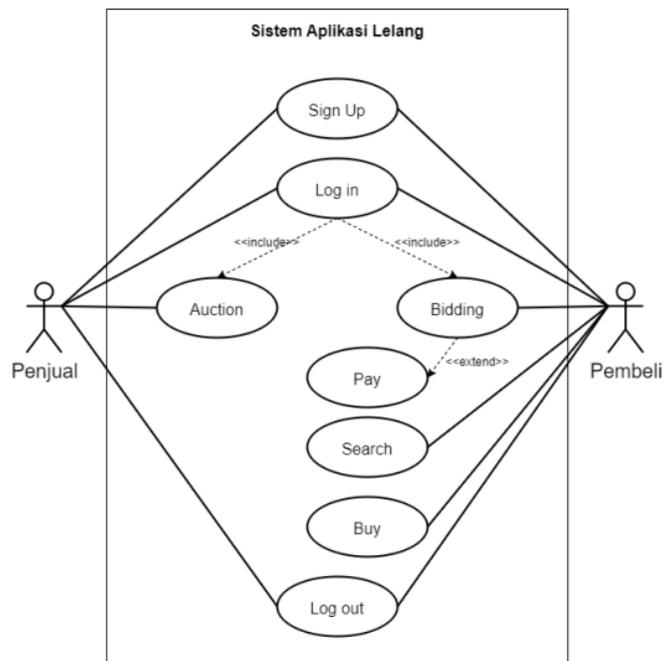
- **Asas Keterbukaan:** Menekankan bahwa seluruh masyarakat harus diberi kesempatan untuk mengetahui rencana lelang dan berpartisipasi. Hal ini menciptakan transparansi dalam proses lelang.
- **Asas Keadilan:** Mengandung pengertian bahwa dalam pelaksanaan lelang, semua pihak yang terlibat berhak mendapatkan perlakuan yang adil dan profesional.
- **Asas Kepastian Hukum:** Menjamin adanya perlindungan hukum bagi semua pihak yang berkepentingan dalam proses lelang, memastikan bahwa hak dan kewajiban mereka terlindungi.
- **Asas Efisiensi:** Mendorong agar pelaksanaan lelang dilakukan secara cepat dan dengan biaya yang relatif murah, sehingga prosesnya lebih efektif dan tidak berlarut-larut.
- **Asas Akuntabilitas:** Mengharuskan agar setiap lelang yang dilaksanakan oleh pejabat lelang dapat dipertanggungjawabkan kepada semua pihak yang

berkepentingan, sehingga prosesnya dapat diaudit dan dinilai sesuai dengan standar yang berlaku (Ngadijarno dkk, 2006: 25).

dimasa kini, Kemajuan teknologi, terutama internet dan perangkat mobile, memungkinkan terciptanya solusi yang lebih efisien, yaitu lelang digital. Lelang digital memanfaatkan platform online atau aplikasi untuk memfasilitasi seluruh proses lelang, dari pengumuman barang hingga transaksi akhir, tanpa memerlukan kehadiran fisik. Dengan ini, partisipasi dalam lelang bisa melibatkan orang dari seluruh dunia, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penawaran lebih kompetitif.

Lelang digital muncul sebagai respons terhadap perkembangan zaman di mana teknologi semakin mendominasi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Sebelum adanya lelang digital, proses lelang tradisional dilakukan di balai-balai lelang fisik yang mengharuskan semua pihak, baik penjual, pembeli, maupun juru lelang, hadir secara langsung. Ini membatasi partisipasi hanya pada mereka yang dapat hadir di lokasi, dan memerlukan biaya serta waktu yang lebih besar.

Berikut sistem aplikasi lelang digital menurut (Mahardika & Zakaria, 2023)



GAMBAR 1 Sistem Aplikasi Lelang

II.1.2 Tinjauan Seni Ilustrasi

Menurut Witabora, (2012) Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti memberikan cahaya dan membuat lebih jelas. Dalam kamus *The American Heritage of The English Language*, kata *illustrate* memiliki makna mengklarifikasi atau memberikan kejelasan melalui contoh, analogi, perbandingan, dan hiasan. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah gabungan ekspresi pribadi dengan representasi visual untuk mengkomunikasikan ide atau konsep.

Dalam pengertian lainnya menurut (Salam, 2017). Secara umum, ilustrasi adalah gambar yang bercerita. definisi yang mencakup berbagai gambar yang ditemukan di dinding gua zaman prasejarah hingga gambar komik hingga surat kabar modern. Namun, dalam arti yang lebih luas. Lukisan dan ilustrasi berkembang dalam banyak hal secara identik sepanjang sejarah. Dua-duanya secara tradisional mengambil inspirasi dari karya-karya kesusastraan; hanya saja lukisan digunakan untuk menghiasi dinding atau langit-langit, sedangkan ilustrasi digunakan untuk menghiasi naskah atau membantu menceritakan cerita atau mencatat peristiwa.

II.1.2.1 Perkembangan Seni Ilustrasi

Perkembangan ilustrasi menurut (Witabora, 2012), Jejak awal ilustrasi dapat ditemukan dalam catatan visual di gua, manuskrip pada abad pertengahan, dan buku dan koran pada abad ke-15 hingga ke-18. Ini dibuat menggunakan teknik seperti cetak kayu, cetak tinggi, etsa, dan litografi. Masa keemasan ilustrasi terjadi selama revolusi industri, sekitar tahun 1890–1920, ketika mesin cetak menjadi terobosan besar yang menjadikan media cetak sebagai alat komunikasi utama. Dalam industri iklan dan percetakan, ilustrasi sangat penting. Dengan kemajuan teknologi, ilustrator sekarang dapat bereksperimen dengan warna dan metode rendering. Selama perang, ilustrasi digunakan sebagai alat propaganda melalui poster.

Antara tahun 1920 hingga 1950, dunia ilustrasi mengalami penurunan dengan berkembangnya teknologi fotografi. Industri majalah juga mengalami penurunan popularitas dengan munculnya televisi. Pada tahun 1970, terjadi gerakan "*flower generation*" di mana generasi muda penuh semangat memberontak, yang

mengakibatkan ilustrasi menjadi lebih eksperimental dan konseptual dengan bentuk yang lebih ekspresif. Pada tahun 1990-an, dengan berkembangnya dunia komputer, peran ilustrator sempat mengalami penurunan dengan adanya penggunaan *stock art*.

Namun, ilustrasi kembali populer dalam dunia desain dan seni rupa pada akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000. Ilustrator menemukan pekerjaan baru di media baru dan animasi. Dalam dunia seni dan desain, ilustrator *independen* dengan gaya unik mereka menjadi seperti selebriti. Banyak ilustrator bekerja sama dengan industri kreatif untuk membuat barang eksklusif. Dunia ilustrasi akan terus berkembang dengan munculnya banyak ilustrator muda, didukung oleh kemajuan teknologi dan media yang memberikan ruang yang luas bagi eksplorasi dalam ilustrasi. Salah satu contohnya adalah James Jean, yang awalnya terlibat dalam industri komik, karya ilustrasinya dengan tema romantis dijadikan *artwork* untuk produk parfum Chanel. (Witabora, 2012)

II.1.2.2 Gaya Visual

Ada berbagai gaya gambar, dari yang tradisional hingga kontemporer yang mengikuti tren terbaru. Banyak gaya gambar telah muncul sebagai hasil dari perkembangan ilustrasi. Namun, bentuk pencitraan umumnya termasuk dalam dua kategori besar: ilustrasi literal, yang secara harfiah menggambarkan sesuatu dan berfokus pada representasi gambar yang nyata atau dapat dipercaya; ilustrasi konseptual, di sisi lain, menggunakan metafora untuk menggambarkan ide. (Witabora, 2012)

Menurut (Reza, 2013) gaya visual dapat dibedakan menjadi sebagai berikut ;

a. Gaya Kartunis

Kartun adalah gambar lucu yang menggambarkan suatu peristiwa. Kartun editorial, *gag cartoon*, dan strip komik adalah beberapa jenis kartun yang dikenal saat ini. Kartun editorial atau kartun politis sering kali digunakan untuk menyampaikan pendapat politik atau sosial dengan cara yang satir. Sebaliknya, *gag karikatur* bertujuan untuk menghibur tanpa menyertakan sindiran. Komik strip adalah gambar kartun yang disusun dalam cerita

pendek. Kartun juga dapat digunakan sebagai ilustrasi dalam berbagai konteks, seperti dalam buku, majalah, atau kartu ucapan.

b. Gaya Realis

Gaya ini biasanya dipakai untuk cerita-cerita drama, petualangan fantasi, sejarah, atau cerita-cerita untuk orang dewasa.

c. Gaya Ekspresif

Gambar ekspresif adalah hasil karya yang dibuat secara spontan berdasarkan imajinasi, persepsi, dan interpretasi pribadi pelukis terhadap objek yang digambarkan. Gambar ekspresif sering ditandai dengan bentuk yang diperbesar secara dramatis atau direduksi hanya pada esensinya, penggunaan warna yang bebas dan mungkin tidak sesuai dengan warna asli objek, serta komposisi gambar yang tidak terikat. Prinsip-prinsip gambar yang digunakan juga sering tidak mengikuti aturan perspektif, bayangan, atau skala, dan terkadang objek dalam gambar ekspresif bersifat abstrak atau tidak jelas.

d. Gaya Surrealistic

Gaya ini sering digunakan untuk mengilustrasikan situasi-situasi yang mirip dengan dunia mimpi atau keadaan dalam bawah sadar.

II.1.2.3 Peran dan Jenis Ilustrasi di Indonesia

Dengan hal itu, maka peran ilustrasi menurut (Witabora, 2012) diantaranya; sebagai informasi, Narasi, opini, persuasi, dan Desain. Penggunaan gaya gambar harus disesuaikan dengan isi dan konteks sebuah masalah. Gaya gambar dapat mendukung tercapainya tujuan sebuah ilustrasi.

Menurut (Salam, 2017) Garis besar seni ilustrasi di Indonesia yang diuraikan di sini meliputi: (1) Seni Ilustrasi Etnik Nusantara, (2) Seni Ilustrasi dalam Konteks Kegiatan Pendidikan, (3) Seni Ilustrasi Naratif, (4) Seni Ilustrasi Provokatif / Opini, (5) Seni Ilustrasi Berorientasi Ekspresi Personal, dan (6) Organisasi Profesi Ilustrator.

Dari keterangan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut ;

NO	PERAN ILLUSTRASI	ILUSTRASI DI INDONESIA	KARYA
	Ilustrasi sebagai Alat Informasi		
1.	Sejarah	<p>Ilustrasi etnik nusantara</p> <p>Media;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relief - Naskah kuno - Lukisan gua 	<p>Relief candi Borobudur;</p>  <p style="text-align: center;">GAMBAR 2 Relief Candi Borobudur</p> <p><i>Berbagai karya seni rupa yang menunjukkan kebiasaan berceritera secara visual dalam masyarakat tradisional Indonesia. relief pada candi Borobudur (status milik-publik, Wikicommons).</i></p>
2.	Naratif	<p>Ilustrasi Konteks Pendidikan</p> <p>Media;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buku Pelajaran sekolah 	<p>buku bacaan bagi murid di sekolah pada zaman penjajahan</p>  <p style="text-align: center;">GAMBAR 3 Buku Pelajaran Zaman Belanda</p> <p>Belanda;</p>
		<p>Ilustrasi pada Buku cerita</p> <p>Media;</p>	<p>Buku Cerita Rakyat dari 34 provinsi di Indonesia menurut buku (Irwan Rouf, 2013):</p> <p>1. Aceh: Malem Diwa</p>

		<p>- Buku cerita rakyat nusantara</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Sumatera Utara: Putri Hijau 3. Sumatera Barat: Malin Kundang 4. Riau: Lancang Kuning 5. Kepulauan Riau: Raja Haji Fisabilillah 6. Jambi: Putri Pinang Masak 7. Sumatera Selatan: Si Pahit Lidah 8. Bengkulu: Ratu Samban 9. Lampung: Radin Inten 10. Bangka Belitung: Batu Balai 11. DKI Jakarta: Si Pitung 12. Jawa Barat: Sangkuriang 13. Banten: Prabu Pucuk Umun 14. Jawa Tengah: Roro Jonggrang 15. DI Yogyakarta: Loro Blonyo 16. Jawa Timur: Keong Mas 17. Bali: I Belog 18. Nusa Tenggara Barat: Legenda Putri Mandalika 19. Nusa Tenggara Timur: Manusia Kera dari Flores 20. Kalimantan Barat: Batu Menangis 21. Kalimantan Tengah: Tanjung Puting 22. Kalimantan Selatan: Putri
--	--	---------------------------------------	---

			<p>Junjung Buih</p> <p>23. Kalimantan Timur: Putri Petung</p> <p>24. Kalimantan Utara: Legenda Batu Banawa</p> <p>25. Sulawesi Utara: Toar dan Lumimuut</p> <p>26. Sulawesi Tengah: La Galigo</p> <p>27. Sulawesi Selatan: Sawerigading</p> <p>28. Sulawesi Tenggara: La Ode</p> <p>29. Gorontalo: Hulontalo</p> <p>30. Sulawesi Barat: I Lagaligo</p> <p>31. Maluku: Nenek Luhu</p> <p>32. Maluku Utara: Legenda Ternate dan Tidore</p> <p>33. Papua: Biwar Sang Penakluk</p> <p>34. Papua Barat: Manarmakeri</p>
		<p>Ilustrasi Pada komik</p> <p>Media;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komik strip - Buku komik 	<p>Daftar Komik dari masa ke masa di Indonesia;</p> <p>1. Era Awal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Put On, Karya; Kho Wan Gie • Sri Asih, Karya: Raden Ahmad • Putri Bintang dan

			<p>Garuda Putih, Karya; Jahn Lo</p> <p>2. Era Kejayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sibuta Dari Gua Hantu, Karya; Ganes Th • Jaka Sembung, karya; Djair Warni • Gundala Putra Perir, Karya; Hasmi • Godam, Karya; Wid NS • Sebuah Noda hitam, Karya; Jan Mintaraga • Panji Tengkorak, Karya; Hans Jaladar <p>3. Era Indie dan daring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si Juki, Karya; Faza Ibnu U • Tahilalats, karya; Nurfadil M
		<p>Ilustrasi pada (eskpresi personal)</p> <p>Media;</p> <ul style="list-style-type: none"> - puisi / prosa 	<p>Puisi Karya : Aan Mansyur</p> <p>Yang di adaptasi oleh 4 ilustrator, menjadi ilustrasi video animasi pendek, diantaranya:</p>

Puisi “ Pukul 4 Pagi”

Ilustrator : Wulang Sunu



GAMBAR 4 Ilustrasi Puisi karya Wulang sunu

Puisi “ Aku Tidak Pernah Betul-betul Pulang”

Ilustrator : Lala Bohang



GAMBAR 5 Ilustrasi Puisi Karya Lala Bohang

Puisi “ Memandang Dunia Dari Jendela Café”

Ilustrator : Rhesa



GAMBAR 6 Ilustrasi Puisi karya Rhesa

Puisi “Tidak Ada Newyork Hari Ini”

			<p>Ilustrator : Pinot</p>  <p>GAMBAR 7 Ilustrasi Puisi Karya pinot</p>
3.	Opini	<p>Ilustrasi Pada artikel opini</p> <p>Jenis ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realitas - Jurnalistik - Politik <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - majalah - surat kabar - digital 	<p>Salah satu karya ilustrasi karikatur karya ilustrator di Indonesia:</p> <p>Karikatur realitas: Micecartoon.id (digital) Muhammad misrad</p>  <p>GAMBAR 8 Karikatur Muhammad Misrad</p> <p>Karikatur Jurnalistik: Ilustrasi pada surat kabar GM Suderta</p>  <p>GAMBAR 9 Kartun Opini GM Sudarta</p> <p>Karikatur politik: Ilustrasi pada majalah</p>

			<p>yuyun nurrachman</p>  <p>GAMBAR 10 Karikatur Yuyun Nurrachman</p> <p>Karikatur politik: Ilustrasi digital Koesnan hoesie</p>  <p>GAMBAR 11 Karikatur koesnan Hoesie</p>
4.	Profesi Ilustrator	Desain / seni ilustrasi Media; <ul style="list-style-type: none"> - Digital - Kertas - Kanvas - Kain - Dinding - Kaca - 3D - <i>Character</i> - Anggota Tubuh (<i>Tattoo</i>) 	Doodle art ; <i>Doodle Pattern</i> ; Martcellia  <p>GAMBAR 12 Doodle Pattern</p> Liunic <i>Doodle graffiti</i> ; Martcellia Liunic

		<p>- Kuku (Nail Art)</p>	 <p>GAMBAR 13 Doodle Graffiti</p> <p><i>Doodle Fantasy; Peter Rhian</i></p>  <p>GAMBAR 14 Doodle fantasi</p> <p><i>Doodle Floral ; Ayang Campaka</i></p>  <p>GAMBAR 15 Doodle Floral</p>
		<p>Periklanan; Media;</p>	<p>Pada <i>Fashion</i> ; Martcellia Liunic x H&M</p>  <p>GAMBAR 16 Ilustrasi Pada <i>Fashion</i></p>

			<p>Martcellia Liunic x Hush Puppies</p>  <p>GAMBAR 17 Ilustrasi pada Fashion</p>
--	--	--	---

TABEL 1 JENIS ILUSTRASI

a. Ilustrasi sebagai Alat Informasi

Ilustrasi dimanfaatkan untuk merekonstruksi peristiwa penting dalam sejarah manusia. Dalam konteks ini, ilustrasi merupakan hasil kolaborasi antara para ahli dan ilustrator, yang menciptakan representasi dari subjek bidang dan praktik seni visual. (Witabora, 2012)

b. Sejarah pada Ilustrasi Etnik Nusantara

Seperti di berbagai negara, masyarakat Indonesia yang terdiri dari beragam suku juga memiliki tradisi bercerita melalui seni visual. Warisan seni rupa dari masa lalu hingga seni rupa kontemporer yang dihasilkan oleh berbagai suku di Indonesia menunjukkan hal tersebut.

Contoh-contoh warisan seni rupa masa lalu meliputi lukisan di gua yang menggambarkan adegan perburuan binatang, relief yang menggambarkan berbagai aspek kehidupan masyarakat di dinding candi, atau gambar-gambar yang menghiasi naskah-naskah kuno. Peninggalan seni rupa berupa gambar pada naskah kuno ini sering diklasifikasikan sebagai seni ilustrasi karena hubungannya dengan teks yang dijelaskan atau diiringi olehnya (Salam, 2017).

c. Ilustrasi sebagai Alat Untuk Bercerita / Ilustrasi Naratif

Peran ilustrasi dalam dunia editorial terlihat dalam fungsinya yang menjadi bagian integral dari jurnalisme yang tercantum di halaman koran dan majalah. Ilustrasi menjadi media ekspresi opini pada topik-topik seperti gaya hidup, politik, dan isu-isu kontemporer. Ilustrasi Opini (Witabora, 2012).

1. Ilustrasi dalam Konteks Pendidikan dan Buku cerita Rakyat

Murid dan siswa diperkenalkan dengan seni ilustrasi secara pasif melalui buku pelajaran dan buku ceritera, murid dan siswa juga secara aktif menciptakan karya seni ilustrasi melalui pelajaran menggambar. Hal ini terlihat sejak zaman penjajahan hingga masasa kini, hanya saja berbeda dalam media yang digunakan (Salam, 2017).

2. Ilustrasi Pada Komik

Komik terdiri dari dua jenis utama dengan berbagai variasi, yaitu (1) **komik strip**, yang terdiri dari cerita bergambar pendek yang sering dipublikasikan secara bersambung di surat kabar atau majalah, dan (2) **komik buku**, yang merupakan cerita bergambar bersambung dalam bentuk buku (Salam, 2017).

3. Ilustrasi Pada Puisi / Prosa

Karya ilustrasi ini termasuk ilustrasi untuk karya sastra terkait dengan subjek yang cenderung bersifat subjektif-imajinatif, seperti puisi. Seni ilustrasi untuk karya sastra juga harus sesuai dengan teks yang menyertainya(Salam, 2017) .

d. Ilustrasi Pada Artikel Opini

1. Kartun Opini, Menurut (Witabora, 2012) Kartun opini tidak hanya bertujuan sebagai sarana menyampaikan pesan dan kritik, tetapi juga dapat berfungsi sebagai sumber hiburan. Gambar ilustrasi dalam kartun opini memang didesain dengan lelucon yang pada dasarnya mengandung sindiran.

2. Karikatur, karikatur merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang menarik perhatian masyarakat karena fungsinya dalam mengangkat isu-isu sosial atau politik yang sedang terjadi dalam masyarakat, dengan tujuan agar isu tersebut disadari dan dapat diatasi oleh pihak yang berwenang (Salam, 2017).

e. Ilustrai Pada Profesi Ilustrator

1. Ilustrasi Pada Alat Persuasi / Periklanan

Ilustrasi telah memainkan peran yang signifikan dalam hal ini. Peran ilustrasi sangat terlihat dalam ranah komersial periklanan. Saat ini, ilustrasi dalam dunia iklan digunakan sebagai bagian penting dari kampanye pemasaran suatu produk untuk membangun pengenalan merek barang atau perusahaan. Ilustrasi dalam iklan ini disampaikan melalui berbagai media publik seperti surat kabar, majalah, selebaran, atau poster untuk mengiklankan sebuah produk, layanan/jasa, kegiatan, atau lowongan pekerjaan (Witabora, 2012).

2. Ilustrasi Sebagai Desain / Seni Ilustrasi

Keterkaitan yang erat antara desain dan ilustrasi memberikan kesempatan kepada para ilustrator untuk berperan sebagai desainer juga. Salah satu contohnya adalah toki doki, produk ilustrasi yang dihasilkan oleh ilustrator Simone Legno. Ilustrasi dengan tema mode diaplikasikan ke dalam berbagai produk seperti kaos, tas, dan sebagainya. Ilustrasi menjadi fondasi dalam proses desain produk dan juga komunikasi visual lainnya (Witabora, 2012).

Ilustrasi Terhadap Seni Doodle Art

Seperti yang diketahui, kegiatan menggambar bertujuan untuk melatih proses mental, memori, imajinasi, mengekspresikan emosi, dan meningkatkan kemampuan berpikir. Sebuah karya *doodle* sering kali mencerminkan perasaan si pembuatnya, yang dapat terlihat dari coretan-coretan yang dihasilkan, terkadang muncul tanpa disadari oleh pikiran kita.

Menurut (Ashari & Nurwahidah, 2023) Dalam evolusinya, *Doodle* mengenal beberapa jenis ilustrasi, dan saat ini Doodle Art telah memiliki beberapa cabang jenis, di antaranya:

a. *Doodle Fantasy*

Doodle Fantasy cenderung bersifat fiksi, yang menggambarkan karakter-karakter unik dan tak lazim.

b. *Doodle Graffiti*

Merupakan gabungan antara teknik tipografi dan *doodle*, yang biasanya

melibatkan penulisan nama dengan tambahan elemen-elemen doodle seperti pola di sekitarnya.

c. *Doodle Floral*

Seperti namanya, doodle ini terdiri dari gabungan elemen bunga yang membentuk bentuk tertentu.

d. *Doodle Animation*

Jenis *doodle* ini sangat populer, karena mengedepankan gambar karakter animasi lucu dan unik, seringkali berupa binatang atau monster.

e. *Doodle Pattern*

Dibuat dengan menggambarkan pola-pola yang disusun secara unik dan teratur, menghasilkan gambar abstrak yang memiliki makna tertentu.

II.1.2.4 Perkembangan Seni Ilustrasi di Bandung

Bandung merupakan salah satu kota dengan potensi minat seni ilustrasi yang tinggi. Faktanya dapat dilihat dari banyaknya peminat seni di kota Bandung terbukti dengan banyaknya terdapat komunitas seni, terutama komunitas seni ilustrasi. Komunitas – komunitas seni ilustrasi di Bandung ini antara lain seperti; *Wee Can Draw*, *Bandung Doodle Art*, *Mural Bandung*, *Global Art Bandung*, *Desain Grafis Bandung*, *Drawing Bandung* (dan masih banyak lainnya). Komunitas-komunitas tersebutlah yang akan menjembatani dalam mendorong perkembangan industri kreatif di kota Bandung.

Dalam bidang Pendidikan, dikota Bandung. banyak bidang pendidikan terkait cabang seni ilustrasi yang banyak diminati pula oleh kalangan Masyarakat kota Bandung. Dengan adanya sekolah-sekolah desain, sekolah-sokolah seni, kursus atau bahkan workshop dan seminar-seminar terkait cabang seni ikustrasi lainnya.

Dengan hal tersebut, Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 Seni merupakan salah satu kebijakan pemerintah, dalam melancarkan rencana Strategis (Renstra) memerlukan wadah bagi para seniman maupun penikmat seni berupa fasilitas, yang menunjang fenomena industri kreatif dan ilustrasi yang ada di kota Bandung.

II.1.3 Tinjauan Industri Kreatif

Dalam bahasa Inggris, kreatif berarti *creative*. Dalam terjemahan bahasa Indonesia, kreatif artinya memiliki daya cipta. *He's a c*, dia adalah seorang individu yang berdaya cipta.

Pengertian kreativitas yang dikemukakan oleh para ahli :

Jika obsesi muncul dalam diri orang kreatif, kreativitas hilang. Obsesi muncul ketika keinginan seseorang tidak sesuai dengan kenyataan di luar dirinya. Orang kreatif bukanlah orang yang tidak memiliki pikiran. Sebaliknya, mereka adalah orang yang memiliki ide, perspektif, dan sikap yang penting. Semuanya adalah gambaran intuisi yang bertabrakan dengan kenyataan yang tidak relevan. Kemudian muncul suasana gelisah, tidak nyaman, tidak sesuai, dan tidak senang. Kesesuaian, di mana orang kreatif menggunakan intuisi, nalar, dan rasa indrawi untuk menemukan apa yang mereka cari, akan membawa ketenangan jiwa. Kreatifitas tidak hanya berasal dari dorongan emosi; itu juga melibatkan kesadaran alami. Oleh karena itu, kreativitas selalu dimulai dengan ketidakpuasan pribadi. Menurut Jakob Sumardjo (2000) dalam bukunya yang berjudul Filsafat Seni.

Kreatif dengan kata lain yaitu memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 739). Kreativitas akan menjadi pengendali dari perubahan social dan ekonomi selama abad kedepan. Kreatifitas itu sendiri saat ini merupakan sumber penentuan dari keuntungan yang bersaing (Florida 2002: 5)

Industri kreatif merupakan sekelompok usaha ekonomi yang terkait dengan produksi atau penggunaan pengetahuan. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, industri kreatif adalah sektor yang muncul dari pemanfaatan bakat, kreativitas, dan keterampilan individu untuk menciptakan kesejahteraan dan peluang kerja. Istilah lain yang sering digunakan untuk menggambarkan industri ini adalah industri budaya atau ekonomi kreatif.

Menurut Howkins, segala aspek dalam ekonomi kreatif mencakup bidang periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, mode, film, musik, pertunjukan seni, penerbitan, penelitian dan pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan,

permainan, televisi, radio, dan permainan video. Namun, definisi ini masih diperdebatkan dan belum diterima secara universal.

II.1.3.1 Ciri-ciri Industri Kreatif

1. Industri yang berfokus pada kreativitas, keahlian, dan talenta, yang memiliki kapasitas untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penyediaan kreasi intelektual.
2. Industri kreatif mencakup menawarkan produk kreatif kepada pelanggan secara langsung dan mendukung penciptaan nilai kreatif di bidang lain yang memiliki hubungan dengan pelanggan secara tidak langsung.
3. Produk kreatif memiliki karakteristik berikut: siklus hidup singkat, margin yang tinggi, keanekaragaman yang tinggi, persaingan yang kuat, dan mudah ditiru.

II.1.3.2 Sub Sektor Industri Kreatif

Departemen Perdagangan Republik Indonesia membuat pemetaan industri kreatif yang menunjukkan bahwa ada beberapa subsektor di Indonesia yang bergantung pada kreativitas:

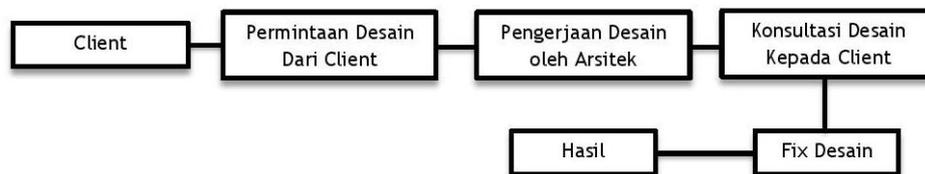
1. **Periklanan:** Iklan adalah jenis kegiatan kreatif yang terkait dengan layanan periklanan, yang berarti proses komunikasi satu arah melalui berbagai media. Proses ini mencakup iklan di media cetak (seperti majalah dan surat kabar) dan media elektronik (seperti radio dan televisi), perencanaan iklan, pembuatan materi iklan, promosi, kampanye hubungan masyarakat, dan poster dan gambar.



GAMBAR 18 Skema Periklanan

(sumber: <https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

2. **Arsitektur:** Kegiatan kreatif yang terkait dengan rancang bangun, perhitungan biaya pembangunan, pelestarian bangunan bersejarah, serta pengawasan konstruksi, baik dalam skala besar (seperti perencanaan kota, desain urban, dan arsitektur taman), maupun skala kecil (seperti detail konstruksi, contohnya: desain interior dan detail arsitektur taman).

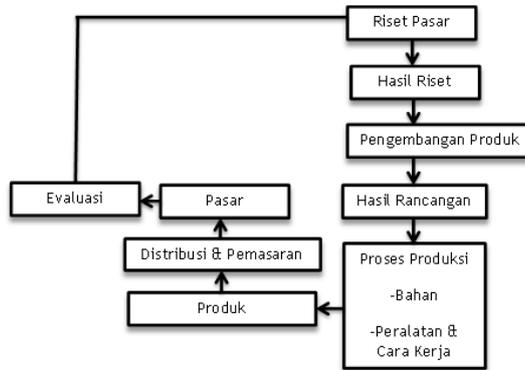


GAMBAR 19 Skema Arsitektur

(sumber: <https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

3. **Pasar Barang Seni :** Aktivitas kreatif di mana produk asli yang unik, langka, dan memiliki nilai estetika seni yang tinggi diperdagangkan. Misalnya, Anda dapat membeli alat musik, percetakan, kerajinan, mobil, film, seni rupa, lukisan, dan mobil di lelang, galeri, toko, dan pasar swalayan online.
4. **Kerajinan:** Kerajinan kreatif adalah proses membuat, membuat, dan mendistribusikan barang yang dibuat oleh orang-orang yang bekerja. Ini mencakup produk yang dibuat dengan tangan dari berbagai bahan seperti

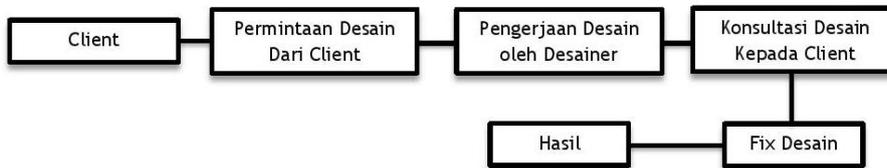
batu berharga, serat alam dan buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.



GAMBAR 20 Skema Kerajinan

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

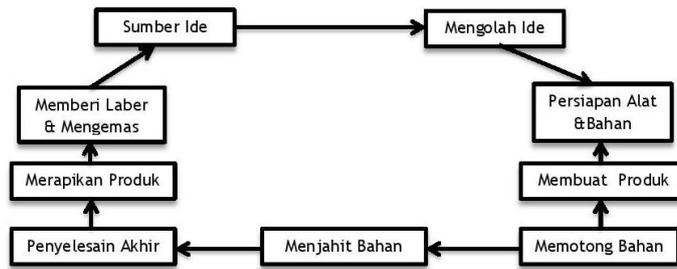
5. **Desain:** Bidang kreatif yang meliputi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas korporat, serta layanan riset pemasaran dan produksi serta kemasan.



GAMBAR 21 Skema Desain

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

6. **Fesyen:** aktivitas kreatif yang berkaitan dengan desain pakaian, alas kaki, dan aksesoris mode lainnya; pembuatan pakaian dan aksesoris tersebut; konsultasi tentang garis produk fesyen; dan distribusi produk fesyen.



GAMBAR 22 Skema Fesyen

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

- 7. Video, Film, dan Fotografi:** Semua aktivitas kreatif yang berkaitan dengan produksi video, film, tata sinematografi, tata artistic, tata suara, penyuntingan, gambar, sinetron, dan eksibisi film, serta distribusi rekaman video dan rekaman.



GAMBAR 23 Skeama Video

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

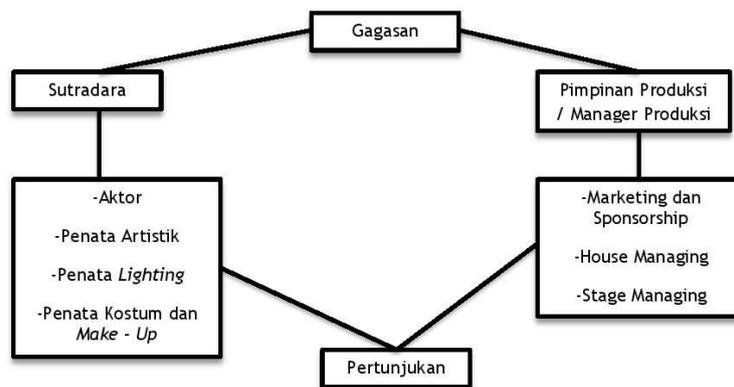
- 8. Permainan interaktif:** aktivitas kreatif yang mencakup pembuatan, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan, memberikan hiburan, dan membantu pendidikan. Subsektor ini tidak hanya berfokus pada hiburan; itu juga dapat berfungsi sebagai alat untuk mengajar dan mengajar.
- 9. Musik:** Aktivitas kreatif yang mencakup pembuatan, komposisi, pertunjukan, produksi, dan distribusi rekaman suara.



GAMBAR 24 Skema Musik

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

10. **Seni Pertunjukan:** Aktivitas kreatif yang terlibat dalam proses menciptakan konten untuk produksi pertunjukan. Contohnya, balet, tarian tradisional dan kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, serta perjalanan musik etnik; juga desain dan pembuatan pakaian, tata panggung, dan pencahayaan.

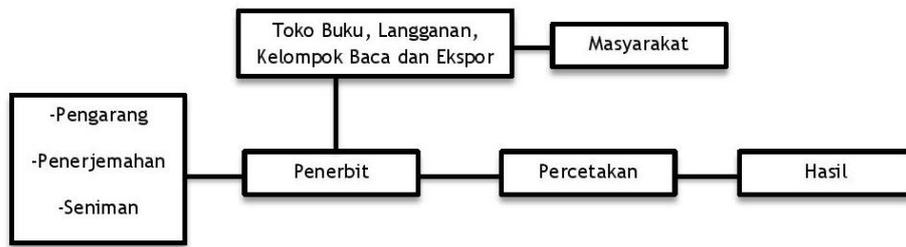


GAMBAR 25 Skema Seni Pertunjukan

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

11. **Penerbitan dan Percetakan:** Subsektor ini mencakup kegiatan kreatif seperti menulis dan menerbitkan artikel untuk buku, jurnal, koran, tabloid, dan konten digital, serta mengelola media dan situs web berita. Bidang ini mencakup penerbitan materi seperti perangko, materai, uang kertas, cek, giro, surat saham, obligasi, dan instrumen keuangan lainnya; passport, tiket pesawat, dan terbitan khusus lainnya. Selain itu, aktivitas seperti penerbitan foto-foto, reproduksi, kartu pos, formulir, poster, engraving, dan produksi

cetakan lainnya juga termasuk dalam kategori ini. Rekaman mikro film juga merupakan bagian dari kegiatan ini.

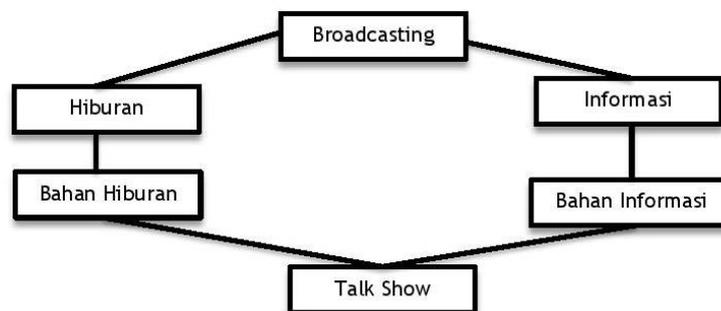


GAMBAR 26 Penerbitan dan Percetakan

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

12. **Layanan Komputer dan Perangkat Lunak:** Usaha kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi, seperti layanan komputer, pemrosesan data, pengembangan basis data, pengembangan perangkat lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, arsitektur perangkat lunak, desain infrastruktur perangkat lunak, perangkat keras, dan desain portal, serta pemeliharannya.

13. **Televisi dan Radio:** Jenis kegiatan kreatif ini mencakup produksi dan pengemasan program televisi (seperti game show, kuis, acara realitas, infotainment, dan sebagainya), penyiaran, dan transmisi konten program televisi dan radio. Selain itu, kegiatan stasiun relay, atau penyiaran ulang, juga termasuk dalam kategori ini.



GAMBAR 27 Skema Televisi dan Radio

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

14. **Kuliner:** Salah satu kegiatan kreatif ini adalah penelitian tentang pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia, yang dapat memasuki industri kreatif baru. Ini akan meningkatkan keunggulannya di pasar ritel dan global. Bisnis ekonomi kreatif adalah usaha yang menggunakan pola pemikir yang sederhana tetapi memiliki pasar yang luas dan diminati oleh masyarakat luas. Kuliner, asesoris, cetak sablon, border, dan bisnis kecil seperti bakso dan gorengan adalah bagian dari perusahaan ini.



GAMBAR 28 Skema Kuliner

(sumber:<https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/iklan-dan-komunikasi-pemasaran/>)

II.1.3.3 Tinjauan Kota Kreatif

Menurut (Landry, 2012), kota kreatif digambarkan sebagai kumpulan lingkaran yang memusat. Kota kreatif memiliki struktur industri budaya yang beragam, canggih dan berorientasi internasional yang memelihara dan mendukung kekayaan seni lokal dan internasional yang bersifat komersial, bersubsidi dan sukarela. Oleh karena itu, masyarakat yang beraktivitas di dalam kota tersebut harus beradaptasi dengan tantangan-tantangan baru, bersamaan dengan potensi kota lainnya seperti sumber daya alam, pasar dan aksesibilitas terhadap kebutuhan manusia, motivasi, fantasi, dan kreativitas (Zaini Miftach, 2018)

Sebuah wilayah kota memiliki beragam bahan mentah berikut: sumber daya unik yang tertanam dalam daya cipta, keterampilan, dan bakat yang dimiliki masing-masing penduduknya (Landry, 2013). Sumber daya pun dapat dituangkan dalam desain, seperti bentuk jalan dan lingkungan perumahan, bangunan, infrastruktur (dari teknologi informasi hingga transportasi). Kapasitas dalam industri budaya juga semakin penting mulai dari desain hingga media baru atau film dan sektor pertunjukan. Selain itu, industri ini juga melibatkan kegiatan pameran dagang,

olahraga, kesenian dan yang berbasis komunitas, seperti festival dan acara. Terakhir, sikap dan atribut juga dapat menjadi aset, seperti budaya keingintahuan atau kompetensi organisasi (Landry, 2013).

II.1.3.4 Bandung Kota Kreatif

Kota Bandung termasuk salah satu kota kreatif yang ada di Indonesia. Banyak komunitas kreatif yang ada di kota Bandung, Kota Bandung diproklamkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai Kota Kreatif Nasional Indonesia pada tahun 2013, mengukuhkan peran pentingnya dalam mengembangkan ekonomi kreatif di tingkat nasional. Kemudian, pada tahun 2015, Kota Bandung berhasil bergabung sebagai Kota Desain dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO (Zaini Miftach, 2018) .

Prestasi Kota Bandung dalam mendorong ekonomi kreatif juga tercermin melalui terbentuknya Bandung Creative City Forum (BCCF), sebuah platform yang menjembatani dan menggabungkan beragam komunitas kreatif.

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2015 menjelaskan bahwa Badan Industri Kreatif adalah sebuah entitas non-kementerian yang berada di bawah pengawasan langsung presiden melalui menteri yang memiliki kewenangan dalam bidang pariwisata. Badan ini juga dikenal dengan sebutan Pemimpin Tertinggi. Tugas utamanya adalah mendukung Presiden dalam merumuskan, mengimplementasikan, mengkoordinasikan, dan menyelaraskan kebijakan terkait industri kreatif, termasuk pengembangan aplikasi dan game, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, video, fotografi, kerajinan tangan, masakan, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni, televisi, dan radio (BEKRAF, 2020).

Pasar barang seni merupakan salah satu sub sektor Industri Kreatif. Bandung merupakan salah satu kota dengan daya minat seni yang cukup tinggi. Salah satu indikator untuk menilai tingkat apresiasi seni dalam suatu komunitas adalah melalui jumlah galeri seni yang ada di wilayah tersebut. Kehadiran banyaknya galeri seni mencerminkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap karya seni, serta frekuensi kunjungan ke galeri-galeri tersebut (Luhur, 2004). Tidak hanya itu, hal ini juga di buktikan dengan fakta dari kalangan generasi milenial yang hidup di era

digital yang memiliki pengaruh signifikan terhadap krisis identitas melalui penggunaan media sosial. Dalam mencari jati diri dan berlomba-lomba mencari identitas, salah satu yang dilakukan eksplorasi seni. Apresiasi generasi milenial terhadap seni kini hari kian meningkat tercermin dari popularitas galeri dan museum yang semakin ramai dikunjungi dan tampil di platform media sosial.

Selain itu, periklanan merupakan salah satu sub sektor Industri kreatif juga yang berkaitan erat dengan ilustrasi. Ditinjau dari klasifikasi ilustrasi sendiri yang salah satunya ilustrasi digunakan sebagai media periklanan. di era modern saat ini, Bandung merupakan salah satu kota dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat, seniman- seniman ilustrator pun mulai menggunakan Teknik ilustrasi digital untuk mengimbangi permintaan yang salah satunya dalam bidang periklanan.

Sub sektor ekonomi lainnya yang berkaitan dengan ilustrasi yaitu fashion. Fashion menjadi salah satu sub sektor yang akhir-akhir ini menjadi sebuah tren dalam pengaplikasian seni ilustrasi yang dijadikannya sebagai branding pada produk fashion tersebut. terbukti dari meningkatnya jumlah penjualan dan peminat terhadap suatu peoduk yang produk tersebut melakukan kolaborasi dengan seorang ilustrator terkenal yang digemarinya. Di Bandung, sudah terdapat banyak brand produk fashion yang menjadi sebuah pengaplikasian atau media ilustrasi dengan nilai minat yang banyak di gemari. Salah satu faktor atau alasannya adalah karena produk fashion yang dijadikan media ilustrasi memiliki kekhasan serta terbatas, sehingga konsumen produk tersebut tidak akan menemukan konsumen lain yang yang membeli barang yang serupa dengan yang dibelinya.

Desain, merupakan sub sektor lainnya yang berhubungan erat dengan ilustrasi, bagaimanapun dalam proses desain suatu produk, salah satu media yang digunakan untuk mengkomunikasikan ide tersebut adalah dengan ilustrasi.

Karnanya, maka terdapat 4 sub sektor industri kreatif yang termsauk dalam bidang ilustrasi yang terdapat di kota Bandung. Diantaranya yaitu; pasar barang seni, periklanan, fashion dan desain.

Dari paparan diatas, keberadaan dari Pusat industri kreatif di bidang Ilustrasi di kota Bandung melahirkan beberapa kegiatan utama yang mendukung pengembangan

industri kreatif didalamnya, antara lain:

Exhibition atau pameran | Merupakan kegiatan yang menjadi ajang untuk menunjukkan kreativitas serta hasil dari karya dari para pelaku seni, seperti seniman-seniman atau komunitas-komunitas seni ilustrasi, berdasarkan klasifikasi dari jenis ilustrasi itu sendiri. Pameran ini juga merupakan sebuah sarana untuk memperkenalkan seni ilustrasi kepada Masyarakat yang lebih luas. Terutama bagi masyarakat yang menjadi peminat seni ilustrasi.

Edukasi | merupakan kegiatan pembelajaran dan pelatihan terhadap industry kreatif. Bagaimana industri kreatif dijalankan, proses-proses menemukan dan membuat ide dan gagasan hingga menjadikan ide tersebut menjadi sebuah produk yang bersifat komersil dalam bidang ilustrasi. Pada Kegiatan edukasi tersebut terdapat 3 kegiatan utama yaitu kegiatan pelatihana/*workshop*, seminar dan diskusi.

- **Workshop / Pelatihan** | Kegiatan *Workshop* berfungsi sebagai bengkel tempat praktik para pelaku industri kreatif dalam mengembangkan produk dan tempat para instruktur mengajarkan keterampilan kepada para pelaku industri kreatif terkait industri kreatif pada bidang ilustrasi yang ditekuni.
- **Seminar / Talkshow** | Kegiatan seminar dapat diselenggarakan dengan mengundang masyarakat umum – ikm – perguruan tinggi yang nantinya berguna untuk memperkenalkan industri kreatif yang merupakan pengaplikasian dari ilustrasi sebagai branding produk yang dapat Meningkatkan peluang untuk menopang perekonomian dimasa mendatang sebagai salah satu solusi mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran dengan konsep kreatifitas.

Komersil | Merupakan kegiatan dimana terjadi interaksi jual beli antara pengunjung dan pelaku industri kreatif terhadap produk-produk/ karya yang diproduksi oleh para pelaku industri kreatif dalam bidang ilustrasi.

- **Produksi** | Kegiatan produksi merupakan proses mengubah bahan baku atau bahan mentah menjadi barang jadi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (konsumen), serta sebagai ruang yang mewadahi jalannya kegiatan produksi dari masing-masing sektor.

- **Jual Beli** | Merupakan aktivitas yang melibatkan pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Dalam jual beli, penjual menawarkan produk atau layanan kepada pembeli, dan pembeli membeli barang atau layanan tersebut dengan harga yang disepakati.

Kegiatan perkantoran | Mencakup kegiatan dari pihak pengelola, baik itu pengembangan, pemeliharaan, pendanaan, penerimaan pegawai dan kegiatan pusat lainnya.

Berdasarkan kegiatan utama yang mendukung pengembangan industri kreatif dalam bidang ilustrasi di Bandung ini, maka diperoleh tipikal bangunan yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan, yaitu :

Bangunan fasilitas budaya dan hiburan | berupa gedung pertunjukan / *exhibition hall*

Bangunan fasilitas pendidikan | *workshop*, tempat seminar/*talkshow*.

Bangunan komersil | berupa retail / *tenant*

Bangunan Perkantoran | berupa ruang *Back Office*

Dengan diadakannya fasilitas tersebut, dapat menjadikannya sebagai sarana dan prasarana seni ilustrasi yang diharapkan bisa menjadi pendorong perkembangan Industri Kreatif seni dan sekaligus berkontribusi dalam memberikan wadah para seniman dan penikmat/ pengamat seni yang ada di Kota Bandung.

II.1.1.4 Pengguna Komersil Industri kreatif

- **Pelaku Industri Kreatif (berdasarkan sub sektor terpilih)**
 1. Divisi periklanan (mencakup iklan di media cetak (seperti majalah dan surat kabar) dan media elektronik (seperti radio dan televisi), perencanaan iklan, pembuatan materi iklan, promosi, kampanye hubungan masyarakat, dan poster / gambar (berdasarkan media pengaplikasian tertentu)).

Aktifitas :

- Konsultasi klien, mencakup ; pemilihan bahan dan pengolahan ide,
- pengelolaan alat dan bahan,
- pengolahan dan produksi,
- pengemasan produk dan penyimpanan stok barang, dan

- pemasaran produk
- 2. Divisi desain (desain ilustrasi yang meliputi desain grafis, desain produk, desain industri, konsultasi identitas korporat, serta layanan riset pemasaran dan produksi juga kemasan).

Aktifitas :

- Konsultasi klien, mencakup ; pemilihan bahan dan pengolahan ide,
 - pengelolaan alat dan bahan,
 - pengolahan dan produksi,
 - pengemasan produk dan penyimpanan stok barang, dan
 - pemasaran produk
3. Divisi Fashion (berkaitan dengan design ilustrasi pada pakaian, desain pada alas kaki, nail art, dan tattoo, serta konsultasi distribusi produk fesyen).

Aktifitas :

- Konsultasi klien, mencakup ; pemilihan bahan dan pengolahan ide,
 - pengelolaan alat dan bahan,
 - pengolahan dan produksi,
 - pengemasan produk dan penyimpanan stok barang, dan
 - pemasaran produk
4. **Divisi Pasar Seni** (Aktivitas kreatif di mana produk asli yang unik, langka, dan memiliki nilai estetika seni terutama di bidang ilustrasi diperdagangkan. Dari hasil desain produk, dan produk yang sudah di produksi dipasarkan melalui tenant-tenant yang telah di sediakan).

Aktifitas :

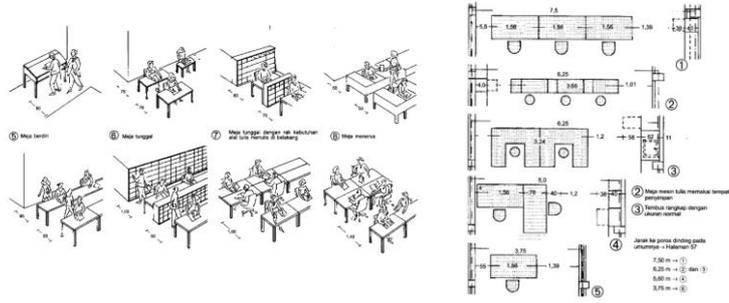
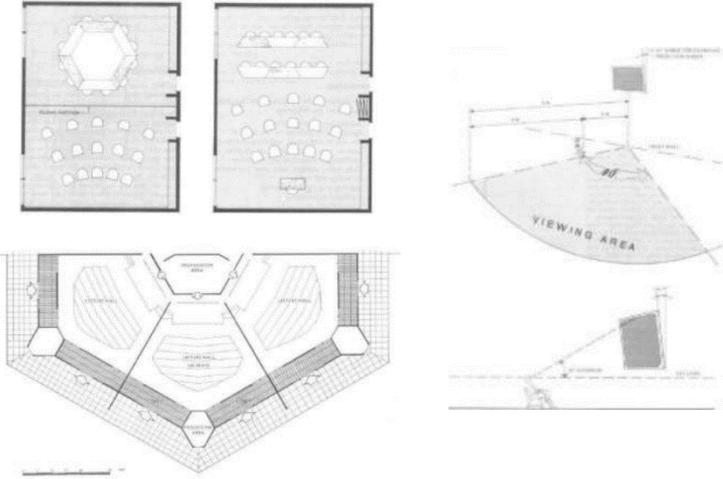
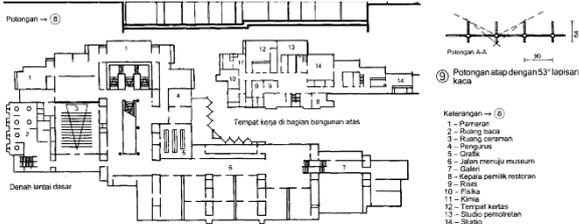
- pengelolaan stok barang
 - pengemasan produk dan pendisplayan
 - pemasaran produk
 - berinteraksi dengan pembeli
 - melakukan transaksi
- **Peminat (masyarakat umum) rentang usia remaja-dewasa**

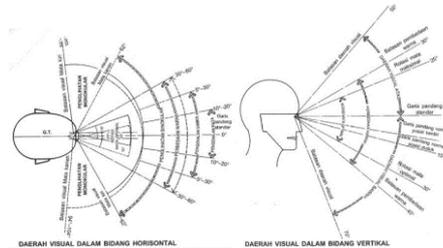
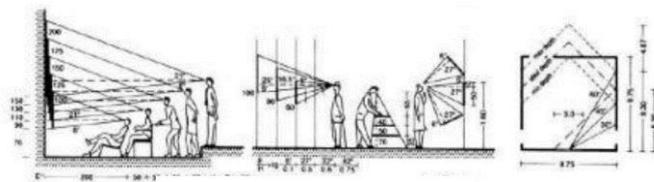
Merupakan pengunjung yang berasal dari semua kalangan, Pengunjung domestik maupun mancanegara, baik para *difable* maupun orang normal,

Aktifitas :

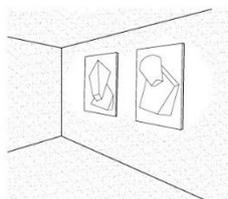
- konsultasi pememesanan salah satu subsektor industri kreatif tertentu, pemilihan desain dan bahan, fiksasi desasin, melakukan transaksi jual beli.
- Melakukan pemilihan terhadap barang pasar seni,
- Melakukan transaksi jual beli

II.2. Spesifikasi Ruang dan Studi Antropometri

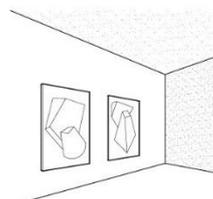
AREA	GAMBAR
<p>Fasilitas Edukasi :</p>	 <p>Isometric views of workshop workstations labeled 1 through 7. Detailed anthropometric diagrams showing dimensions for workstation heights and clearances. A legend for workstation types: 1 - Meja kerja, 2 - Meja belajar, 7 - Meja belajar dengan rak buku/kabinet dan dua kursi B. Tumbang, 4 - Meja pameran.</p> <p>Dimensions for workstation heights: 7.50 m → (1), 6.25 m → (2), 6.60 m → (2), 3.75 m → (2).</p>
<p>Ruang Seminar</p>	 <p>Floor plans showing the layout of the seminar room with seating arrangements. A 3D perspective view of the room with a 'VIEWING AREA' indicated. A scale bar is provided at the bottom left.</p>
<p>Ruang Pameran</p>	 <p>Detailed floor plan of the exhibition space with numbered rooms. A section view labeled 'Potongan A-A' is shown. A legend for room types: 1 - Permeran, 2 - Ruang baca, 3 - Ruang caranman, 4 - Ruang kas, 5 - Grafik, 6 - Jalan menuju museum, 7 - Galeri, 8 - Kios/pemilik restoran, 9 - Riser, 10 - Palka, 11 - Krim, 12 - Tempat kertas, 13 - Sudek pemolehan, 14 - Studio.</p> <p>Section view: Potongan A-A, Potongan atap dengan 53° isipisan kaca.</p>



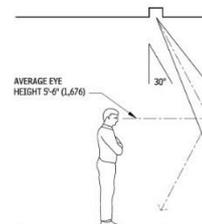
GALLERY LIGHTING
9.223



NONUNIFORM ACCENT LIGHTING FOR ARTWORK

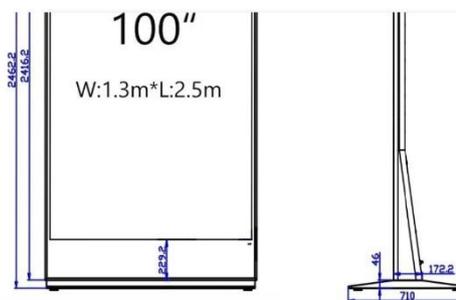
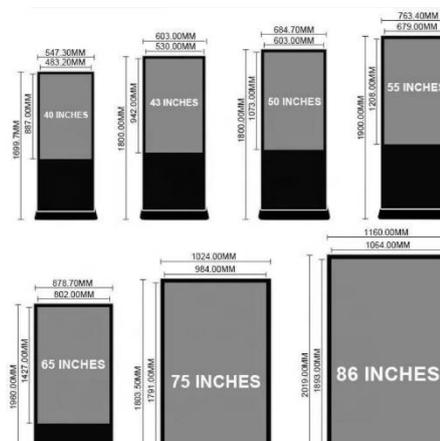


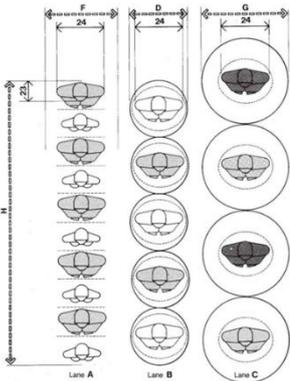
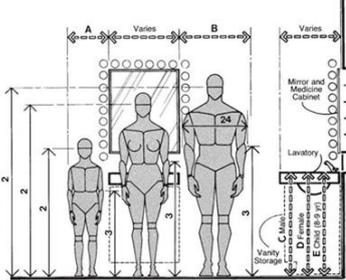
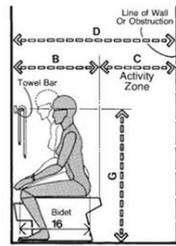
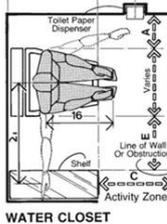
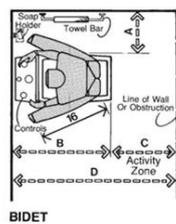
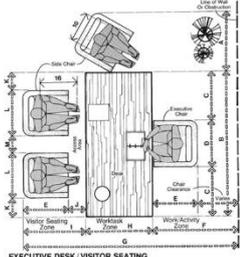
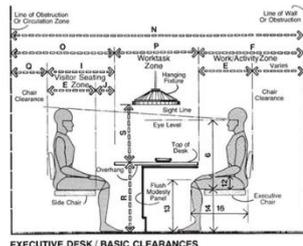
UNIFORM WALL WASHING FOR ARTWORK



OPTIMUM AIMING ANGLES

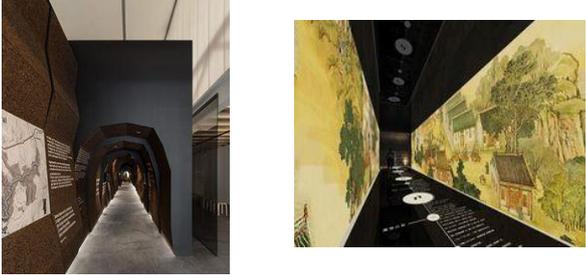
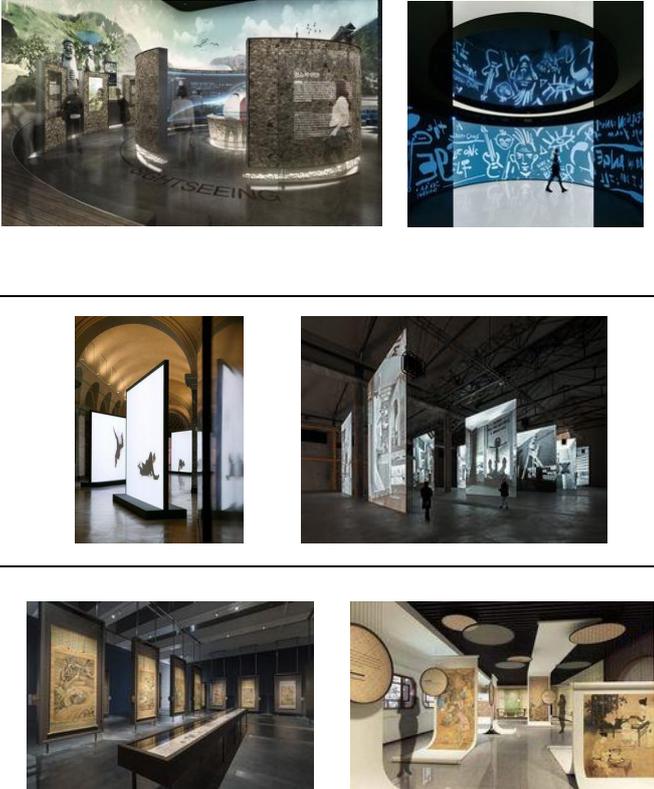
Source: Gary Gordon and James L. Nuckolls, *Interior Lighting for Designers*, 3rd ed., John Wiley & Sons, New York, 1995.



<p>Area Tiket</p>	 <p>QUEUE LINES / COMPARATIVE DENSITIES</p>
<p>Toilet</p>	 <p>LAVATORY / GENERAL ANTHROPOMETRIC CONSIDERATIONS</p>  <p>WATER CLOSET</p>  <p>BIDET</p>  <p>WATER CLOSET</p>  <p>BIDET</p>
<p>Kantor</p>	 <p>EXECUTIVE DESK / VISITOR SEATING</p>  <p>EXECUTIVE DESK / BASIC CLEARANCES</p>

TABEL 2 Studi Antropometri

II.3. Studi *Image* Terkait Gagasan Awal perancangan

KETERANGAN RUANG	GAMBAR
Area transisi pameran	
Area pameran	



Area workshop



Area komersil	
Area lobi	

TABEL 3 Studi Image

II.3.1 Studi Pengayaan Gaya Desain Interior Futuristik

Kata "Futuristik" sendiri mengacu pada sesuatu yang erat kaitannya dengan masa depan dan penggunaan teknologi yang canggih. Gaya arsitektur futuristik mulai berkembang pada awal abad ke-20 dan terus berevolusi hingga sekarang, seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan estetika. Desain futuristik dikenal karena keberaniannya dalam mengeksplorasi bentuk-bentuk yang inovatif, sering kali memadukan elemen-elemen organik dan geometris yang dinamis. Ini adalah gaya yang mengutamakan keseimbangan antara bentuk dan fungsi, dengan perhatian mendalam pada bagaimana ruang dapat digunakan secara efisien dan estetis dalam menghadapi tantangan masa depan.

Desain interior futuristik memiliki ciri khas yang mencerminkan modernitas dan inovasi. Karakteristik utamanya meliputi penggunaan bentuk geometris dan asimetris yang menciptakan tampilan dinamis dan unik. Material yang dipilih, seperti kaca transparan, logam berkilau, beton ekspos, dan plastik atau akrilik, menambah kesan bersih dan teknologi tinggi. Pencahayaan inovatif, seperti LED yang dapat diatur warnanya dan pencahayaan tersembunyi, tidak hanya berfungsi secara praktis tetapi juga menciptakan efek visual yang dramatis.

Palet warna minimalis yang dominan, seperti hitam, putih, abu-abu, dan aksen warna metalik, memperkuat kesan modern. Furnitur futuristik sering kali memiliki bentuk ramping dan fungsional dengan bahan yang inovatif, kadang terlihat melayang atau terintegrasi dengan teknologi. Teknologi terintegrasi, seperti sistem otomatisasi dan layar interaktif, menambah dimensi modern dan canggih pada ruang.

Desain ini juga menekankan ruang terbuka dan fleksibel dengan sedikit pembatasan, memberikan kesan lapang dan adaptif. Permukaan yang halus dan bersih, serta estetika minimalis, menghindari dekorasi berlebihan, fokus pada bentuk dan fungsi. Elemen interaktif dan dinamis, seperti dinding yang dapat berubah warna atau permukaan yang bereaksi terhadap sentuhan, meningkatkan keterlibatan dan pengalaman pengguna. Semua elemen ini bekerja bersama untuk menciptakan ruang yang tidak hanya modern dan elegan, tetapi juga memberikan pengalaman yang berkesan dan inovatif.

II.3.2 Psikologi Warna

Setiap objek di alam semesta memiliki warna yang berfungsi sebagai ciri khas atau identitasnya. Warna ini dapat muncul dari pantulan cahaya atau hasil dari desain yang disengaja. Pada dasarnya, warna tercipta ketika cahaya mengenai permukaan suatu benda, dan warna tersebut dapat mempengaruhi kesan yang ditinggalkan pada orang yang melihatnya. Berikut adalah beberapa karakteristik umum dari warna-warna tertentu:

- **Hitam:** Warna hitam adalah warna yang paling gelap dan sering menimbulkan kesan misterius, elegan, atau mendalam secara emosional. Namun, hitam juga dapat memberikan asosiasi negatif seperti kematian, ketakutan, dan kesedihan.
- **Putih:** Warna putih biasanya memberikan kesan yang bersih, simpel, dan minimalis. Ini sering diartikan sebagai simbol kesucian, keringanan, dan ruang yang luas.

- Abu-abu: Abu-abu adalah warna netral yang menyiratkan kestabilan dan keseimbangan. Meskipun demikian, abu-abu juga dapat memberikan kesan kekurangan semangat, kebosanan, atau tampak dingin dan kurang hidup.
- Merah: Merah adalah warna yang kuat dan berani, sering dikaitkan dengan semangat, kehangatan, dan agresivitas. Ini dapat meningkatkan reaksi emosional dan menciptakan dampak yang kuat.
- Kuning: Kuning adalah warna cerah yang merangsang aktivitas mental dan menimbulkan kesan ceria. Namun, kuning juga dapat mengindikasikan kewaspadaan. Warna ini sering diasosiasikan dengan kebahagiaan, kreativitas, dan toleransi.
- Hijau: Hijau, yang biasanya diasosiasikan dengan alam, memberikan rasa ketenangan dan kesegaran. Warna ini dapat membantu meredakan stres dan menciptakan suasana yang nyaman dan rileks.
- Biru: Biru memberikan kesan yang sejuk dan menenangkan, terutama jika dalam nuansa yang lebih ringan. Biru tua, di sisi lain, sering dianggap sebagai simbol kecerdasan dan profesionalisme. Biru dapat meningkatkan rasa percaya diri, konsentrasi, dan keseriusan.

Warna dramatis

Warna dramatis merujuk pada warna-warna yang sangat intens, berani, dan mencolok dalam spektrum warna. Biasanya, warna-warna ini memiliki kekuatan visual yang kuat dan dapat menarik perhatian dengan segera. Contoh warna dramatis termasuk merah ruby, ungu tua, hijau zamrud, dan biru safir. Warna-warna ini sering digunakan untuk menciptakan titik fokus, memberikan kontras yang tajam, dan menambahkan energi serta kedalaman pada desain.

Psikologi warna dramatis mempelajari bagaimana warna-warna yang mencolok dan intens mempengaruhi perasaan, suasana hati, dan perilaku manusia. Warna-warna ini sering kali memiliki dampak emosional yang kuat dan dapat memengaruhi bagaimana seseorang merespons dan berinteraksi dengan lingkungan mereka. Berikut adalah beberapa aspek psikologi warna dramatis:

1. Menghadirkan Energi dan Aktivitas:

Merah: Warna ini sering dikaitkan dengan energi tinggi, gairah, dan semangat. Merah dapat meningkatkan detak jantung dan tekanan darah, serta merangsang rasa urgensi atau kemarahan. Ini membuatnya efektif untuk menarik perhatian dan memberikan dorongan semangat.

Oranye: Menyampaikan rasa antusiasme, kreativitas, dan kehangatan. Oranye sering digunakan untuk menciptakan suasana yang dinamis dan mengundang interaksi sosial.

2. Menambah Kesan Mewah dan Elegan:

Ungu: Sering dikaitkan dengan kemewahan, kekuatan, dan keanggunan. Warna ini dapat menambah nuansa eksklusif dan misterius dalam desain, menciptakan atmosfer yang elegan dan penuh imajinasi.

Emas: Menyiratkan kekayaan, prestise, dan keberhasilan. Emas memberikan sentuhan kemewahan dan eksklusivitas yang dapat memperkuat kesan mewah dalam desain.

3. Menciptakan Fokus dan Daya Tarik:

Biru Safir: Memberikan kesan ketenangan, kepercayaan diri, dan kecerdasan. Dalam desain, biru safir dapat menciptakan titik fokus yang menonjol tanpa mengurangi ketenangan.

Hijau Zamrud: Menyiratkan kealamian, ketenangan, dan keanggunan. Hijau zamrud dapat menciptakan pusat perhatian yang menyegarkan dan mewah.

4. Memunculkan Emosi yang Mendalam:

Merah: Selain merangsang semangat, merah juga dapat memicu perasaan agresif atau kemarahan, tergantung pada intensitas dan konteks penggunaannya.

Hitam: Menyampaikan kekuatan, misteri, dan keanggunan, tetapi juga dapat menimbulkan perasaan kesedihan atau kematian. Hitam sering digunakan untuk menambah kedalaman dan dramatisasi dalam desain.

5. Memberikan Kontras dan Dimensi:

Warna dramatis sering digunakan untuk menciptakan kontras yang tajam dengan warna-warna netral atau pastel. Kontras ini tidak hanya menambah dimensi visual tetapi juga memperjelas elemen-elemen penting dalam desain, menjadikannya lebih menonjol dan menarik.

6. Mempengaruhi Psikologi Ruang:

Warna dramatis dapat mempengaruhi bagaimana seseorang merasakan dan berinteraksi dengan ruang. Misalnya, dinding berwarna merah di ruang makan dapat meningkatkan nafsu makan dan interaksi sosial, sementara warna biru yang dalam di ruang kerja bisa meningkatkan fokus dan produktivitas.

Secara keseluruhan, warna dramatis memiliki kekuatan untuk memengaruhi suasana hati dan perilaku dengan cara yang signifikan. Dengan memahami efek psikologis dari warna-warna ini, desainer dapat menciptakan ruang yang tidak hanya estetis tetapi juga mendukung pengalaman emosional dan fungsional yang diinginkan.

II.4. Studi Banding 1 “Redmiller Experience” (Grey Art Gallery)



GAMBAR 29

Seni Ilustrasi Kartunis Redmiller

II.4.1 Lokasi Studi Banding

Red Miller *Experience Grey Art Gallery* Bandung ini terletak di Jl. Braga No.47, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

II.4.2 Deskripsi singkat

Redmiller Experience: Behind Those Eyes, ini merupakan salah satu pameran tunggal dari seniman Peter Rhian asal Bandung,

Peter mengenalkan kembali karakter Redmiller Blood dalam karyanya. Karya dengan subyek sosok cilik menggemaskan berciri lelehan air mata ini menyimpan pesan soal isu kesehatan mental.

“*Behind Those Eyes*” mencitrakan perubahan ragam topeng manusia yang didesak menyesuaikan dengan berbagai lingkungan, supaya citranya terjaga dan bisa diterima sekelilingnya.

Melalui “*Behind Those Eyes*,” pengunjung diajak untuk merasakan pengalaman menyenangkan dengan menelusuri warna warni neon yang indah. Dengan tata karya dan cahaya ini diharapkan bisa meningkatkan publik akan pentingnya menjaga kesehatan mental.

II.4.3 Seniman

Peter Rhian Gunawan, merupakan seniman kelahiran Bandung, 10 Oktober 1981. Peter menempuh studi sarjana dan pascasarjana Desain Komunikasi Visual di Institut Teknologi Bandung.

Saat ini Peter diwakili beberapa galeri dan agensi seni mulai dari *Circle of None* untuk area Amerika Serikat dan Eropa, *All About Art Gallery* untuk area Singapura, dan *LAC Space* untuk area Cina. Peter juga tergabung dalam Cross Studio Asia. Peter juga telah banyak berpameran di tingkat nasional dan internasional,

II.4.4 Alur Kunjungan

RUANG & FASILITAS	DOKUMENTASI	KETERANGAN
-------------------	-------------	------------

<p>Area pertama <i>(Chaotic Garden)</i></p>	 <p>GAMBAR 30 3D Redmiller Blood</p>	<p>Ruang Pertama, pengunjung berhadapan dengan tekanan sosial atau <i>peer pressure</i> yang dihadapi Redmiller Blood. Kita menyaksikan Redmiller Blood mengorbankan kesehatan mentalnya hanya untuk diterima dan dicintai oleh belantara warna yang mungkin tak pernah sungguh-sungguh mencintainya, la seakan terjebak di dalam mimpi tanpa pernah tahu ada pilihan untuk bangun.</p>
<p>Area Shadow Me</p>	 <p>GAMBAR 31 Area Show Me</p>	<p>Berikutnya, pengunjung dibawa menyelami jiwa Redmiller Blood. Pada lapis-lapis kepribadiannya, pengunjung mendapati sosok yang diam-diam damba diterima, dicintai, dan diberi kenyamanan. Kita pun menjumpai ketakutan, kemarahan, dan luka-luka</p>
<p>Area The Sanctuary</p>	 <p>GAMBAR 32 3d Character Redmiller Blood</p> 	<p>Mata Redmiller Blood merepresentasikan jalan menuju jiwamu dan jiwaku. Memasuki dan menelusurinya menuntun kita mengenali batin kita sendiri, memahami apa yang sungguh penting, dan menemukan siapa kita sebagai individu mandiri. Kita lebih luas daripada belantara warna di sekitar kita.</p>

<p>Area Interactive “Note Your Self”</p>	 <p>GAMBAR 33 Note To MySelf</p>	<p>Pada area ini pengunjung dibelikan kebebasan untuk menuliskan apapun, dengan media pena yang menyala dalam kegelapan.</p>
<p>Area Coffee Shop</p>	 <p>GAMBAR 34 Area Coffee Shop</p>	<p>Area <i>Coffe Shop</i> yang masih dengan tema dan suasana yang sama, area ini dijadikan juga untuk acara <i>give a way</i> atau <i>talk show</i></p>
<p>Area Mrchesndise dan Photo Booth</p>	 <p>GAMBAR 35 Area Photobooth</p>	<p>Pada area ini terdapat <i>Marchandise</i> yang menjual pakaian, aksesori dan lainnya, dengan gambar ilustrasi Redmiller Blood yang khas, Selain itu, terdapat juga area <i>Photo Booth</i> dengan latar dan Frame yang mengilustrasikan Redmiller Blood</p>

TABEL 4 Alur Kunjungan Redmiller Exhibition (Grey Art Gallery)

II.4.5 Jam Operasional dan Harga Tiket

WAKTU	HARGA TIKET
10.00 – 20.00 WIB (<i>Weekday</i>)	Rp. 25.000.00
10.00 – 20.00 WIB (<i>Weekend</i>)	Rp. 35.000.00

TABEL 5 Jam Operasional dan Harga Tiket

II.5. Studi Banding 2 (*Bandung Creative Hub*)



GAMBAR 36 Gedung Bandung Creative Hub
Sumber: Internet

II.5.1 Lokasi Studi Banding

Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271

II.5.2 Deskripsi singkat

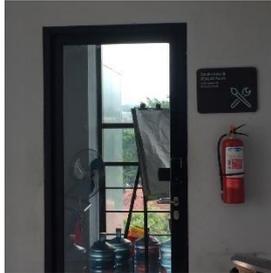
Bandung *Creative Hub* merupakan sebuah gedung dengan arsitektur unik dengan fasad berwarna warni, gedung ini dirancang sebagai wadah untuk mengembangkan kreativitas, edukasi, dan laboratorium untuk berbagai sektor ekonomi kreatif. Dengan menyediakan berbagai sarana dengan lengkap, akan memudahkan anak muda untuk lebih berkreasi.

II.5.3 Alur Kunjungan

Fasilitas	Bandung Creative Hub	
	Dokumentasi	Fungsi
Area entrance		Pengunjung datang dan masuk dari area entrance, melewati area working space
Area informasi		Di area ini pengunjung bisa menanyakan informasi mengenai fasilitas yang tersedia. Selain itu untuk tahap registrasi setelah proses booking bisa di lakukan di area informasi ini

<p>Fasad</p>		<p>Bangunan pusat kreatif Bandung memiliki fasad yang <i>iconic</i> sehingga orang yang melewatinya tertarik untuk mengetahuinya.</p>
<p>Area co-working space</p>		<p>Pengunjung bisa menggunakan area ini secara bebas, karena fasilitas ini merupakan fasilitas umum dan bisa digunakan tanpa proses registrasi atau booking.</p>
<p>Area Perpustakaan</p>		<p>Pengunjung bisa membaca buku atau mengerjakan tugas atau pekerjaan di area ini dengan duduk di area meja dan kursi, atau di meja yang berada di lantai dengan lesehan. Terdiri dari rak buku, meja dan kursi, meja lesehan, area computer untuk perpustakaan digital.</p>
<p>Fasilitas Auditorium</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Auditorium yang disewakan oleh Bandung Creative Hub dapat digunakan oleh publik. Biasanya digunakan untuk seminar, karya seni, dan acara lainnya. - Kapasitas di auditorium ini memiliki kapasitas untuk 150 orang - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
<p>Studio Tari</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Pusat Kreatif Bandung memiliki Ruang Tari yang dapat disewa untuk umum. - Fasilitas yang di berikan berupa

		<p>ruangan yang luas dengan kaca besar dan peredam suara di dalam ruangan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya
<p>Ruang Kelas</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Pengunjung yang ingin menyewa ruang kelas untuk kegiatan tertentu, seperti <i>workshop</i>, juga dapat menyewa ruang kelas di Bandung Creative Hub. - Bandung Creativ Hub memiliki 4 kelas - Fasilitas yang tersedia berupa kursi, papan infokus, dan meja. - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
<p>Studio Fashion</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Ruang fashion di Bandung Creative Center dapat disewa oleh desainer atau pengunjung untuk mengadakan kegiatan fashion apapun. - Fasilitas yang tersedia di ruang fashion ini berupa meja yang dilengkapi mesin jahit, kursi, dan area catwalk. - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.

<p>Studio game, animasi, dan rendering</p>		<p>Studio ini memberikan fasilitas untuk pengunjung yang ingin mengadakan pelatihan atau workshop seputar pembuatan animasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas yang tersedia di studio ini berupa computer, meja kursi, dan infocus. - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
<p>Studio Musik</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Studio music ini berada di basement Gedung BCH, yang memiliki fasilitas berupa beberapa alat music, perekam suara, dan sound system. - Kegiatan yang bisa dilakukan di studio ini selain bisa untuk berlatih bermain music, bisa juga untuk merekam video music, merekam lagu, dan membuat podcast. - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
<p>Studio Kriya</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Studio kriya merupakan fasilitas yang mewadahi untuk komunitas melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan seni kriya, seperti melukis, dan membuat kerajinan - Fasilitas yang tersedia di ruang studio Kriya, meja dan kursi, stand Lukis - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.

Studio foto		<p>Fasilitas studio foto bisa di gunakan oleh pengunjung atau suatu komunitas untuk memfoto sebuah produk maupun di jadikan galeri pameran foto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
Area pameran		<ul style="list-style-type: none"> - Pengunjung dapat melihat pameran jika sedang di adakan pameran - Pengunjung bisa membuat atau menggelar pameran di area exhibition - Pengunjung bisa membuat acara yang membutuhkan area yang besar - Untuk menggunakan fasilitas ini bisa menghubungi pihak BCH terlebih dahulu untuk melihat ketersediaannya.
Wood Working	-	-
Cafetaria	-	-
Pencahayaann	Pencahayaann alami (sinar matahari pada siang hari) lebih dominan karena terdapat banyak bukaan jendela mati sebagai sumber cahaya. Pencahayaann buatan yang terdapat didalam ruangan (sinar lampu). General lighting berupa lampu down light.	
Pencahayaann	Pengkawaann alami dari bukaan yang ada di area dekat entrance. Pengkawaann buatan menggunakan AC central split dan AC split.	
Pengkawaann	Pengkawaann alami dari bukaan lebih dominan.Pengkawaann buatan menggunakan AC central split dan AC split.	
Keamanan	Terdapat CCTV, fire sprinkle, dan pemadam kebakaran darurat.	
Estetika desain	<ul style="list-style-type: none"> - Furniture di buat senyaman mungkin dengan mengedepankan ergonomi, agar membuat pengunjung merasa nyaman saat menggunakan fasilitas yang ada di sana. - Gubahan yang di rancang mengutamakan sirkulasi pengunjung dalam beraktifitas di dalam Gedung tersebut. - Bahan material yang digunakan di dominasi oleh kayu, yang bertujuan untuk mempertahankan kekuatan. 	

	Estetika fasad yang di buat semenarik mungkin, yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung.
--	--

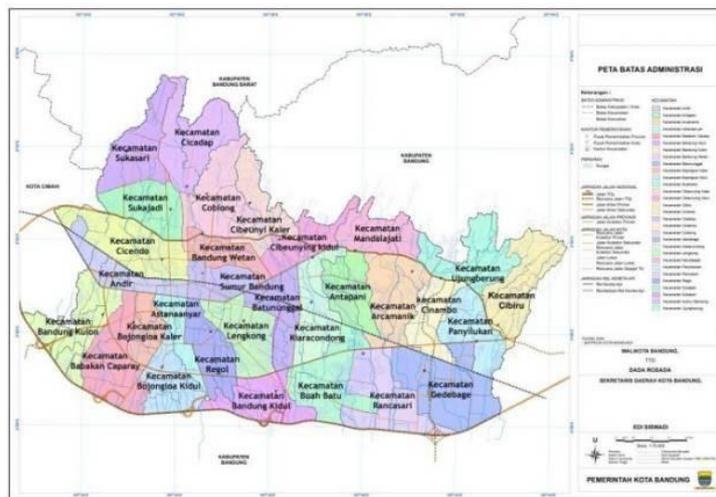
TABEL 6 Alur Kunjungan Bandung Crrative Hub Sumber : Abhista 2024

II.5.4 Jam Operasional

WAKTU
08.00 – 21.00 WIB (<i>Weekday</i>)
08.00 – 21.00 WIB (<i>Weekend</i>)

TABEL 7 Jamoperasional

II.6. Studi Site



GAMBAR 37 Peta Bandung

Secara geografis, Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota Bandung sendiri terletak di antara 1070 - 430 Lintang Timur dan 6° 00 - 6P 20 Lintang Selatan. Kota Bandung terletak di ketinggian 768 meter di atas permukaan laut. Dengan titik tertinggi di daerah Utara dengan ketinggian 1050 MDPL dan Titik terendah 675 MDPL di sebelah Selatan.

Kota Bandung juga merupakan sebuah kota sekaligus menjadi ibu kota provinsi di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota Bandung juga merupakan kota terbesar keempat di Indonesia, setelah Jakarta, Kota Surabaya, dan Kota Medan.

Selain kondisi suhu yang sejuk, menjadikan Bandung menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak diminati. Bandung juga merupakan salah satu kota dengan banyaknya Pusat Pendidikan yang dijadikan pilihan oleh Masyarakat Indonesia.

Kondisi Topografi Kota Bandung terletak pada ketinggian 700 m di atas permukaan laut (dpl). Titik tertinggi di kelurahan Ledeng kecamatan Cicadap dengan ketinggian 892 m dpl, dan titik terendah berada di Kelurahan Rancanumpang Kecamatan Gedebage dengan ketinggian 666 m dpl. Wilayah yang dikelilingi oleh pegunungan membentuk Kota Bandung menjadi semacam cekungan.



GAMBAR 38 Rencana Tapak

Rencana tapak untuk fasilitas Gallery Ilustrasi ini terletak di Jl. Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124.