



TUGAS AKHIR - RA.141581

PUSAT KREASI VIDEO DI SURABAYA

WARDAH
0811134000066

DOSEN PEMBIMBING:
IR. ANDY MAPPA JAYA, MT.

Departemen Arsitektur
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2019



TUGAS AKHIR - RA. 141581

PUSAT KREASI VIDEO DI SURABAYA

WARDAH
0811134000066

Dosen Pembimbing
Ir. ANDY MAPPA JAYA, MT.

Departemen Arsitektur
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2019

LEMBAR PENGESAHAN

PUSAT KREASI VIDEO DI SURABAYA



Disusun oleh :

WARDAH

NRP : 0811134000066

Telah dipertahankan dan diterima
oleh Tim penguji Tugas Akhir RA.141581
Departemen Arsitektur FADP-ITS pada tanggal 9 Januari 2019
Nilai : BC

Mengetahui

Pembimbing

Ir. Andy Mappa Java, MT.
NIP. 196704301994021001

Kaprodi Sarjana

Defry Agatha Ardianta, ST., MT.
NIP. 198008252006041004



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

N a m a : Wardah

N R P : 08111340000066

Judul Tugas Akhir : Pusat Kreasi Video di Surabaya

Periode : Semester Gasal Tahun 2018/2019

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat adalah hasil karya saya sendiri dan benar-benar dikerjakan sendiri (asli/orisinal), bukan merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain. Apabila saya melakukan penjiplakan terhadap karya mahasiswa/orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang akan dijatuhkan oleh pihak Departemen Arsitektur FADP - ITS.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran yang penuh dan akan digunakan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Tugas Akhir RA.141581

Surabaya, 1 Februari 2019

Yang membuat pernyataan



Wardah

NRP. 08111340000066

PUSAT KREASI VIDEO DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Wardah
NRP Mahasiswa : 08111340000066
Dosen Pembimbing : Ir. Andy Mappa Jaya, MT.

ABSTRAK

Perkembangan internet di Indonesia yang semakin pesat mempengaruhi cara orang berkreasi dan bekerja, salah satunya dengan menjadi kreator video digital. Terjadilah interaksi sosial melalui dunia maya dan para kreator tersebut akhirnya menjadi panutan bagi para penikmat karyanya. Keinginan untuk bertemu dan melakukan kontak sosial dengan tatap muka langsung pun menjadi kebutuhan. Selain itu, timbul pula kebutuhan kolaborasi antara para kreator. Interaksi sosial yang mencakup hubungan antara kreator dan penikmat karya serta antarkreator ini bisa difasilitasi melalui sebuah Pusat Kreasi Video, sebab sebuah arsitektur bisa mempengaruhi tingkah laku penggunanya, termasuk dalam hal interaksi sosial.

Edward Hall (1963) berpendapat bahwa ruang personal adalah suatu jarak berkomunikasi, yang terbagi menjadi jarak intim, jarak personal, jarak sosial, dan jarak publik. Jarak komunikasi ini bisa menjadi acuan dalam pemrograman ruang yang memadankan ruang dengan kebutuhan jarak komunikasi di dalamnya.

Metode yang digunakan adalah dengan menganalisa berbagai preseden untuk mendapatkan hubungan antarruang dalam sebuah *coworking space* dan pusat komunitas. Metode Kontekstualisme digunakan terutama dalam aspek formal, dengan merespon bentuk tapak dan lingkungan sekitar.

Pusat Kreasi Video di Surabaya memiliki bentuk yang mengikuti pola lingkaran, dengan ruang terbuka di pusat lingkaran tersebut berfungsi sebagai ruang komunitas berupa amfiteater. Bentuk ini memungkinkan pengguna mendapat akses visual yang luas ke dalam lingkungan bangunan. Kekurangannya, bentuk fasad kurang serasi dengan lingkungan sekitarnya, sehingga perlu penambahan elemen naungan yang menyesuaikan dengan lingkungan, namun bersifat transparan.

Kata Kunci : interaksi sosial, kontekstualisme, produksi video

VIDEO CREATION CENTER IN SURABAYA

Nama Mahasiswa : Wardah
NRP Mahasiswa : 0811134000066
Dosen Pembimbing : Ir. Andy Mappa Jaya, MT.

ABSTRACT

The development of the internet in Indonesia is increasingly fast influencing the way people create and work, one of them by becoming a digital video creator. There was social interaction through cyberspace and the creators finally became role models for connoisseurs of his work. The desire to meet and make social contact face-to-face also becomes a necessity. There is also a need for collaboration between one creator and another. Social interaction that includes the relationship between creators and connoisseurs of the work as well as the creators can be facilitated through a Video Creation Center, because an architecture can influence the behavior of its users, including social interaction.

Edward Hall (1963) argues that personal space is a communication distance, which is divided into intimate distance, personal distance, social distance, and public distance. This communication distance can be a reference in space programming that matches spaces with the communication distance required in them.

The method used is to analyze various precedents to get space relationships in a coworking space and community center. The Contextualism method is used mainly in the formal aspect, by responding to the shape of the site and the surrounding environment.

The Video Creation Center in Surabaya has a shape that follows a circular pattern, with open space at the center of the circle serving as a community space in the form of an amphitheater. This form allows users to get extensive visual access into the building environment. The disadvantage is that the facade shape is not in harmony with the surrounding environment, so it needs additional shade elements that are compatible with the environment, but are transparent.

Key Words : social interaction, contextualism, video production

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK _____	i
ABSTRACT _____	ii
DAFTAR ISI _____	iii
DAFTAR GAMBAR _____	iv
DAFTAR TABEL _____	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang _____	1
1.2 Isu dan Konteks Desain _____	3
1.3 Permasalahan dan Kriteria Desain _____	5
BAB 2 PROGRAM DESAIN	
2.1 Rekapitulasi Program Ruang _____	9
2.2 Deskripsi Tapak _____	19
BAB 3 PENDEKATAN DAN METODA DESAIN	
3.1 Pendekatan Desain _____	27
3.2 Metoda Desain _____	29
BAB 4 KONSEP DESAIN _____	33
BAB 5 DESAIN _____	35
BAB 6 KESIMPULAN _____	57
DAFTAR PUSTAKA _____	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Indonesia Negara Pengguna Internet Terbesar Ketiga (kominfo.go.id)	1
Gambar 1.2	Tampilan Platform untuk Kreator Digital (youtube.com)	2
Gambar 1.3	Diagram Gary Moore (Wisconsin Architect)	2
Gambar 2.1	Proses Pembuatan Video (Effendy)	9
Gambar 2.2	Proses Produksi Video Digital (Youtube.com)	9
Gambar 2.3	Penggabungan Proses Produksi Video Menurut Effendy dan Youtube	10
Gambar 2.4	Penyesuaian Proses Pembuatan Video dengan Ruang yang Mewakili	10
Gambar 2.5	Diagram Hubungan Antarruang Coworking Space (Dokumentasi Pribadi)	16
Gambar 2.6	Diagram Hubungan Antarruang Studio (Dokumentasi Pribadi)	16
Gambar 2.7	Diagram Hubungan Antarruang Perkantoran (Dokumentasi Pribadi)	17
Gambar 2.8	Diagram Hubungan Antarruang Fasilitas Edukasi (Dokumentasi Pribadi)	17
Gambar 2.9	Diagram Hubungan Area Komersial (Dokumentasi Pribadi)	18
Gambar 2.10	Diagram Hubungan Area Komersial (Dokumentasi Pribadi)	18
Gambar 2.11	Tapak (Google Maps)	19
Gambar 2.12	Peruntukan Tapak (petaperuntukan.surabaya.go.id/cktr-map/)	20
Gambar 2.13	Dimensi Tapak (Dokumentasi Pribadi)	20
Gambar 2.14	Analisa Kebisingan pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	21
Gambar 2.15	Analisa View pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	22
Gambar 2.16	Analisa Peraturan pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	22
Gambar 2.17	Analisa Sirkulasi pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	23
Gambar 2.18	Analisa View pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	23
Gambar 2.19	Analisa Arah Angin pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	24
Gambar 2.20	Analisa View pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	24

Gambar 2.21	Analisa View pada Tapak (Dokumentasi Pribadi)	25
Gambar 3.1	Ilustrasi Hubungan antara Kreator dan Penikmat Karyanya (Dokumentasi Pribadi)	28
Gambar 3.2	Ilustrasi Hubungan yang Diharapkan antara Kreator dan Penikmat Karyanya (Dokumentasi Pribadi)	28
Gambar 3.3	Denah YouTube Space Los Angeles (www.youtube.com/yt/space/losangeles-facilities.html)	29
Gambar 3.4	Fasilitas di YouTube Space Los Angeles (www.youtube.com/yt/space/losangeles-facilities.html)	30
Gambar 3.5	Diagram Hubungan Antarruang Youtube Space LA (Dokumentasi Pribadi)	31
Gambar 3.6	Johanneberg Science Park (ArchDaily)	31
Gambar 3.7	Zonasi secara Vertikal Johanneberg Science Park (Dokumentasi Pribadi)	32
Gambar 3.8	Tampak Existing Jalan Tunjungan (Dokumentasi Pribadi dan Google Maps)	32
Gambar 4.1	Ilustrasi Konsep Produce & Play (Dokumentasi Pribadi)	33
Gambar 4.2	Ilustrasi Konsep Produce & Play (Dokumentasi Pribadi)	34
Gambar 4.3	Ilustrasi Konsep Keterbukaan (Dokumentasi Pribadi)	34
Gambar 5.1	Site Plan (Dokumentasi Pribadi)	35
Gambar 5.2	Layout Plan (Dokumentasi Pribadi)	36
Gambar 5.3	Denah Lantai 1 (Dokumentasi Pribadi)	37
Gambar 5.4	Denah Lantai 2 (Dokumentasi Pribadi)	38
Gambar 5.5	Denah Lantai 3 (Dokumentasi Pribadi)	39
Gambar 5.6	Tampak Bangunan (Dokumentasi Pribadi)	40
Gambar 5.7	Perspektif (Dokumentasi Pribadi)	41
Gambar 5.8	Perspektif (Dokumentasi Pribadi)	42
Gambar 5.8	Perspektif (Dokumentasi Pribadi)	43
Gambar 5.9	Sirkulasi (Dokumentasi Pribadi)	44
Gambar 5.10	Struktur (Dokumentasi Pribadi)	45
Gambar 5.11	Denah Air Bersih Lantai 1 (Dokumentasi Pribadi)	46
Gambar 5.12	Denah Air Bersih Lantai 2 (Dokumentasi Pribadi)	47

Gambar 5.13 Denah Air Bersih Lantai 3 (Dokumentasi Pribadi) _____	48
Gambar 5.14 Denah Air Bersih Lantai Atap (Dokumentasi Pribadi) _____	49
Gambar 5.15 Denah Air Kotor Lantai 1 (Dokumentasi Pribadi) _____	50
Gambar 5.16 Denah Air Kotor Lantai 2 (Dokumentasi Pribadi) _____	51
Gambar 5.17 Denah Air Kotor Lantai 3 (Dokumentasi Pribadi) _____	52
Gambar 5.18 Denah Elektrikal Lantai 1 (Dokumentasi Pribadi) _____	53
Gambar 5.19 Denah Elektrikal Lantai 2 (Dokumentasi Pribadi) _____	54
Gambar 5.20 Denah Elektrikal Lantai 3 (Dokumentasi Pribadi) _____	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kriteria Desain _____	7
Tabel 2.1	Rekapitulasi Ruang Coworking Space _____	11
Tabel 2.2	Rekapitulasi Ruang Area Studio _____	12
Tabel 2.3	Rekapitulasi Ruang Perkantoran _____	12
Tabel 2.4	Rekapitulasi Ruang Area Komersial _____	13
Tabel 2.5	Rekapitulasi Ruang Kantor Administrasi _____	13
Tabel 2.6	Rekapitulasi Ruang Servis _____	14
Tabel 2.7	Rekapitulasi Ruang Pusat Kreasi Video _____	14

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era digital saat ini menyebabkan internet semakin mudah diakses. Akibatnya, jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi pengguna internet di Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada 2014 dan diperkirakan akan menduduki posisi ke-5 pengguna internet terbanyak di dunia pada tahun 2018 dengan jumlah pengguna 123 juta.

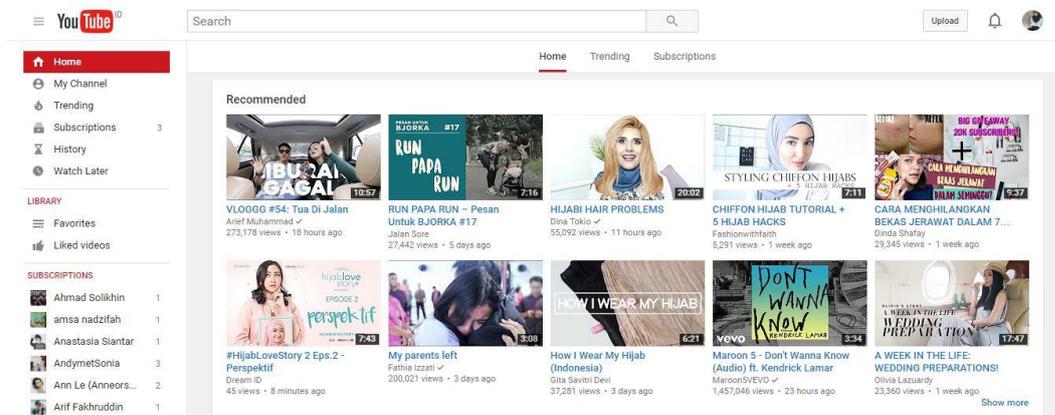
Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

Gambar 1.1 Indonesia Negara Pengguna Internet Terbesar Ketiga (Sumber: kominfo.go.id)

Jumlah yang besar ini pun diiringi dengan banyaknya *digital content creator* (kreator digital), yaitu individu atau sekelompok orang yang secara aktif mempublikasikan karya original mereka di platform digital, baik melalui tulisan, gambar, suara, maupun video. Menurut data dari Pew Research (cnnindonesia.com), dari total pengguna *online* di seluruh dunia, sebanyak 72% diantaranya gemar berkunjung ke layanan berbagi video seperti YouTube dan Vimeo. Sejak 2015, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah unggahan video YouTube terbesar se-Asia Pasifik. Data tahun 2016 menunjukkan, tak kurang dari 106 pengguna terdaftar YouTube (*YouTubers*) di Indonesia telah memiliki lebih dari 100.000 *subscribers* (pengikut), yang meningkat dari tahun sebelumnya yang berjumlah 40 *YouTubers*. Konten yang diunggah meliputi

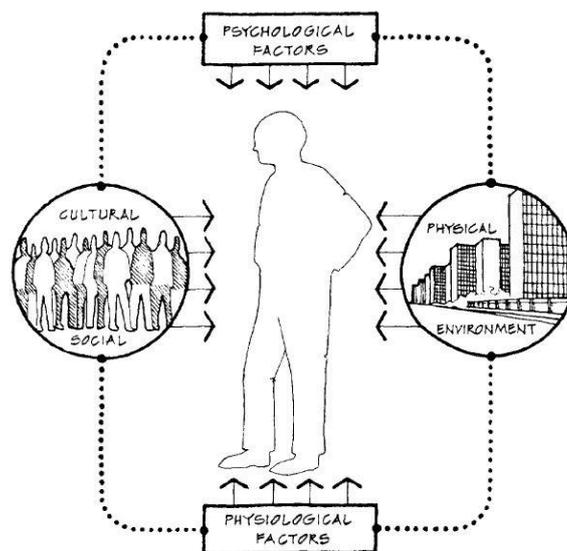
katagori musik, *entertainment*, dunia anak-anak, teknologi, otomotif, kecantikan, dan fesyen.



Gambar 1.2 Tampilan Platform untuk Kreator Digital (Sumber: youtube.com)

Banyaknya jumlah kreator digital yang berkarya lewat media video dan banyaknya jumlah penonton menimbulkan sebuah fenomena, di mana para kreator yang awalnya mengunggah video untuk kesenangan dirinya berubah menjadi seorang yang banyak dikenal dan memiliki penggemar. Para kreator lantas mengunggah video keseharian mereka untuk memunculkan kedekatan dengan penonton mereka. Beberapa kreator bahkan menyelenggarakan acara khusus agar bisa bertemu langsung dengan penontonnya. Artinya, muncul kebutuhan bagi penikmat konten digital untuk bertemu dengan para kreator dan berinteraksi secara langsung.

Gary T. Moore, dalam salah satu tulisannya, menjelaskan bahwa arsitek seharusnya memperhatikan kebutuhan pengguna (*need*), tingkah laku (*behavior*), sosial, budaya, dan peran rancangan arsitektur yang memengaruhi tingkah laku manusia. Jika arsitektur memang



Gambar 1.3 Diagram Gary Moore (Sumber: Wisconsin Architect, September 1979)

berhubungan erat dengan tingkah laku dan sosial penggunanya, berarti arsitektur dapat memicu terjadinya interaksi di kalangan kreator digital dan penggemarnya.

1.2 Isu dan Konteks Desain

Isu yang diangkat adalah mengenai interaksi sosial. Dalam KBBI Online (kbbi.web.id), interaksi adalah hal saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi; antarhubungan. Sementara itu, interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis antara orang perseorangan dan orang perseorangan, antara perseorangan dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok. Dalam hal ini, interaksi sosial yang dimaksud dapat berupa interaksi antara kreator digital dengan penggemar, antara sesama kreator digital, maupun antara penggemar.

Interaksi Sosial adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Pengertian Interaksi Sosial Menurut Para Ahli :

- Pengertian Interaksi Sosial Menurut Homans (dalam Ali, 2004: 87) mendefinisikan interaksi sebagai suatu kejadian ketika suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang terhadap individu lain diberi ganjaran atau hukuman dengan menggunakan suatu tindakan oleh individu lain yang menjadi pasangannya. Konsep yang dikemukakan oleh Homans ini mengandung pengertian bahwa interaksi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam interaksi merupakan suatu stimulus bagi tindakan individu lain yang menjadi pasangannya.
- Pengertian Interaksi sosial menurut Bonner (dalam Ali, 2004) merupakan suatu hubungan antara dua orang atau lebih individu, dimana kelakuan individu mempengaruhi, mengubah atau mempengaruhi individu lain atau sebaliknya.
- Pengertian Interaksi Sosial Menurut John Lewis Gillin "Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial dinamis yang menyangkut hubungan antarindividu, antara individu dan kelompok, atau antarkelompok."

Dalam kajian sosiologis, ada beberapa aturan mengenai interaksi sosial. Karl dan Yoels (1979) menyebutkan 3 jenis aturan dalam interaksi sosial, yaitu sebagai berikut:

- Aturan Mengenai Ruang. Karl & Yoels mendasarkan teorinya pada karya Edward T. Hall (1982) mengenai konsep jarak sosial. Menurut Hall, dalam situasi sosial orang cenderung menggunakan empat macam jarak, yaitu jarak intim (*intimate distance*), jarak pribadi (*personal distance*), jarak sosial (*social distance*), dan jarak publik (*public distance*). Pada jarak intim (sekitar 0-45 cm), terjadi keterlibatan intensif panca indera dengan tubuh orang lain. contoh, dua orang yang melakukan olah raga jarak dekat seperti sumo dan gulat. Apabila seseorang terpaksa berada pada jarak intim, seperti di dalam bus atau kereta yang penuh sesak, ia akan berusaha sebisa mungkin menghindari kontak tubuh dan kontak pandangan mata dengan orang di sekitarnya. Jarak pribadi (sekitar 45 cm – 1,22 m) cenderung dijumpai dalam interaksi antara orang yang berhubungan dekat, seperti suami-istri atau ibu dan anak. Pada jarak sosial (sekitar 1,22 m – 3,66 m), orang yang berinteraksi dapat berbicara secara wajar dan tidak saling menyentuh. Contoh, interaksi dalam pertemuan santai (dengan teman, guru, dan sebagainya). Interaksi di dalam rapat pekerjaan formal juga masuk ke dalam jarak ini. Sementara jarak publik (di atas 3,66 m) umumnya dipelihara oleh orang yang harus tampil di depan umum, seperti politisi dan aktor. Semakin besar jarak, semakin keras pula suara yang harus dikeluarkan. Kata dan kalimat semakin dipilih secara seksama.
- Aturan Mengenai Waktu. Waktu juga dapat mengatur interaksi, misalnya, di masyarakat yang kurang disiplin sering dijumpai ketiadaan orientasi waktu atau dikenal dengan istilah “jam karet”. Keterlambatan kedatangan bus, pesawat, kereta menjadi hal biasa. Tapi jika kondisi ini terjadi di negara maju, banyak aktivitas orang menjadi terganggu. Contoh lain, di masyarakat kita, keterlambatan seorang pembicara datang ke sebuah seminar bukanlah hal yang perlu dibesar-besarkan. Sementara itu di masyarakat Eropa seperti Inggris misalnya, pembicara ini akan dianggap sebagai orang yang tidak bertanggung jawab dan menghina majelis seminar.

- Aturan Mengenai Gerak Tubuh. Komunikasi non verbal merupakan bentuk komunikasi pertama bagi manusia. Komunikasi non verbal ini terkadang, disadari atau tidak, digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan dalam interaksinya dengan orang lain. Contoh: memicingkan mata, menjulurkan lidah, mengangkat bahu, menganggukkan kepala, mengerutkan dahi, mengangkat ibu jari, atau membungkukkan badan. Namun demikian, makna komunikasi ini bisa berbeda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Oleh karena itu, komunikasi non verbal hanya efektif dilakukan dalam interaksi antar anggota masyarakat yang memiliki pemaknaan yang sama terhadapnya.

Dari aturan-aturan mengenai interaksi sosial tersebut, poin pertama yaitu aturan mengenai ruang akan banyak dibahas karena kaitannya yang erat dengan arsitektur.

1.3 Permasalahan dan Kriteria Desain

Gary T. Moore, dalam salah satu tulisannya, menjelaskan bahwa arsitek seharusnya memperhatikan kebutuhan penggunaanya (*need*), tingkah laku (*behavior*), sosial, budaya, dan peran rancangan arsitektur yang memengaruhi tingkah laku manusia. Artinya, respon arsitektur bagi wadah yang mempertemukan antara kreator dengan para penggemarnya haruslah memperhatikan kebutuhan, sosial, dan budaya keduanya, serta bisa memicu kedua pihak untuk berinteraksi di dalamnya.

Sebagaimana tulisan Moore bahwa arsitektur harus memperhatikan kebutuhan penggunaanya, maka objek usulan harus mewadahi aktivitas para kreator digital dan penggemarnya. Kegiatan utama dari para kreator digital yang ingin diwadahi adalah membuat konten video digital. Oleh karena itu, objek desain yang diusulkan adalah sebuah tempat yang menyediakan ruang bagi kreator digital untuk saling bertemu dan memproduksi konten digital mereka, berupa *coworking space*.

Berdasarkan preseden yang telah diambil, yaitu Star Avenue dan Hollywood Walk of Fame, dibutuhkan juga adanya *public space*. Sasaran utama keberadaan *public space* ini adalah para penggemar yang secara fisik dapat melakukan kontak

sosial dengan kreator digital melalui arsitektur. Secara keseluruhan, usulan objek desain yang diusulkan adalah studio yang memiliki *public space*. *Public space* yang digabungkan ke dengan studio ini berupa pusat perbelanjaan kebutuhan yang berhubungan dengan aktifitas produksi konten digital berupa video maupun hal-hal yang berkaitan dengan kreator digital sebagai seorang idola. Kedua ruang ini harus memiliki hubungan yang erat sehingga dapat memicu interaksi antara kreator digital, yang bekerja di studio, dengan penggemarnya, yang ingin bertemu dan melihat sang kreator digital bekerja. Mempertimbangkan dari target penggunaannya, yang terdiri dari kreator video dan komunitasnya, objek ini selanjutnya disebut sebagai .

Jonathan C. Molloy, seorang penulis di media arsitektur Archdaily, membuat tulisannya mengenai cara arsitektur membuat penggunaannya menjadi kreatif. Ia memberikan penjelasan melalui pembahasan tentang Building 20 MIT, Ancient Greek Agora, dan kedai teh di Inggris pada abad ke-18, yang ia anggap merupakan tempat yang berhasil membuat penggunaannya berinteraksi, awal terciptanya kreatifitas.

“The most creative spaces are those which hurl us together. It is the human friction that makes the sparks.”

Ada dua hal yang menurutnya merupakan syarat terciptanya ruang kreatif. Yang pertama adalah *make people interact* atau dengan membuat orang-orang berinteraksi. Interaksi ini bisa diciptakan dengan syarat yang kedua, *let people tinker and don't over-plan*. Menurutny, arsitektur harus melibatkan penggunaannya dalam menciptakan ruang. Misalnya di Building 20 MIT, para peneliti yang belum kenal satu sama lain dipaksa berinteraksi melalui desain *hallways* yang memanjang, yang memaksa seseorang untuk bertanya jika ia tersesat. Bangunan tersebut juga memungkinkan para peneliti untuk mengubah ruang sesuai kebutuhan penelitiannya. Ini juga bisa menjadi acuan, kualitas seperti apa yang harus dimunculkan di dalam objek usulan yang telah diajukan.

Ada 3 tujuan dari objek Pusat Kreasi Video ini, yaitu:

1. PRODUKTIFITAS

Meningkatkan produktifitas para konten kreator dalam bentuk video melalui kolaborasi.

2. INTERAKSI SOSIAL

Mempertemukan kreator dengan penikmat karyanya dalam ruang sosial.

3. IKON

Arsitektur yang bersifat publik dan menjadi ikon konten video digital di Kota Surabaya.

Tabel 1.1 Kriteria Desain

TUJUAN	KRITERIA RANCANG
PRODUKTIFITAS	Menyediakan ruang-ruang dengan fungsi yang lengkap dalam hal produksi video
	Menciptakan ruang-ruang yang nyaman untuk kolaborasi maupun pekerjaan mandiri
INTERAKSI SOSIAL	Mendukung keterlibatan komunitas
	Ruang yang fleksibel, bisa dimanfaatkan untuk lebih dari 1 aktifitas
IKON	Menampilkan estetika bangunan yang menunjukkan tempat produksi konten video
	Merefleksikan budaya atau sejarah lokal

(halaman ini sengaja dikosongkan)

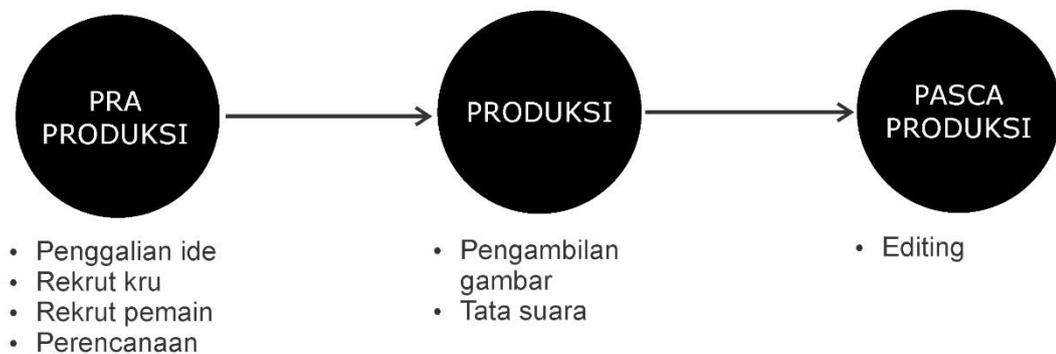
BAB 2

PROGRAM DESAIN

2.1 Rekapitulasi Program Ruang

2.1.1 Zonasi

Penentuan zonasi untuk Pusat Kreasi Video ini dimulai dengan melihat proses pembuatan video atau gambar bergerak lainnya. Menurut Effendy (2009), proses pembuatan film meliputi proses Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.



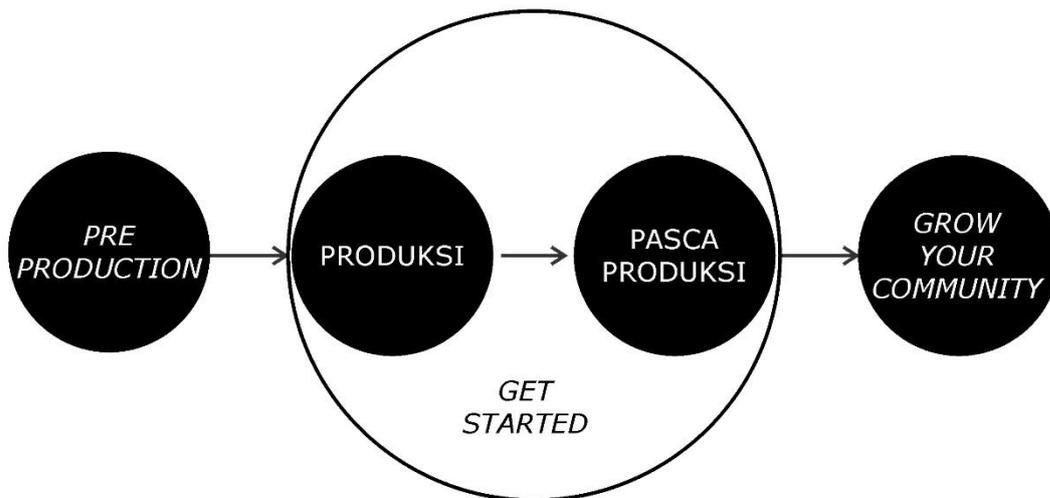
Gambar 2.1 Proses Pembuatan Video (Sumber: Effendy)

Selain melihat proses tersebut, berikut ini adalah proses berkreasi dengan konten video digital yang diambil dari situs YouTube, sebagai situs berbagi video yang paling banyak digunakan saat ini.



Gambar 2.2 Proses Produksi Video Digital (Sumber: Youtube.com)

Berikut ini adalah bagan garis besar proses kreasi video dari penggabungan dua sumber tersebut:



Gambar 2.3 Penggabungan Proses Produksi Video Menurut Effendy dan Youtube

Dilihat dari pihak yang terlibat interaksi, dibagi tiga jenis interaksi yang terjadi:

1. Kreator dengan penggemar

Interaksi ini diwadahi dalam sebuah *coworking space* yang memungkinkan publik melihat kreator bekerja dengan videonya.



Gambar 2.4 Penyesuaian Proses Pembuatan Video dengan Ruang yang Mewakili

2. Antara para kreator

Interaksi ini diwadahi dalam zona kantor produksi, yang ditujukan bagi para kreator yang tergabung dalam tim dengan proyek tertentu yang membutuhkan waktu khusus dan bersifat rahasia.

3. Antara para penggemar Interaksi ini diwadahi melalui fasilitas edukasi yang berhubungan dengan pembuatan video.

Zona yang ada dalam Pusat Kreasi Video, yaitu:

1. Coworking Space
2. Studio
3. Perkantoran
4. Fasilitas Edukasi
5. Area Komersial
6. Administrasi
7. Servis

2.1.2 Luasan Ruang

Tabel 2.1 Rekapitulasi Ruang *Coworking Space*

Coworking Space				
No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	Ruang Rapat	2	22,50	45,00
2	Ruang Rias	1	18,00	18,00
3	Studio Kecil	1	114,00	114,00
4	Ruang Edit	1	300,00	300,00
5	Voice Over	2	3,00	6,00
6	Screening Room	1	126,00	126,00
7	Lobi	1	30,00	30,00
8	Pantry	1	16,00	16,00
9	Gudang	1	20,00	20,00
Total Luasan Ruang				675,00
Sirkulasi (50% x Total Luasan Ruang)				337,50
TOTAL				1.012,50

Tabel 2.2 Rekapitulasi Ruang Area Studio

Area Studio				
No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	Ruang Rias	6	18,00	108,00
2	Studio Besar	2	450,00	900,00
3	Studio Sedang	4	252,00	1008,00
4	Voice Over	4	3,00	12,00
5	Foley	1	5,00	5,00
6	Audio Sweetening Room (ASR)	1	22,50	22,50
7	Ruang Geladi	2	81,00	162,00
8	Studio Musik (Musik)	1	32,00	32,00
9	Walk-in closet	1	32,00	32,00
10	Dapur (Kuliner)	1	15,00	15,00
11	Pantry	1	16,00	16,00
12	Gudang	1	20,00	20,00
Total Luasan Ruang				2.332,50
Sirkulasi (30% x Total Luasan Ruang)				699,75
TOTAL				3.032,25

Tabel 2.3 Rekapitulasi Ruang Perkantoran

Perkantoran				
No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	Ruang Rapat	6	22,50	135,00
2	Ruang Kerja (6 orang)	6	30,00	180,00
3	Ruang Peralatan	3	30,00	90,00
4	Studio	3	114,00	342,00
5	Ruang Rias	3	18,00	54,00
6	Ruang Kerja (3 orang)	6	20,00	120,00
Total Luasan Ruang				921,00

Sirkulasi (30% x Total Luasan Ruang)	276,30
TOTAL	1.197,30

Tabel 2.4 Rekapitulasi Ruang Area Komersial

Area Komersial				
No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	Toko	5	35,00	175,00
2	Pujasera			
	Dapur/Stan	10	34,00	340,00
	Tempat makan pengunjung	1	450,00	450,00
3	ATM Center	1	20,00	20,00
4	Game	1	250,00	250,00
Total Luasan Ruang				1.060,00
Sirkulasi (30% x Total Luasan Ruang)				318,00
TOTAL				1.378,00

Tabel 2.5 Rekapitulasi Ruang Kantor Administrasi

Kantor Administrasi				
No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	R. Karyawan	1	200,00	200,00
2	R. Rapat	1	45,00	45,00
3	Gudang	1	20,00	20,00
4	Lobi	1	20,00	20,00
Total Luasan Ruang				285,00
Sirkulasi (30% x Total Luasan Ruang)				85,50
TOTAL				370,50

Tabel 2.6 Rekapitulasi Ruang Servis

Servis

No	Nama Ruang	Jumlah	Luas (m ²)	Luas Total (m ²)
1	Toilet	12	20,00	240,00
2	Musholla	2	100,00	200,00
3	R. Kontrol CCTV	1	20,00	20,00
4	Janitor	3	20,00	60,00
5	Pos Satpam	2	7,00	14,00
6	Gudang	1	20,00	20,00
7	R. Genset	1	54,00	54,00
8	R. Tangki & Pompa	1	20,00	20,00
9	Loading Dock	1	100,00	100,00
Total Luasan Ruang				728,00
Sirkulasi (30% x Total Luasan Ruang)				218,40
TOTAL				946,40

Total rekapitulasi luasan ruang dalam yaitu:

Tabel 2.7 Rekapitulasi Ruang Pusat Kreasi Video

No	Nama Zona	Luas (m ²)
1	<i>Coworking Space</i>	1.012,50
2	Studio	3.032,25
3	Perkantoran	1.197,30
4	Fasilitas Edukasi	1.565,20
5	Area Komersial	1.378,00
6	Administrasi	370,50
7	Servis	946,40
TOTAL		9.502,15

Penghitungan jumlah closet:

Luas bangunan = 9.502,15 m²

Jumlah pengguna (asumsi 8 m²/orang) = 9.502,15 / 8 = 1.188 orang

Mengikuti cara penghitungan dalam buku Utilitas Bangunan, bangunan umum seperti kantor memerlukan 6 buah closet untuk 111-150 orang dengan penambahan 1 buah closet untuk setiap 40 orang jika jumlah pengguna di atas 150 orang. Penghitungan untuk wastafel memerlukan 5 buah untuk 91-125 orang dengan penambahan 1 buah closet untuk setiap 45 orang jika jumlah pengguna di atas 125 orang

$$\text{Jumlah closet} = ((1.188 - 150) / 40) + 6 = 32 \text{ buah}$$

$$\text{Jumlah wastafel} = ((1.188 - 125) / 45) + 5 = 29 \text{ buah}$$

Penghitungan ruang parkir mengikuti standar kebutuhan ruang parkir yang ada dalam Pedoman Perencanaan dan Pengoperasian Fasilitas Parkir yang dikeluarkan oleh Direktorat Bina Sistem Lalu Lintas Angkutan Kota Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. Pusat perkantoran membutuhkan 1,5 – 3,5 SRP (Satuan Ruang Parkir) untuk setiap 100 m² luas lantai. Maka:

$$\text{Jika mengambil angka } 2,5 \text{ SRP}/100 \text{ m}^2, \text{ kebutuhan ruang parkir} = 9.502,15 / 100 \times 2,5 \text{ SRP} = 238 \text{ SRP}.$$

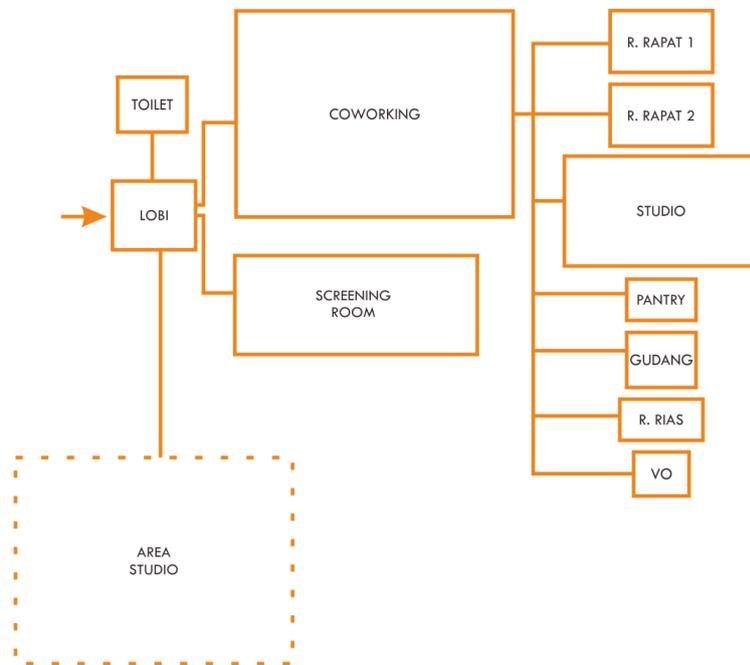
Rasio jumlah kendaraan (mobil:motor) diasumsikan 2:15

$$\text{Jumlah mobil} = 2 / 17 \times 238 = 28 \text{ SRP}$$

$$\text{Jumlah motor} = 15 / 17 \times 238 = 210 \text{ SRP}$$

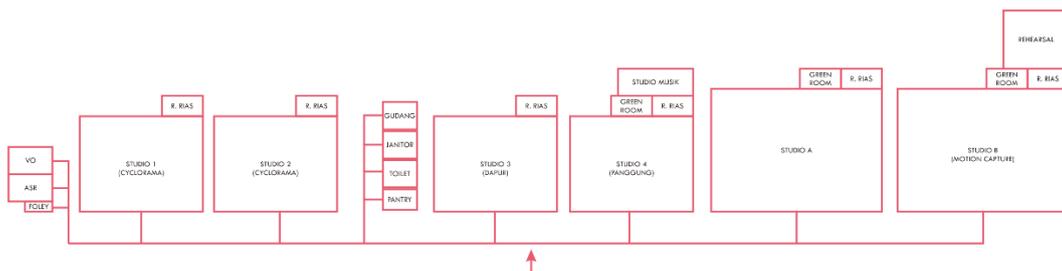
2.1.3 Hubungan Antarruang

a. Coworking Space



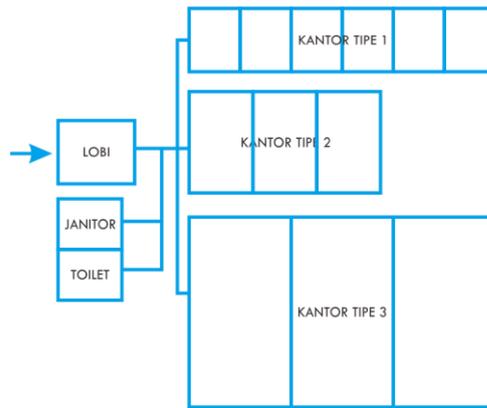
Gambar 2.5 Diagram Hubungan Antarruang Coworking Space (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Studio



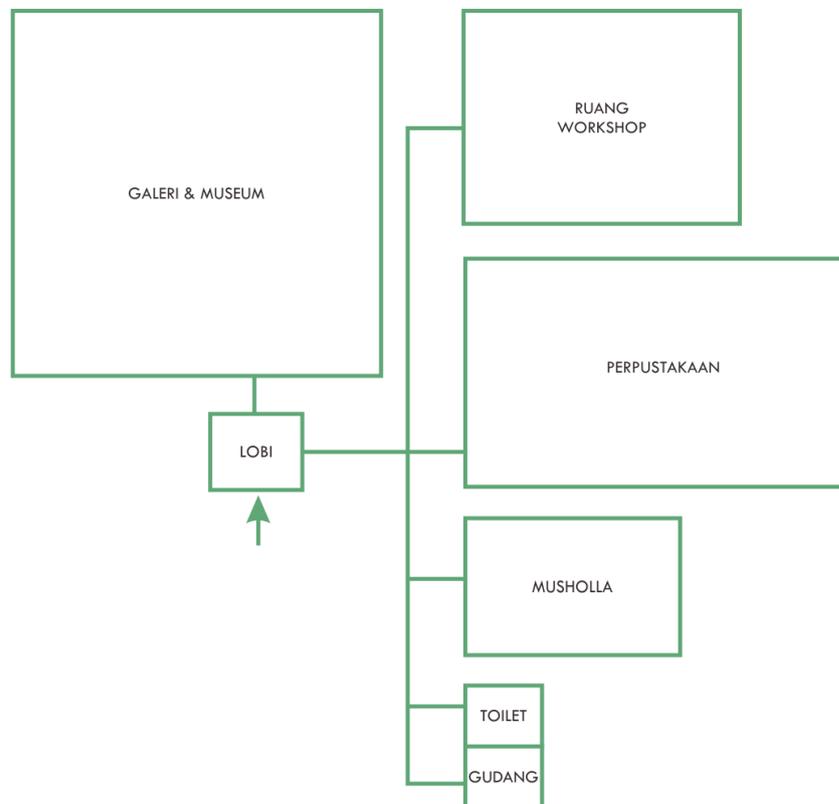
Gambar 2.6 Diagram Hubungan Antarruang Studio (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Perkantoran



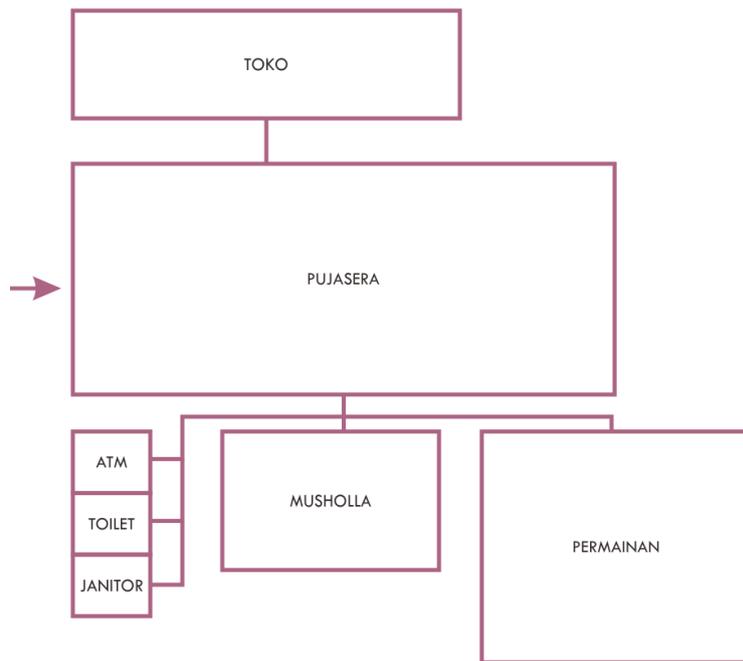
Gambar 2.7 Diagram Hubungan Antarruang Perkantoran (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Fasilitas Edukasi



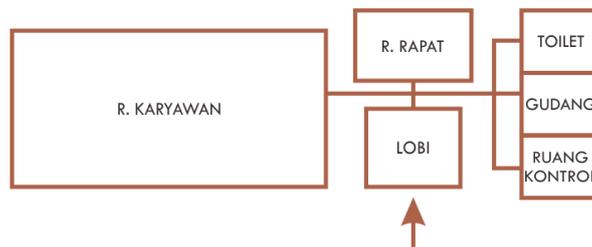
Gambar 2.8 Diagram Hubungan Antarruang Fasilitas Edukasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

e. Area Komersial



Gambar 2.9 Diagram Hubungan Area Komersial (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

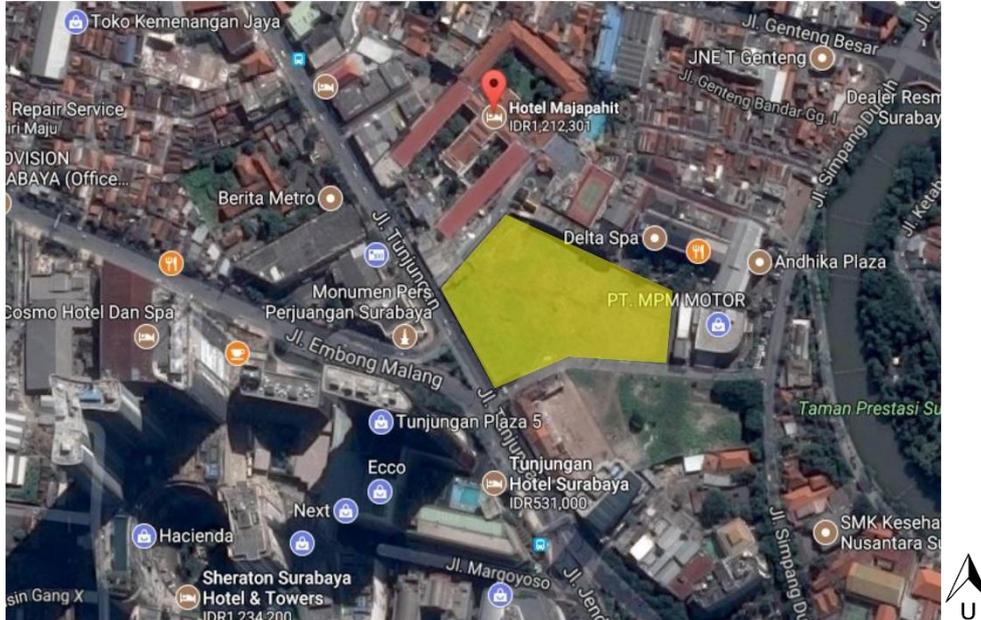
f. Administrasi



Gambar 2.10 Diagram Hubungan Area Komersial (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2.2 Deskripsi Tapak

2.2.1 Informasi Tapak



Gambar 2.11 Tapak (Sumber: Google Maps)

Lokasi : Jalan Tunjungan, Surabaya

Luas : 11.455 m²

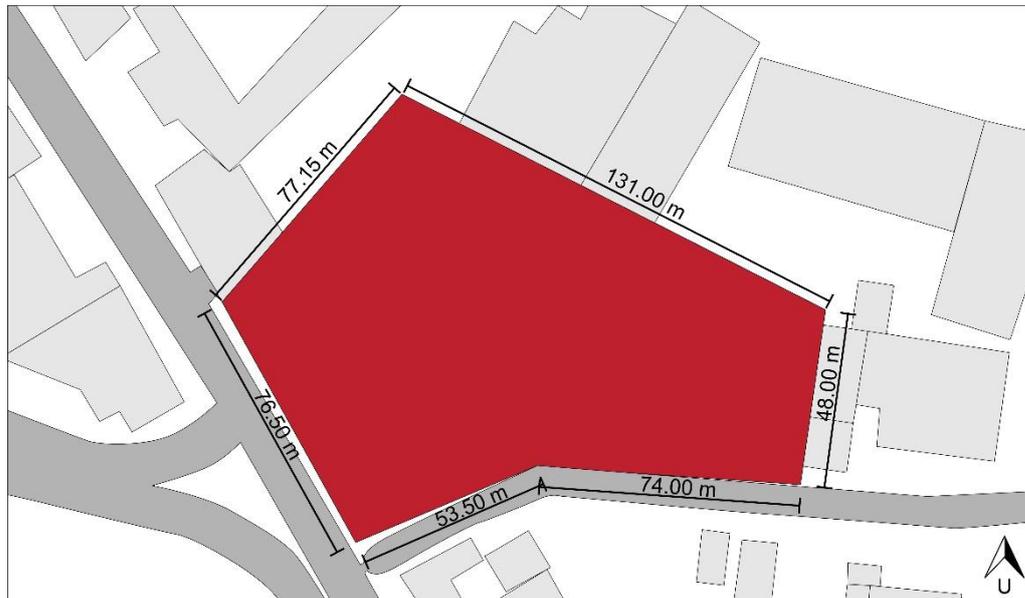
Batas Lahan:

- Utara : Hotel Majapahit
- Timur : Pertokoan
- Selatan : Situs Cagar Budaya
- Barat : Jalan Tunjungan; Monumen Pers Perjuangan Surabaya

Peruntukan tapak sebagian besar adalah untuk perdagangan dan jasa komersial. Bagian depan lahan sebagiannya adalah cagar budaya.



Gambar 2.12 Peruntukan Tapak (Sumber: petaperuntukan.surabaya.go.id/cktr-map/)



Gambar 2.13 Dimensi Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2.2.2 Potensi dan Permasalahan Tapak

Potensi dari tapak, antara lain:

- Mudah dijangkau oleh kendaraan maupun pejalan kaki.

- Terletak di kawasan bersejarah dan pusat bisnis, dengan view yang baik ke arah luar bangunan, sehingga dapat dimanfaatkan oleh para kreator untuk pengambilan gambar.
- Terdapat kegiatan-kegiatan komunitas anak muda yang ditemukan berlangsung di kawasan Tunjungan, termasuk kegiatan pengambilan gambar baik foto maupun video. Sehingga kegiatan tersebut dapat diwadahi pula ke objek yang dirancang.

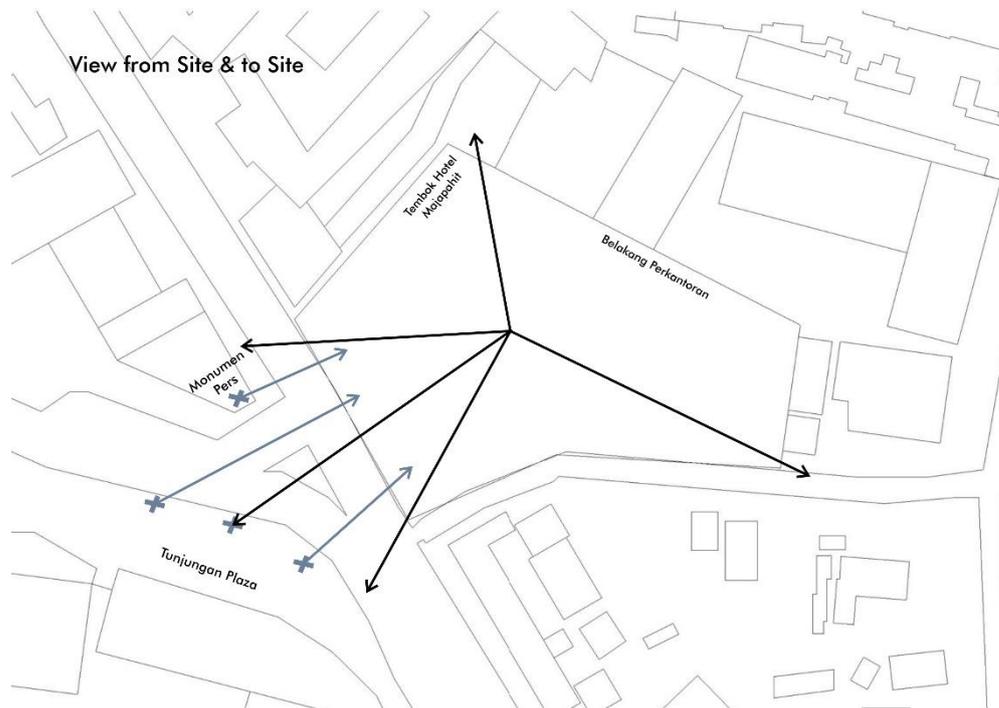
Permasalahan dari tapak, antara lain:

- Dilalui oleh jalan yang padat, sehingga berpotensi kemacetan dan bising

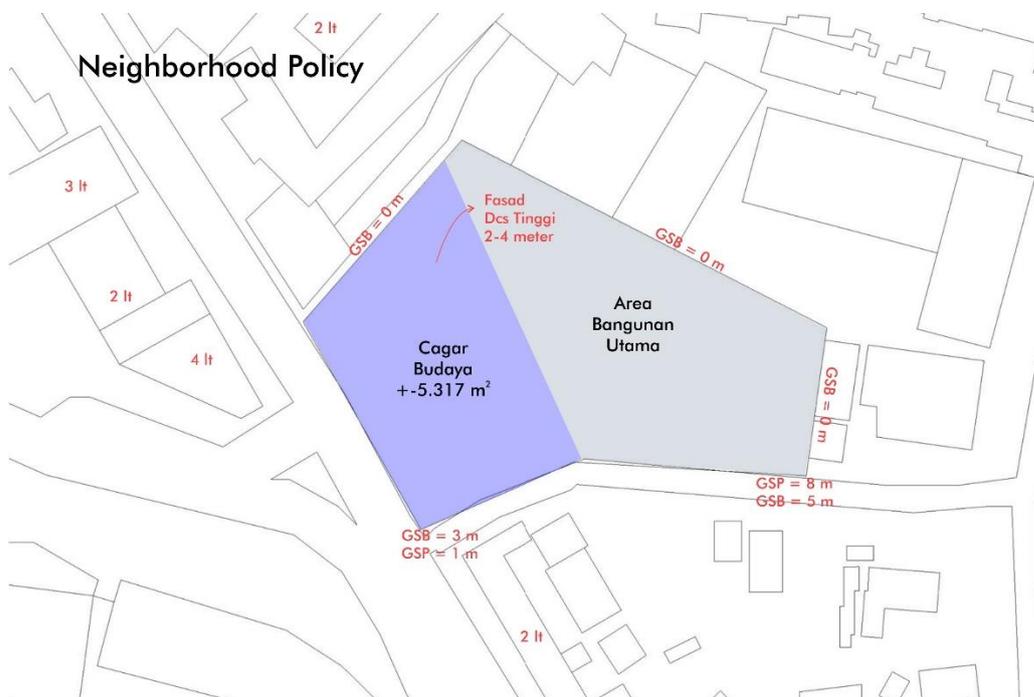
2.2.3 Analisa Lahan



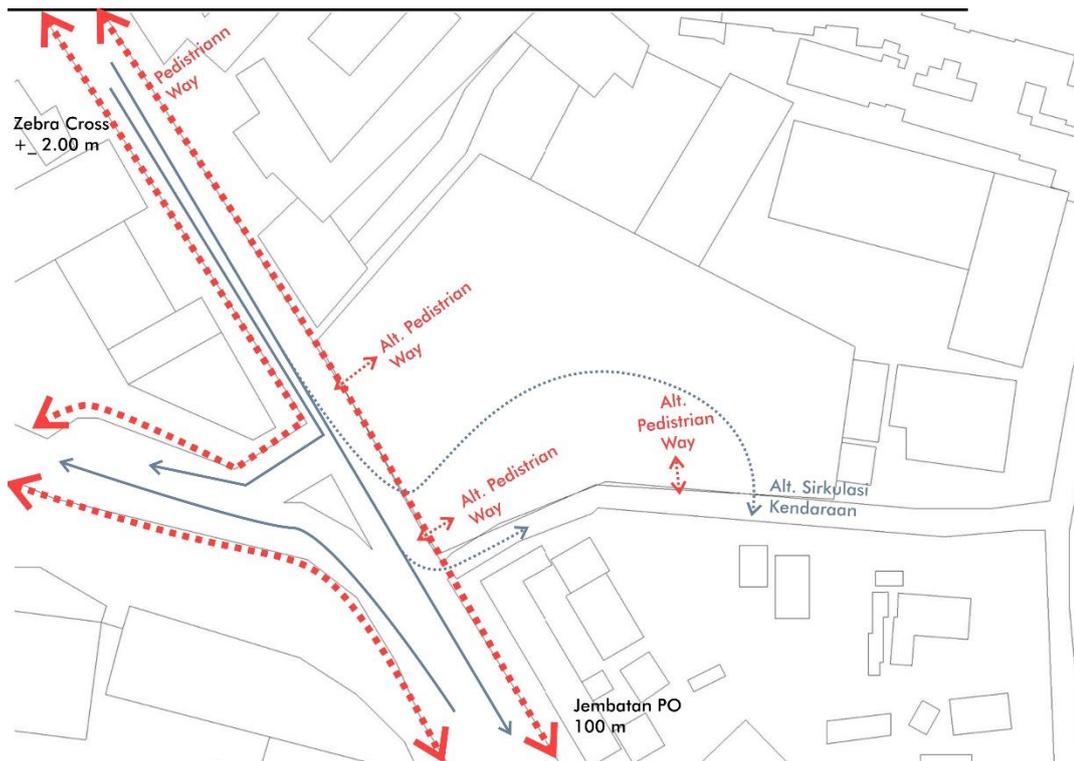
Gambar 2.14 Analisa Kebisingan pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.15 Analisa View pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



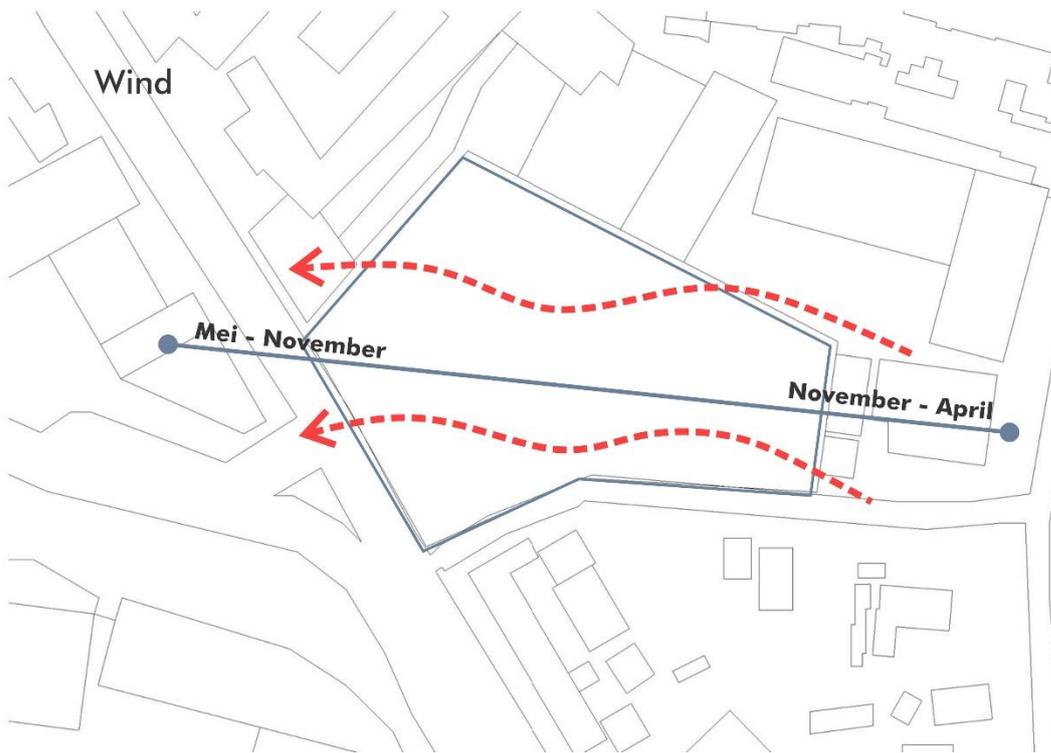
Gambar 2.16 Analisa Peraturan pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



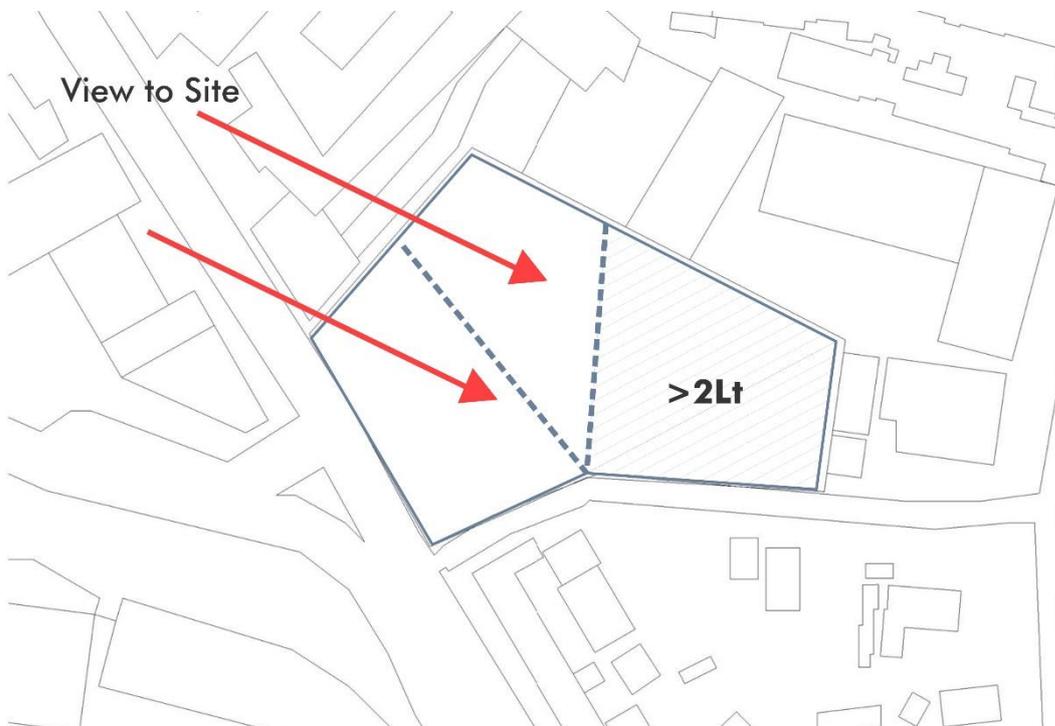
Gambar 2.17 Analisa Sirkulasi pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.18 Analisa View pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.19 Analisa Arah Angin pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.20 Analisa View pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.21 Analisa *View* pada Tapak (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 3

PENDEKATAN DAN METODA DESAIN

3.1 Pendekatan Desain

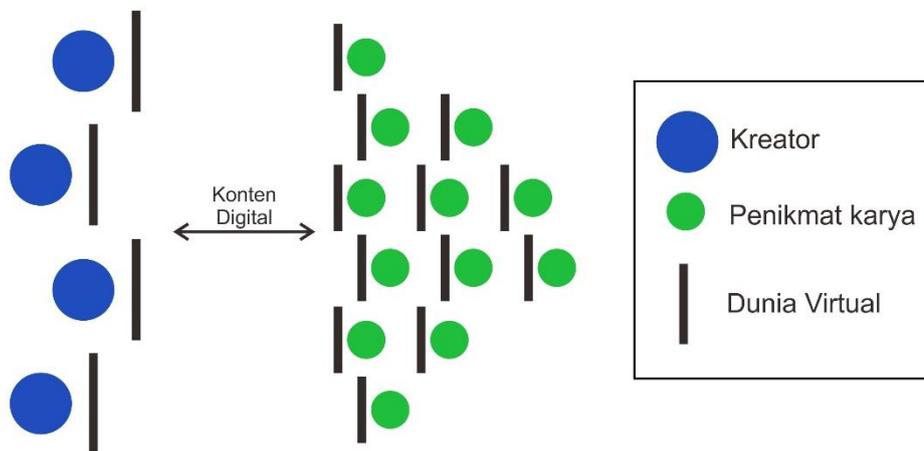
Hubungan manusia dengan lingkungannya dapat dilihat dari dua sisi, yaitu yang berhubungan dengan proses individual dan proses sosial. Proses individual banyak menelaah tentang hal-hal yang dianggap terjadi dalam pikiran seseorang mengenai lingkungannya. Sedangkan proses sosial berkaitan dengan kebutuhan manusia untuk berperilaku sosial atau perilaku interpersonal. Salah satu perilaku interpersonal adalah ruang personal. Robert Sommer (1969) mendefinisikan ruang personal sebagai suatu area dengan batas maya yang mengelilingi diri seseorang dan orang lain tidak diperkenankan masuk ke dalamnya. Edward Hall (1963) berpendapat bahwa ruang personal adalah suatu jarak berkomunikasi, yang terbagi menjadi 4 jenis:

4. Jarak intim: fase dekat (0,00-0,15 m) dan fase jauh (0,15-0,50 m).
5. Jarak personal: fase dekat (0,50-0,75 m) dan fase jauh (0,75-1,20 m).
6. Jarak sosial: fase dekat (1,20-2,10 m) dan fase jauh (2,10-3,60 m).
7. Jarak publik: fase dekat (3,60-7,50 m) dan fase jauh (> 7,50 m).

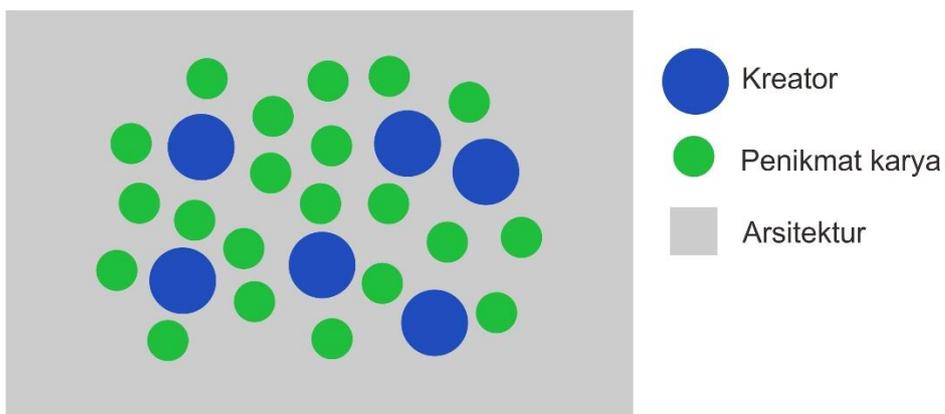
Jarak komunikasi ini bisa menjadi acuan dalam pemrograman ruang yang berdasarkan aktivitas di dalamnya, apakah aktivitas tersebut mengharuskan adanya interaksi sosial di dalamnya atau justru tidak dibutuhkan interaksi sosial di dalamnya. Penataan ruang dalam arsitektur yang berkaitan erat dengan ruang personal adalah Ruang Sosiopetal dan Ruang Sosiofugal. Ruang sosiopetal merujuk pada suatu tatanan yang mampu memfasilitasi interaksi sosial. Sebaliknya, ruang sosiofugal adalah tatanan yang mampu mengurangi interaksi sosial. Dalam permasalahan interaksi sosial yang melibatkan kreator digital dan penikmat karyanya, jarak-jarak komunikasi ini

sangat penting. Sebab, aktivitas utama para kreator digital adalah memproduksi konten video digital, yang dalam sebagian prosesnya cenderung membutuhkan konsentrasi tinggi, lebih sesuai dengan penataan ruang. Sementara itu, arsitektur sebagai wadah bertemunya creator dan penikmat karyanya justru membutuhkan penataan ruang sosiopetal.

Respon arsitektural yang diajukan adalah sebuah Pusat Kreasi Video, sebuah ruang publik yang memiliki studio untuk memproduksi. *Ruang publik* hadir sebagai wadah bagi semua orang untuk datang, sedangkan studio produksi adalah sebagai wadah bagi para creator untuk berkarya sekaligus bertemu dengan penikmat karyanya.



Gambar 3.1 Ilustrasi Hubungan antara Kreator dan Penikmat Karyanya (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



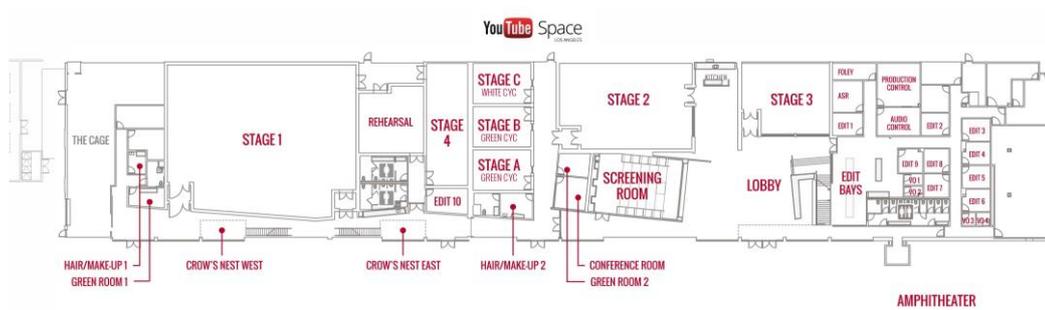
Gambar 3.2 Ilustrasi Hubungan yang Diharapkan antara Kreator dan Penikmat Karyanya (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2 Metoda Desain

3.2.1 Preseden

Metode ini digunakan terutama dalam hal kebutuhan dan pembagian ruang-ruang dalam objek Ruang Produksi Video. Preseden YouTube Space Los Angeles digunakan untuk menentukan ruangan-ruangan yang ada pada sebuah fasilitas produksi video. Preseden Johanneberg Science Park menjadi referensi untuk zonasi karena kesamaan fungsi gabungan yang mewadahi komunitas dan perkantoran.

- YouTube Space Los Angeles



Gambar 3.3 Denah YouTube Space Los Angeles (Sumber: www.youtube.com/yt/space/losangeles-facilities.html)

Luas bangunan: 3.809 m²

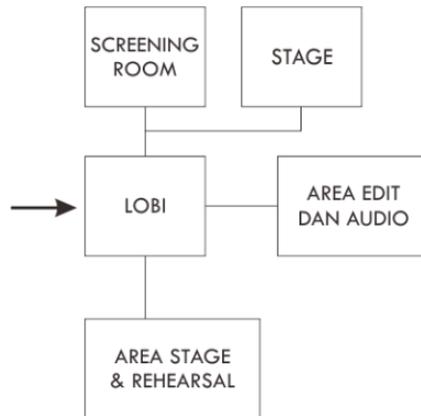
YouTube Space adalah fasilitas yang diberikan oleh YouTube untuk mengumpulkan orang-orang kreatif untuk belajar, saling terhubung, dan berkarya. YouTube Space ada di berbagai kota di dunia, di antaranya Berlin, Los Angeles, dan London. YouTube Space LA dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk produksi video hingga aktifitas pasca pengambilan gambar, seperti ruang untuk editing dan voice over. Fasilitas ini dapat digunakan secara gratis oleh kanal YouTube yang memiliki lebih dari 100.000 pelanggan.

Ruang-ruang yang ada dalam YouTube Space ini dapat dijadikan acuan kebutuhan ruang bagi bangunan yang akan dirancang, yang sifatnya memfasilitasi para kreator untuk berkarya melalui video.



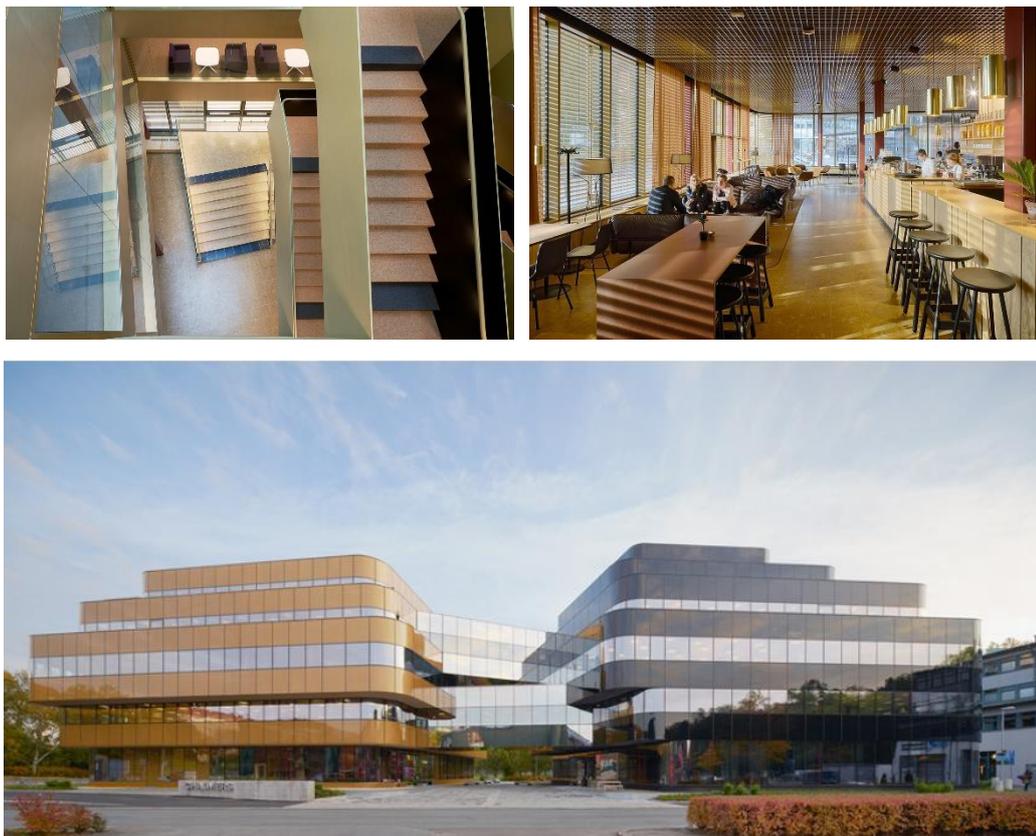
Gambar 3.4 Fasilitas di YouTube Space Los Angeles (Sumber: www.youtube.com/yt/space/losangeles-facilities.html)

Dari preseden ini, analisa hubungan antarruang untuk sebuah *coworking space* yang digunakan untuk produksi video adalah:



Gambar 3.5 Diagram Hubungan Antarruang Youtube Space LA (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- Johanneberg Science Park



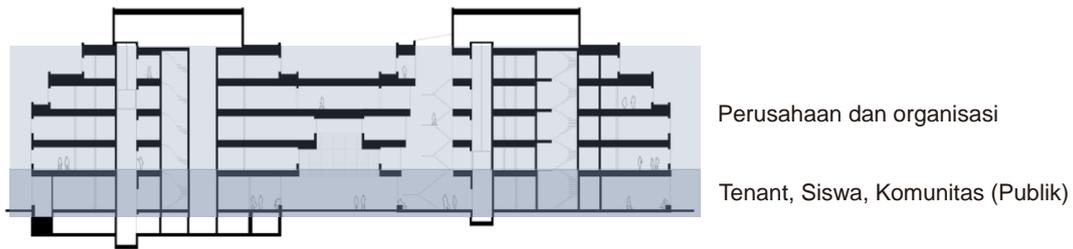
Gambar 3.6 Johanneberg Science Park (Sumber: ArchDaily)

Luas bangunan: 8.200 m²

Tipe bangunan: fasilitas riset, kantor, komersial

Johanneberg Science Park adalah sebuah landmark di Universitas Chalmers, Gothenburg, Sweden. Bangunan ini berperan sebagai inkubator untuk mendukung inovasi di sektor konstruksi dan juga sebagai pusat kolaborasi antara sektor swasta, publik, dan akademik.

Bentuk dan elevasi dari Johanneberg Science Park memfasilitasi interaksi sosial dan pertukaran pengetahuan bagi perusahaan-perusahaan dan organisasi-organisasi yang ada di dalamnya. Lantai dasar terbuka untuk *tenants* (penyewa), siswa-siswa, dan komunitas yang luas dengan pilihan furnitur yang fleksibel, yang mengakomodasi berbagai macam interaksi sosial dan pertemuan.



Gambar 3.7 Zonasi secara Vertikal Johanneberg Science Park (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2.2 Kontekstualisme

Metode kontekstualisme digunakan dalam merancang, terutama pada aspek formal dan fasad bangunan. Objek Pusat Kreasi Video dirancang dengan merespon bentuk tapak dan lingkungan sekitar, yaitu di kawasan Jalan Tunjungan. Desain Pusat Kreasi Video ini merespon bangunan-bangunan situs cagar budaya yang ada di kawasan tersebut dan aktifitas yang sejak awal sudah ada di sana, terutama yang bisa mendukung aktifitas produksi video.



Gambar 3.8 Tampak *Existing* Jalan Tunjungan (Sumber: Dokumentasi Pribadi dan Google Maps)

BAB 4

KONSEP DESAIN

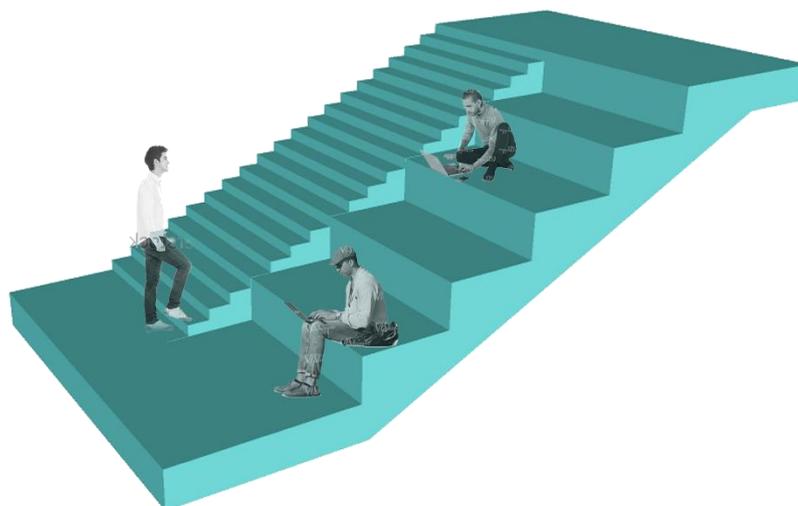
1. *Produce & Play*

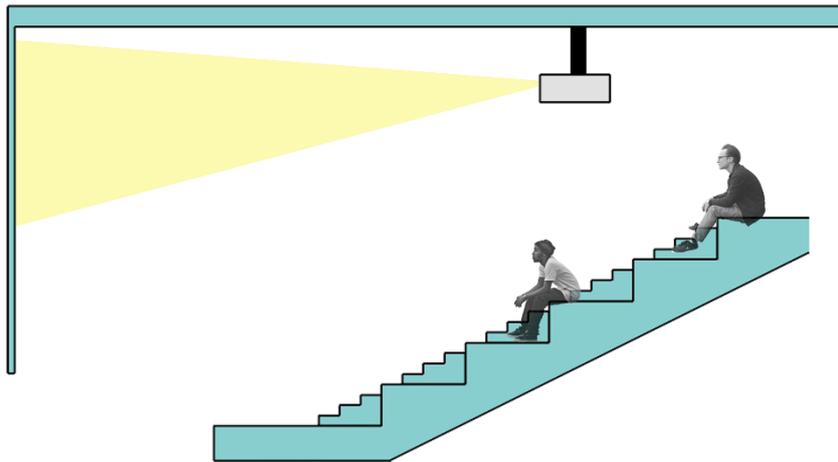
Obyek arsitektur diumpamakan sebagai komputer, menjadi wadah untuk memproduksi video sekaligus menjadi media untuk menampilkan video yang sudah diproduksi. Ruang penampilan video ini juga bertujuan untuk menstimulasi bagi kreator dan komunitasnya untuk berinteraksi.



Gambar 4.1 Ilustrasi Konsep *Produce & Play* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Elemen tangga tidak hanya berfungsi sebagai sirkulasi, namun juga bisa menjadi ruang interaksi dan produksi. Selain itu, ia juga bisa menjadi ruang untuk pemutaran video, baik bagi penggemar untuk dinikmati, bagi komunitas untuk berdiskusi, ataupun bagi kreator untuk dikritisi.

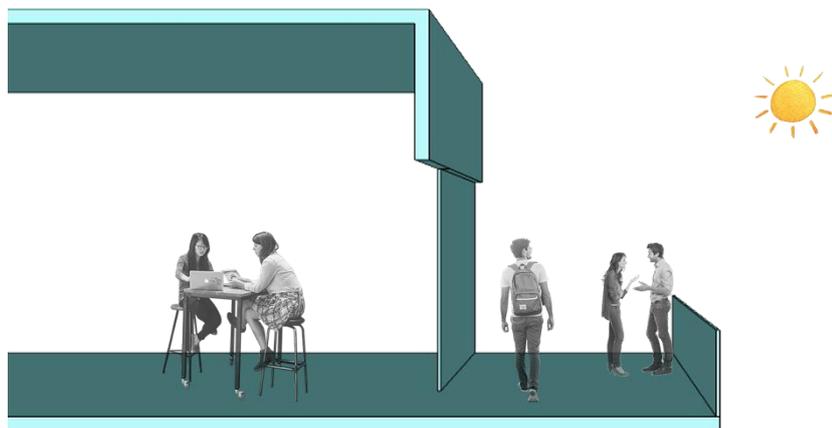




Gambar 4.2 Ilustrasi Konsep *Produce & Play* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

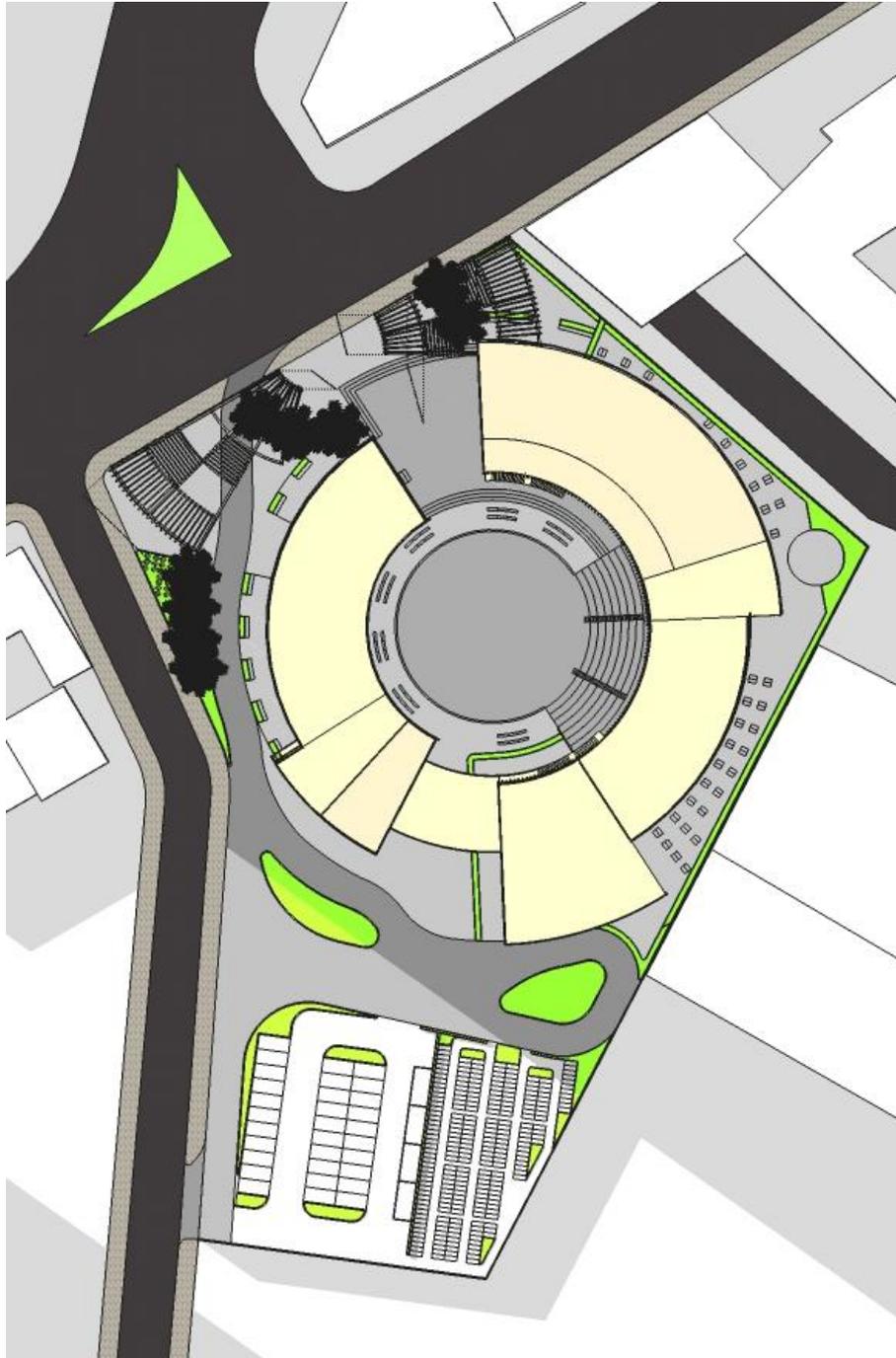
2. Keterbukaan

Keterbukaan di sini diutamakan pada sisi visual dan sirkulasi. Batas horizontal tidak solid, sehingga memungkinkan interaksi visual ke luar bangunan. Balkon dan teras menjadi tempat untuk istirahat sejenak dari layar komputer untuk mendapat penerangan alami. Lebar balkon/teras memungkinkan untuk diskusi kecil sekaligus sirkulasi orang berjalan.

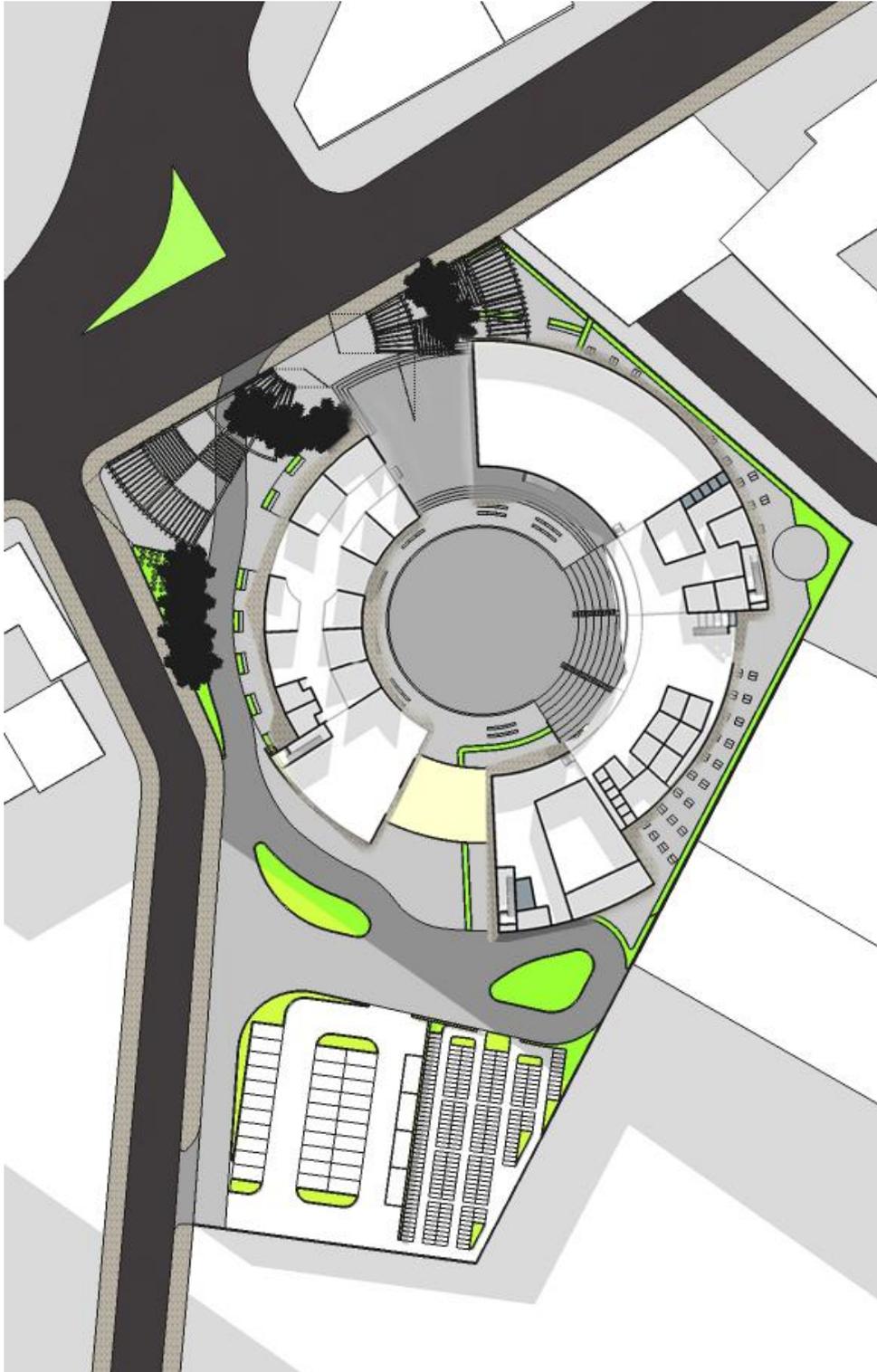


Gambar 4.3 Ilustrasi Konsep Keterbukaan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

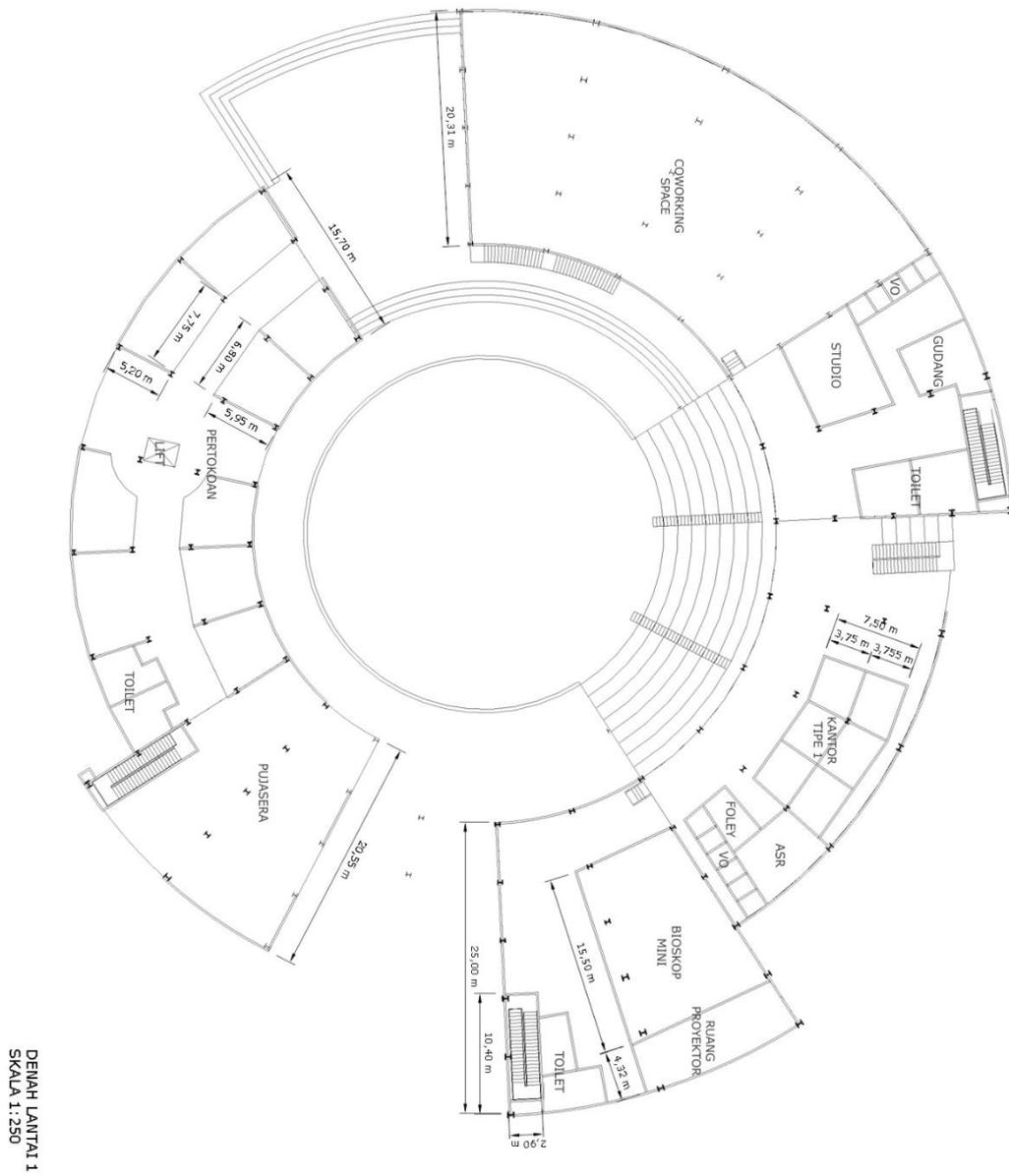
BAB 5 DESAIN



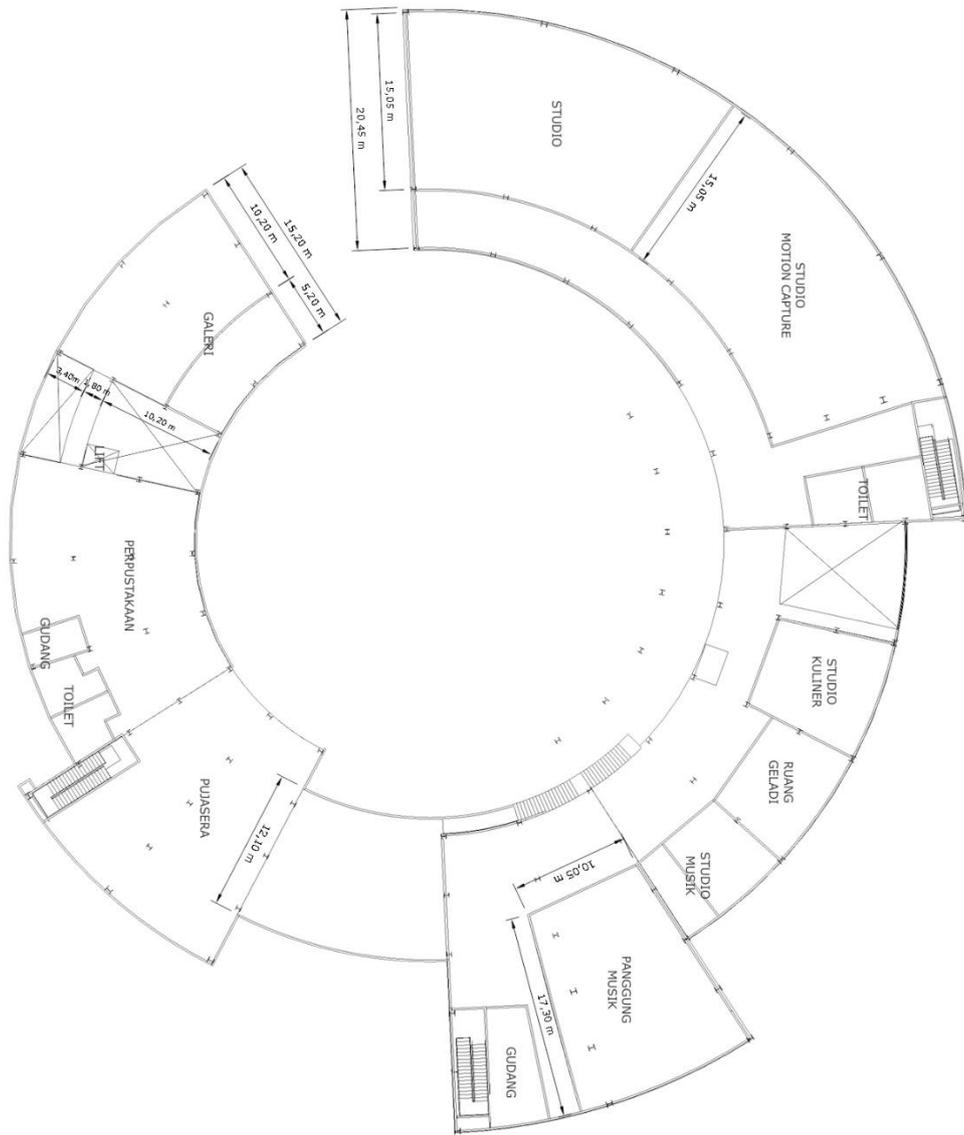
Gambar 5.1 Site Plan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5.2 Layout Plan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

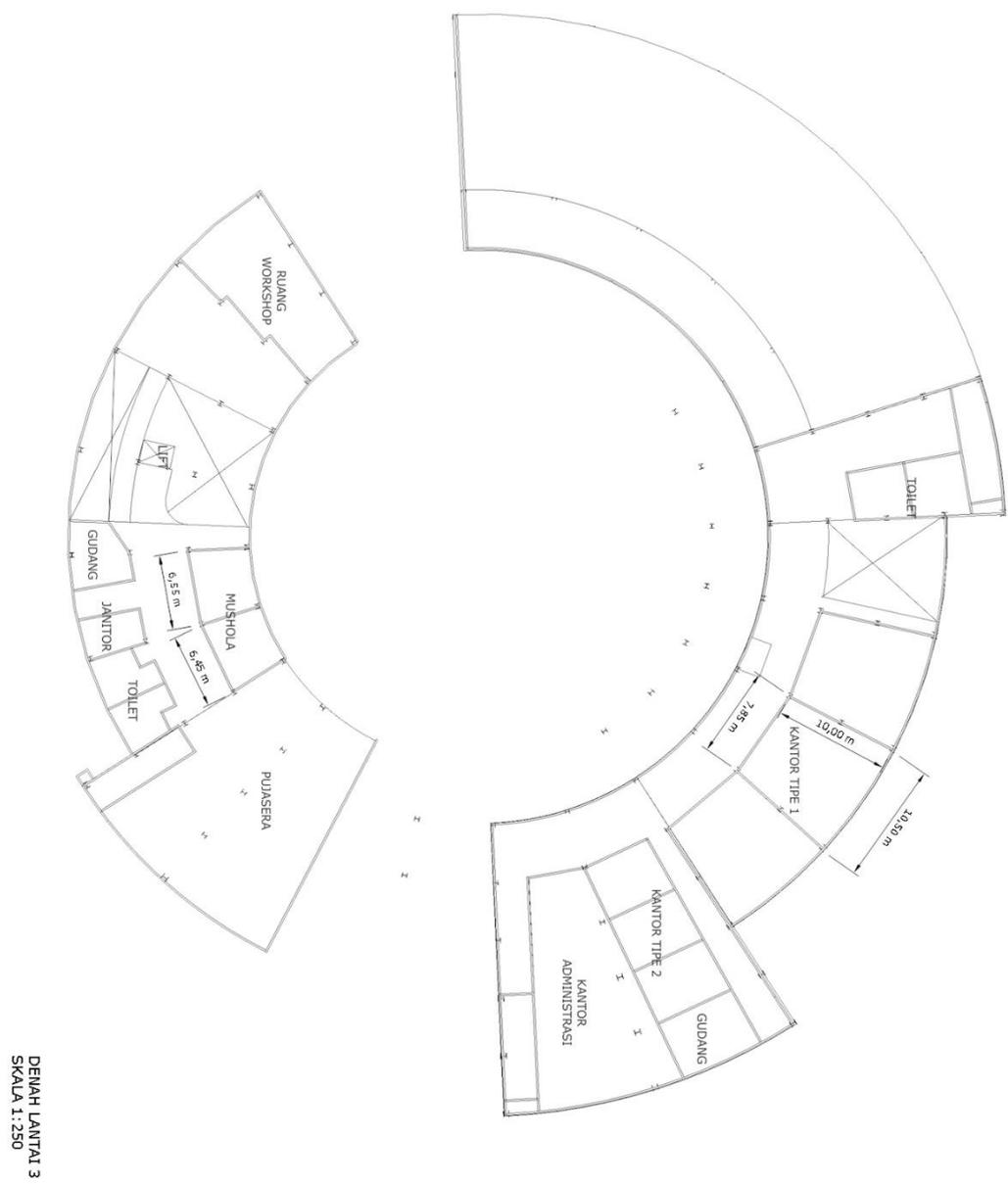


Gambar 5.3 Denah Lantai 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



DENAH LANTAI 2
SKALA 1:250

Gambar 5.4 Denah Lantai 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

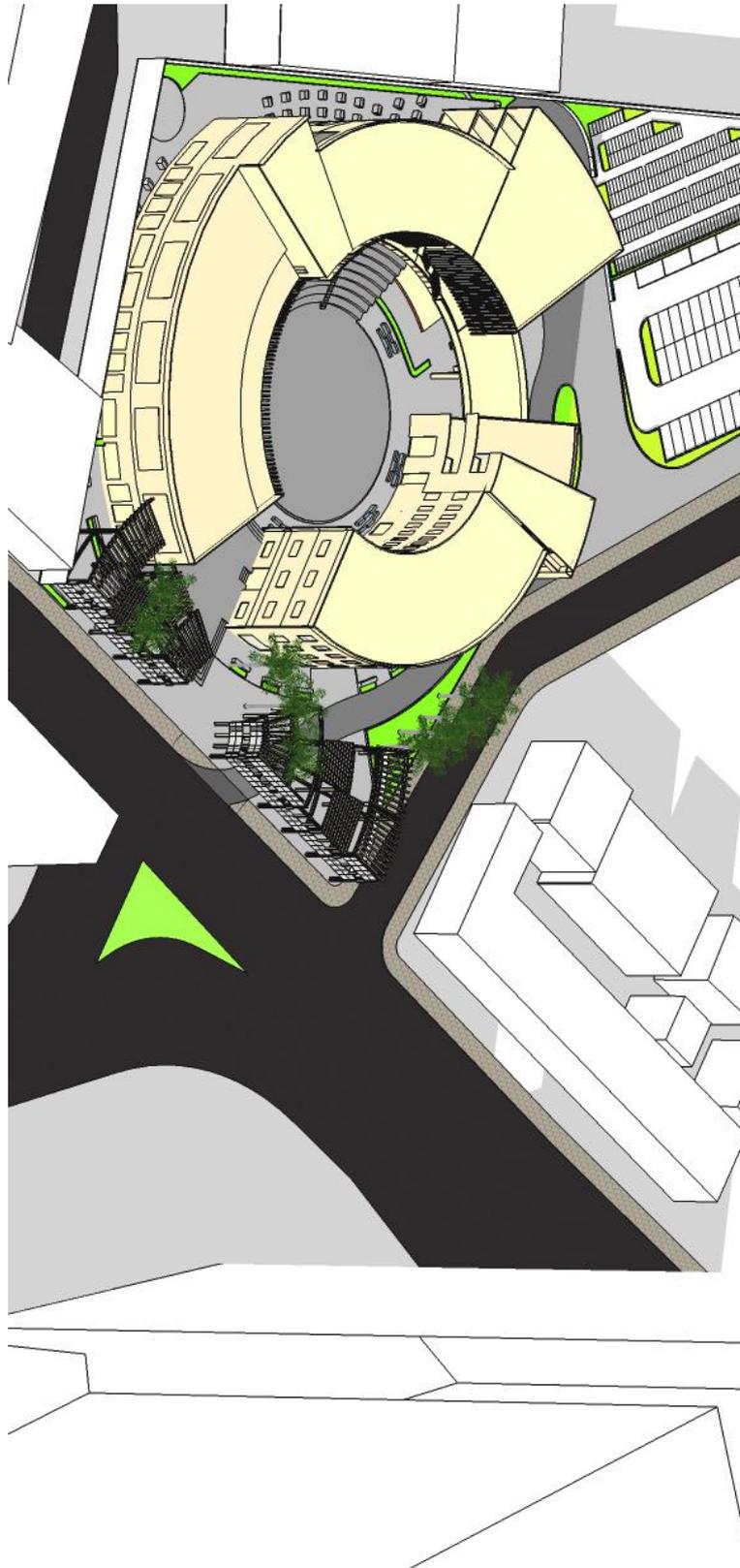


DENAH LANTAI 3
SKALA 1:250

Gambar 5.5 Denah Lantai 3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5.6 Tampak Bangunan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



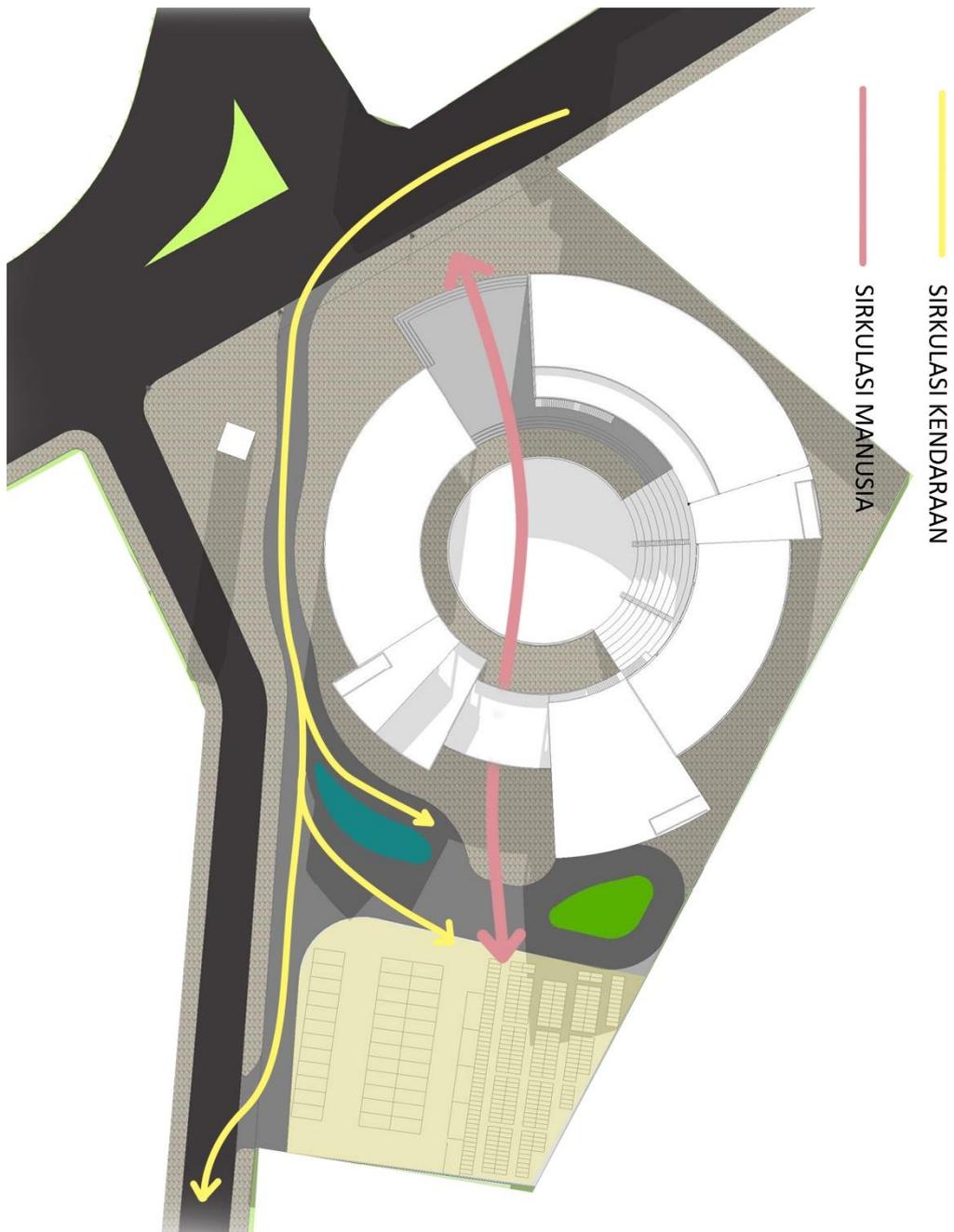
Gambar 5.7 Perspektif (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



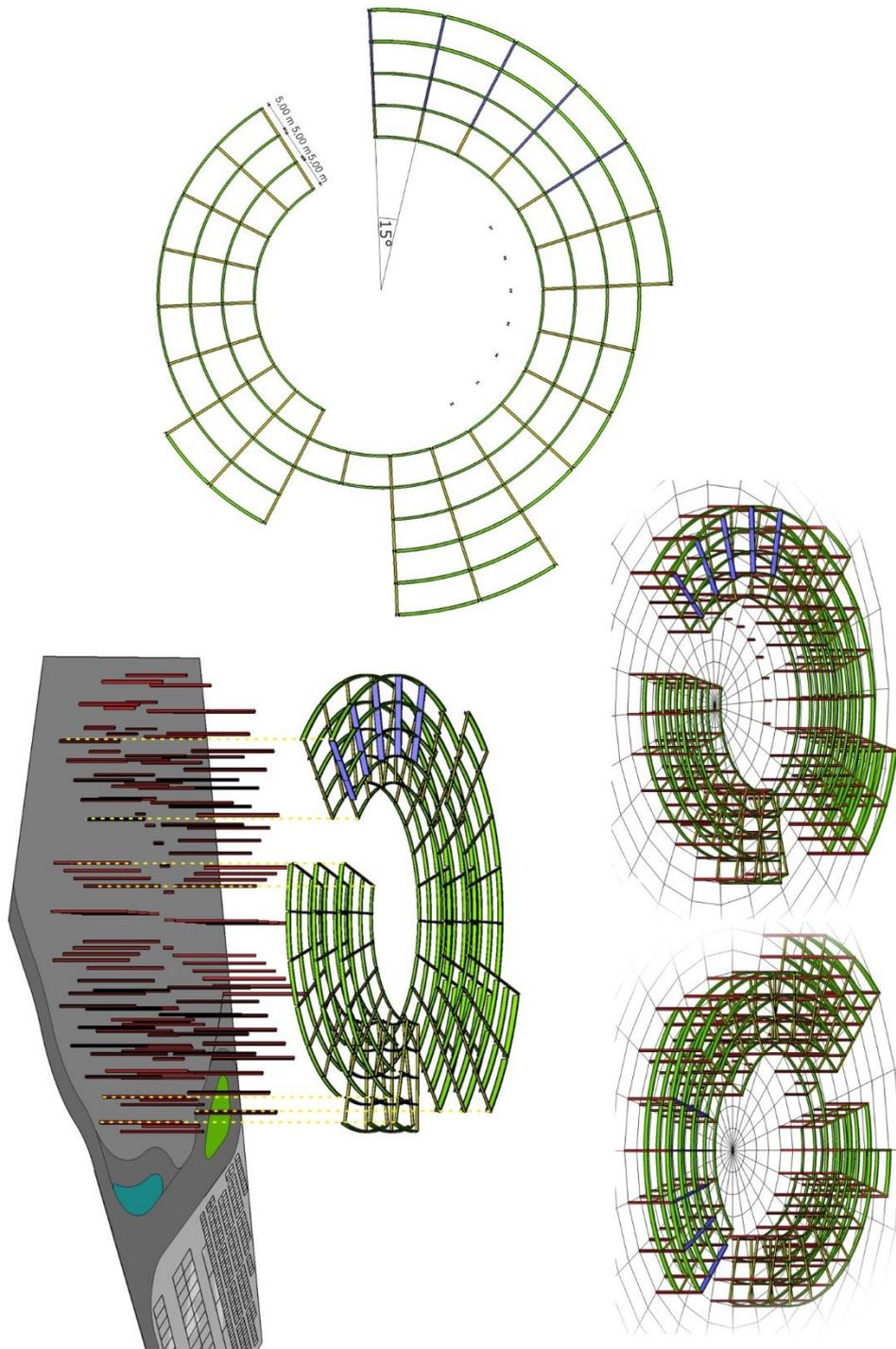
Gambar 5.8 Perspektif (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



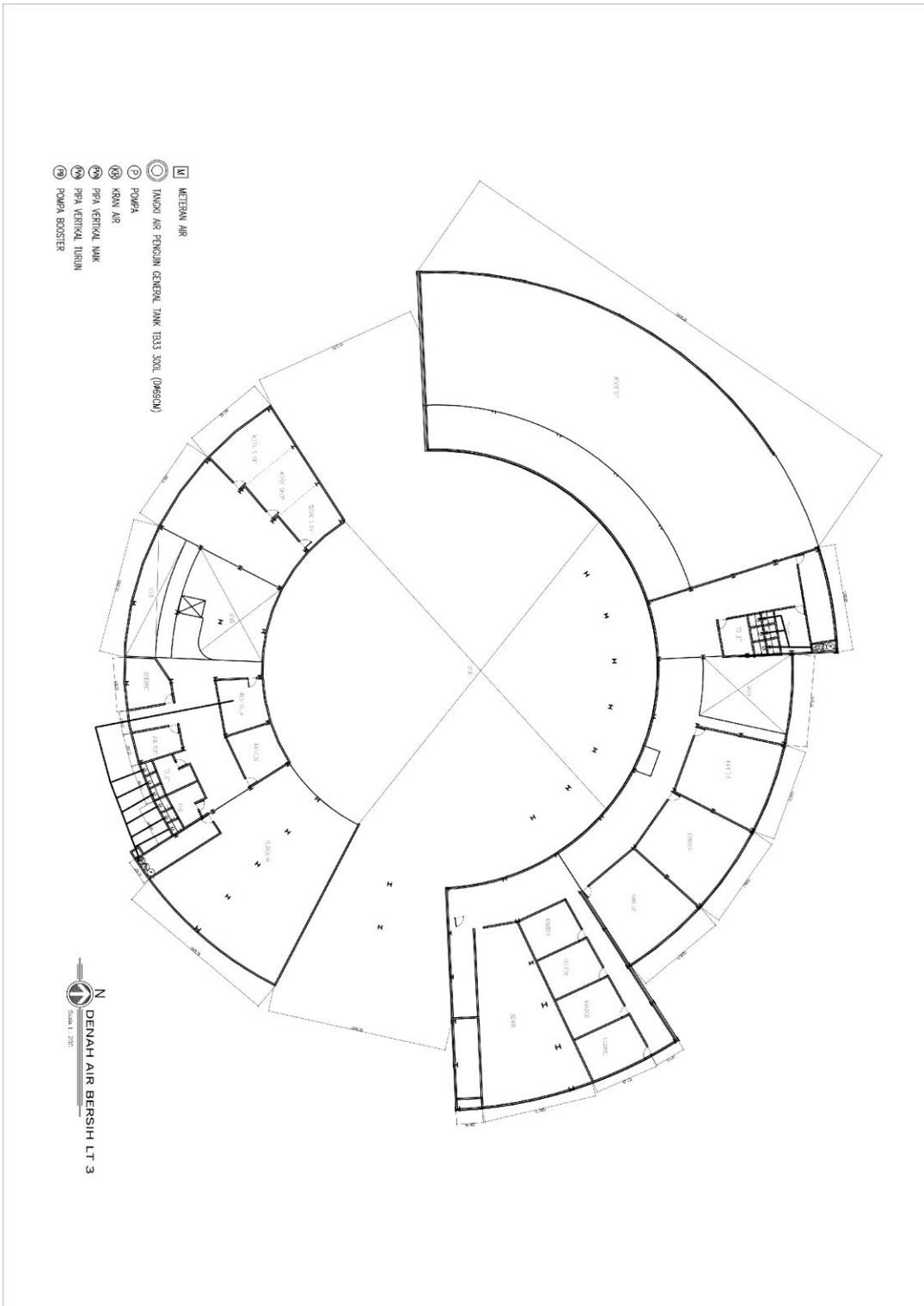
Gambar 5.8 Perspektif (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



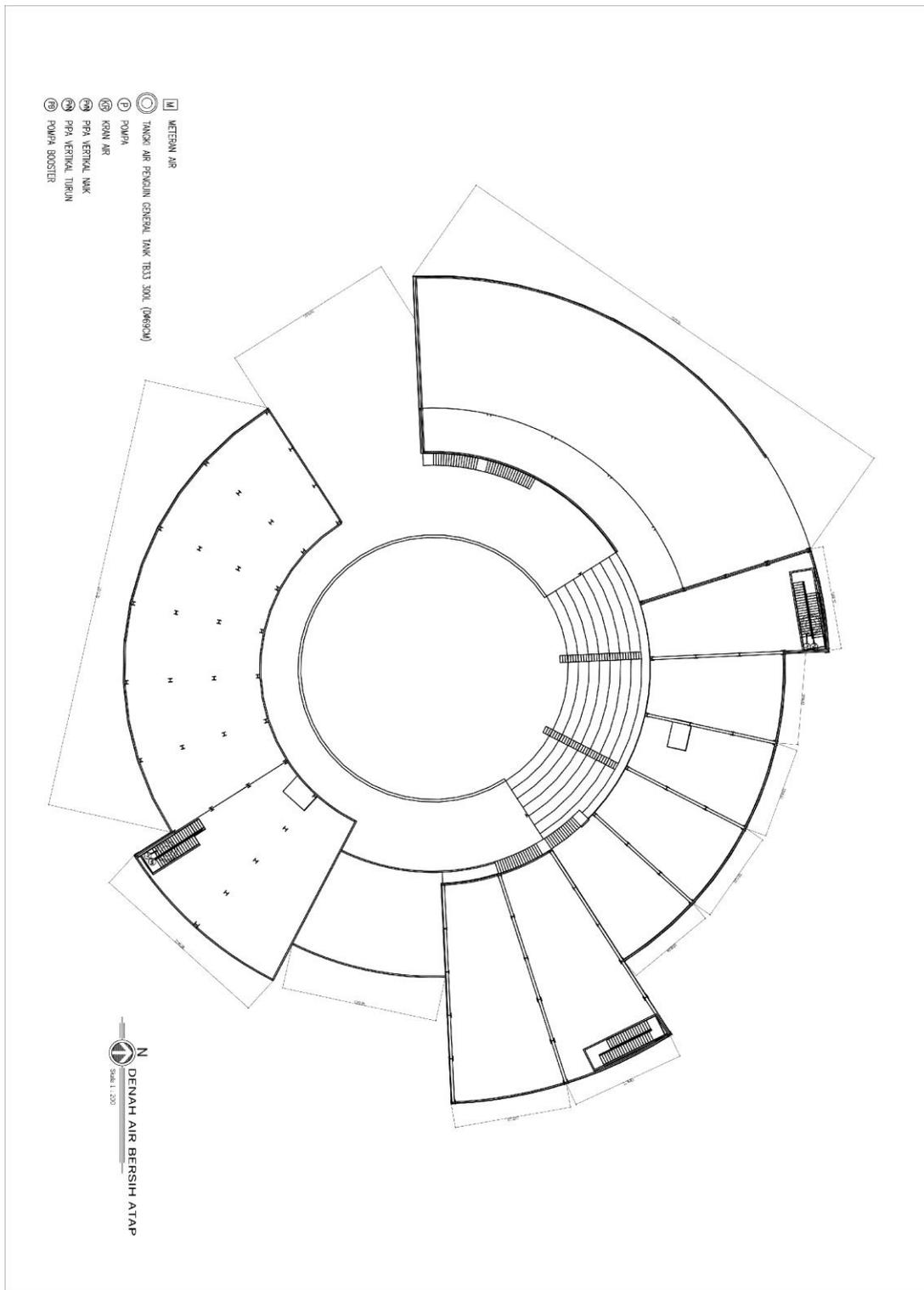
Gambar 5.9 Sirkulasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



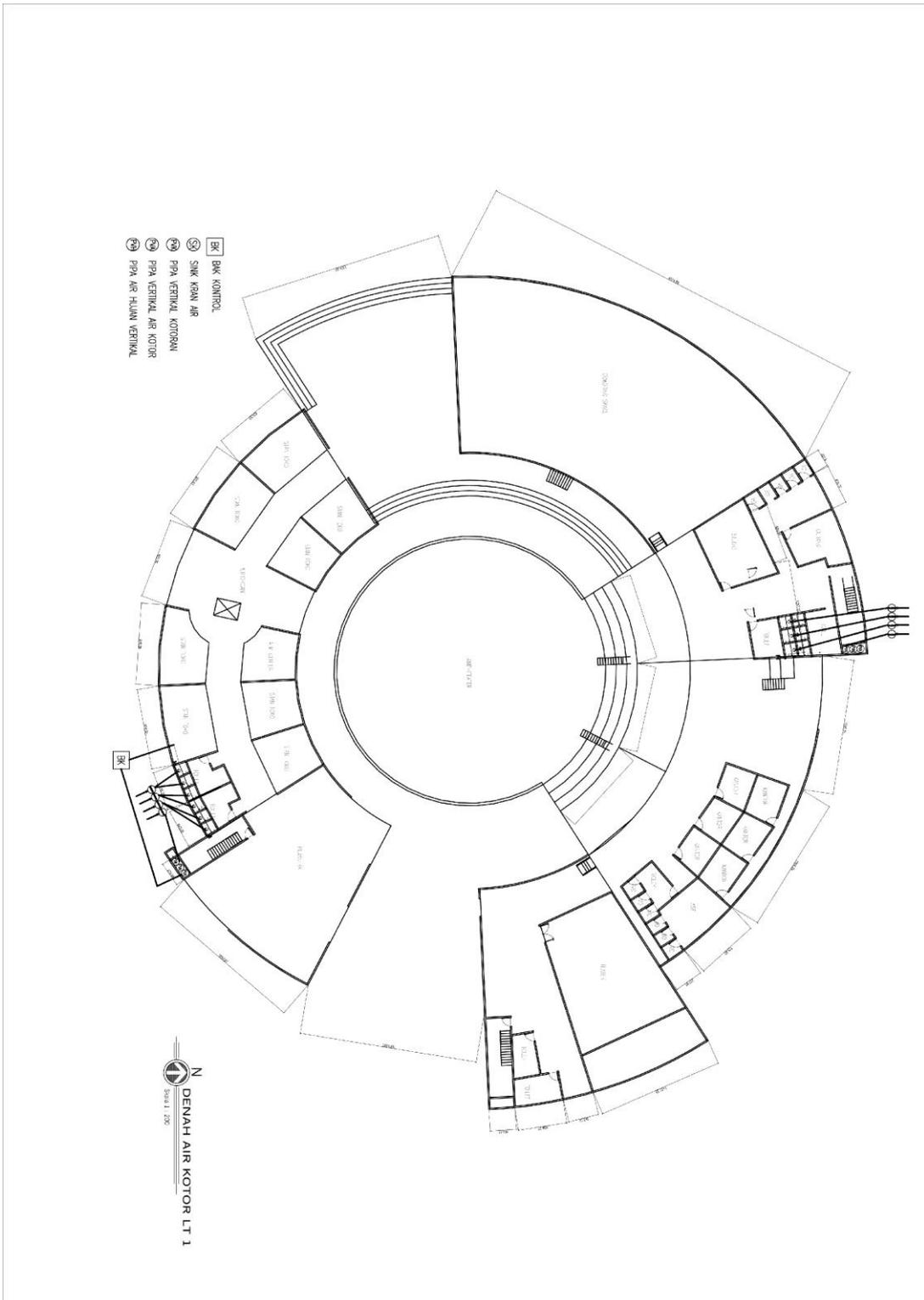
Gambar 5.10 Struktur (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



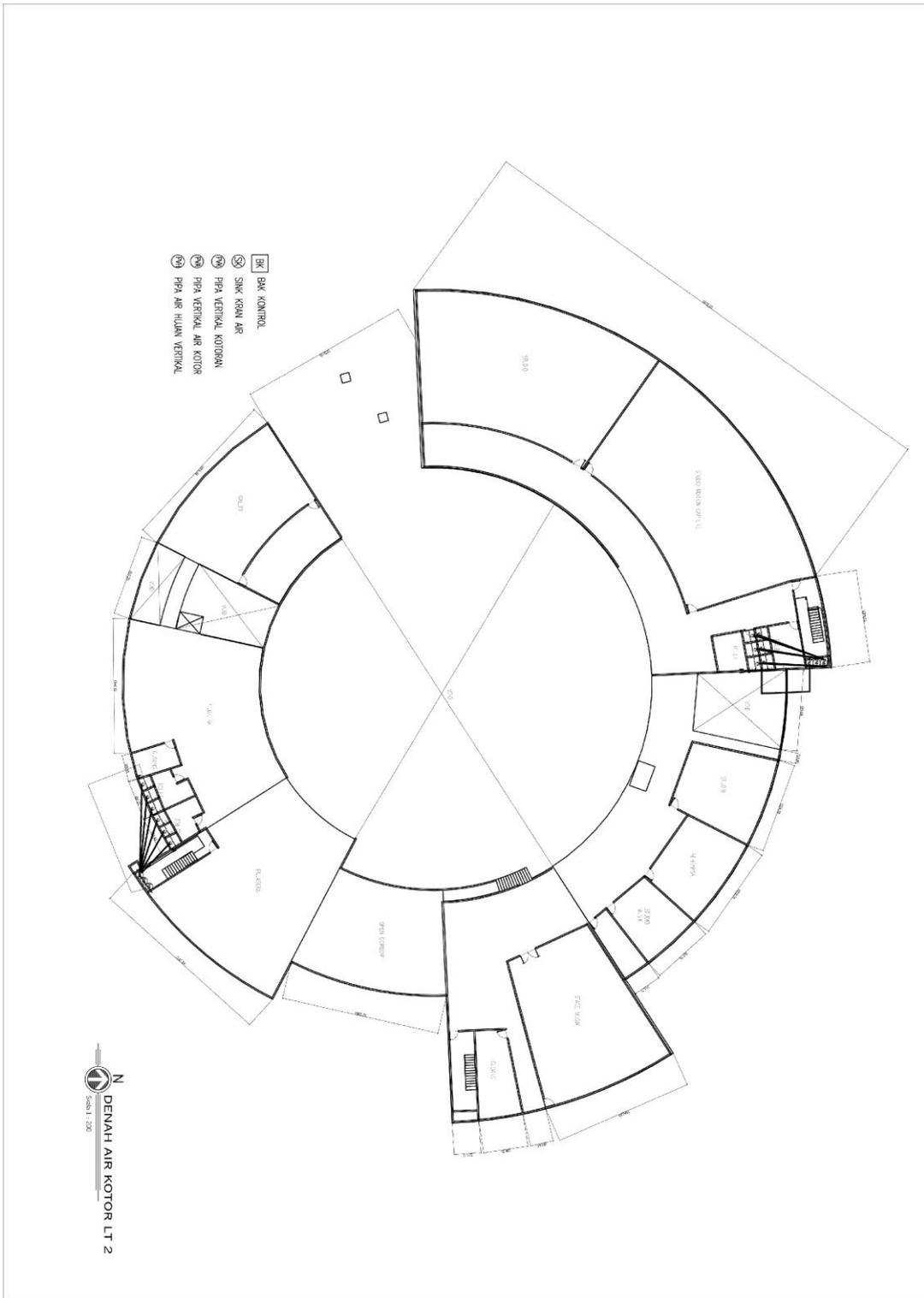
Gambar 5.13 Denah Air Bersih Lantai 3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



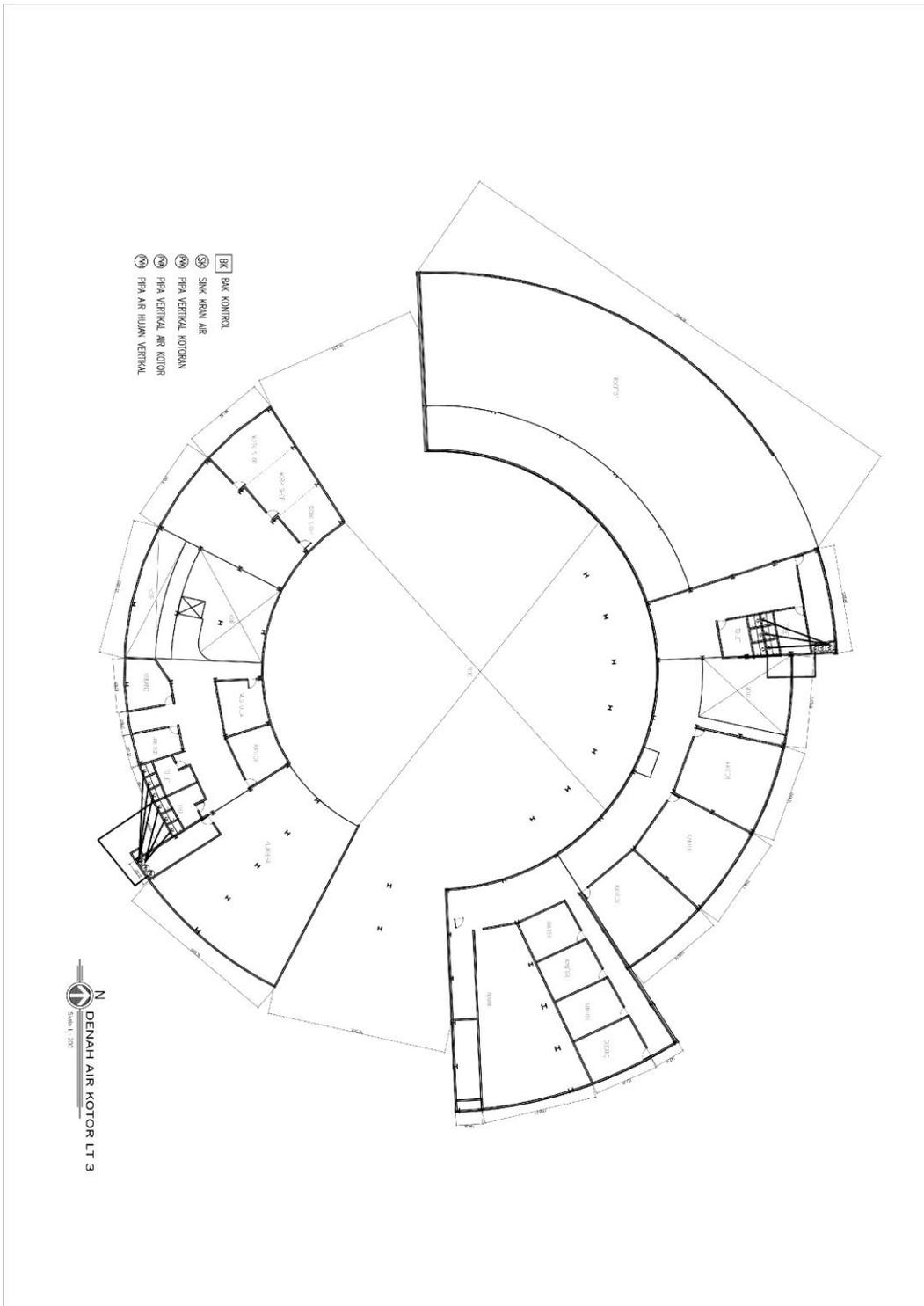
Gambar 5.14 Denah Air Bersih Lantai Atap (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



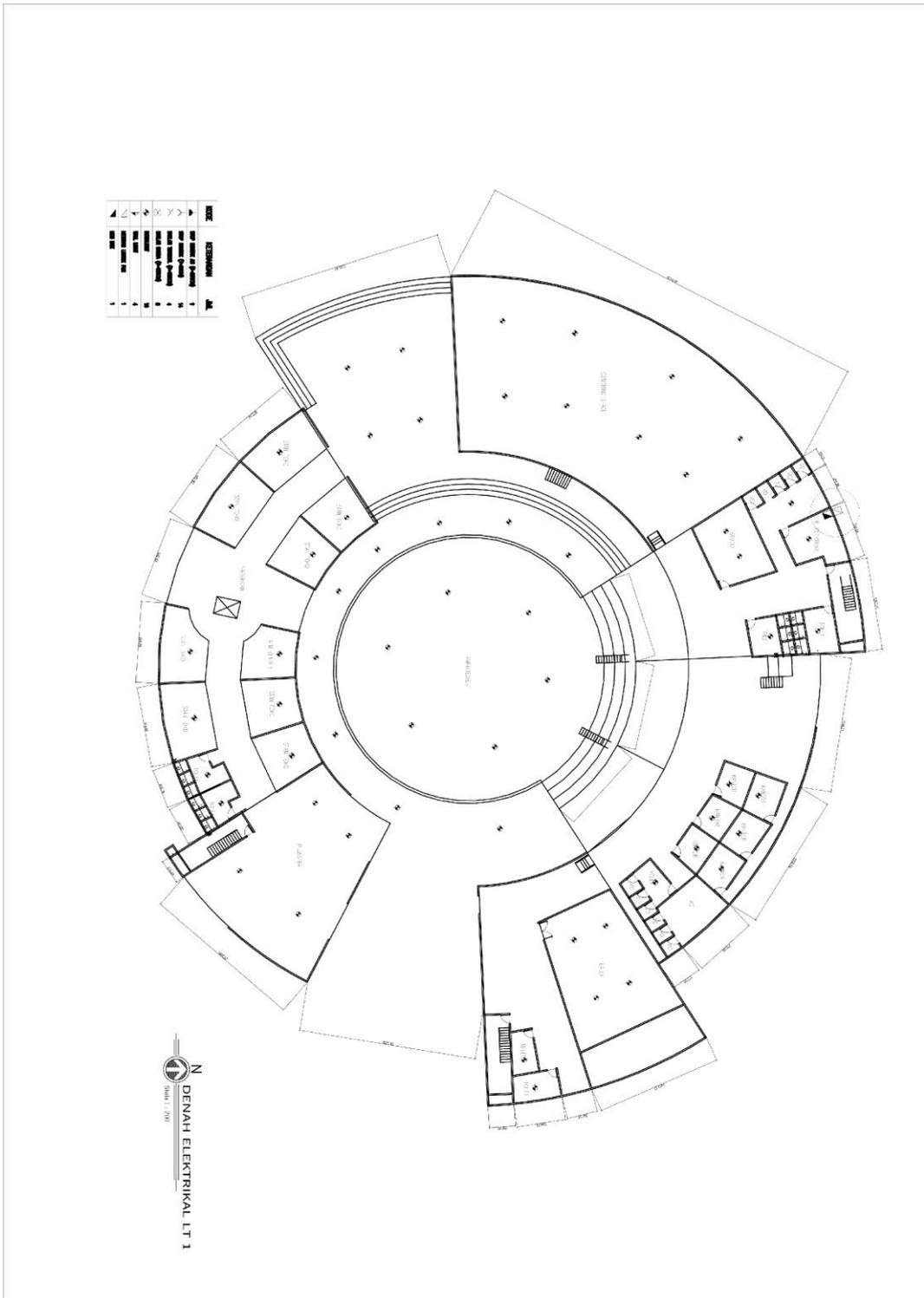
Gambar 5.15 Denah Air Kotor Lantai 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



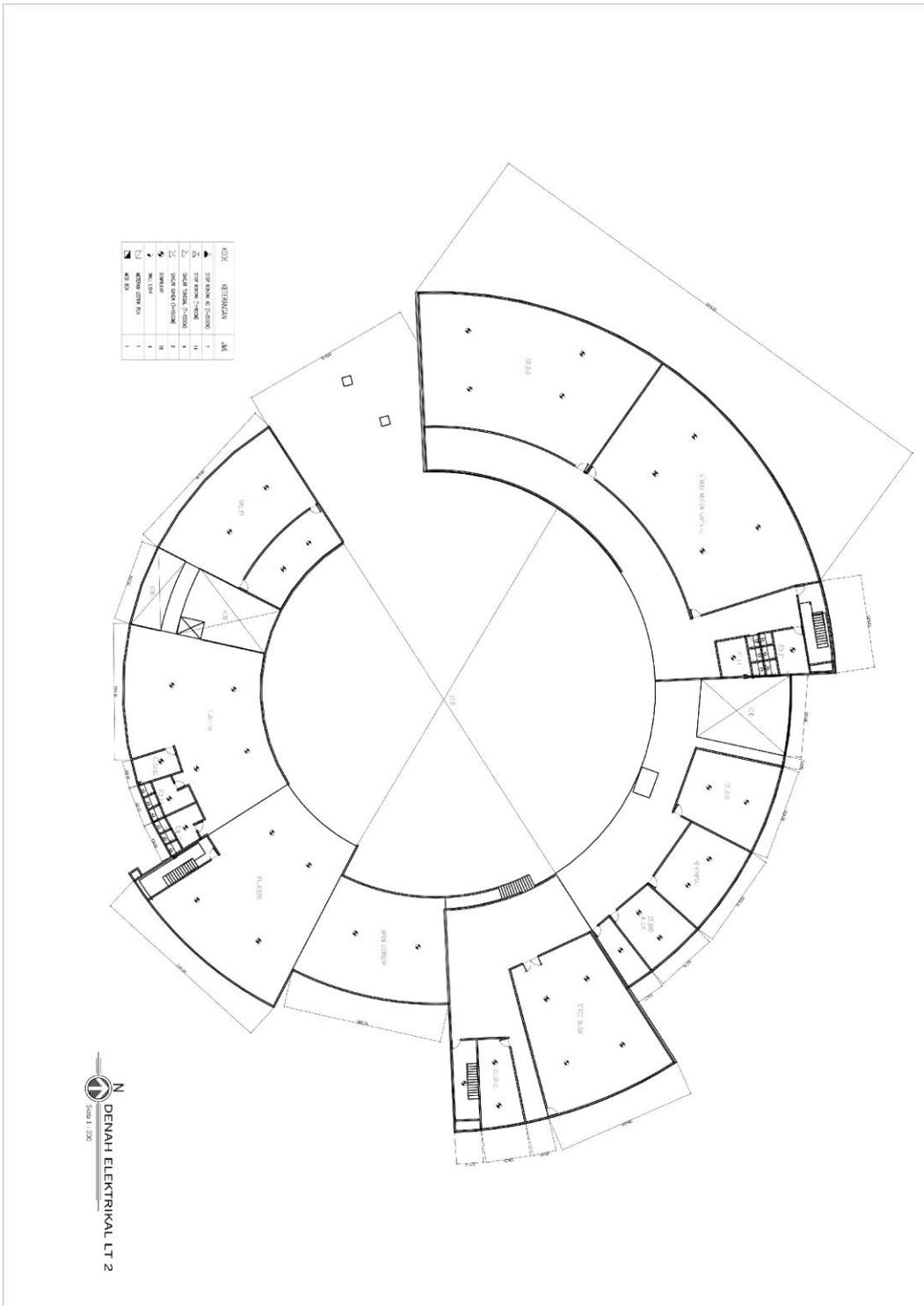
Gambar 5.16 Denah Air Kotor Lantai 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



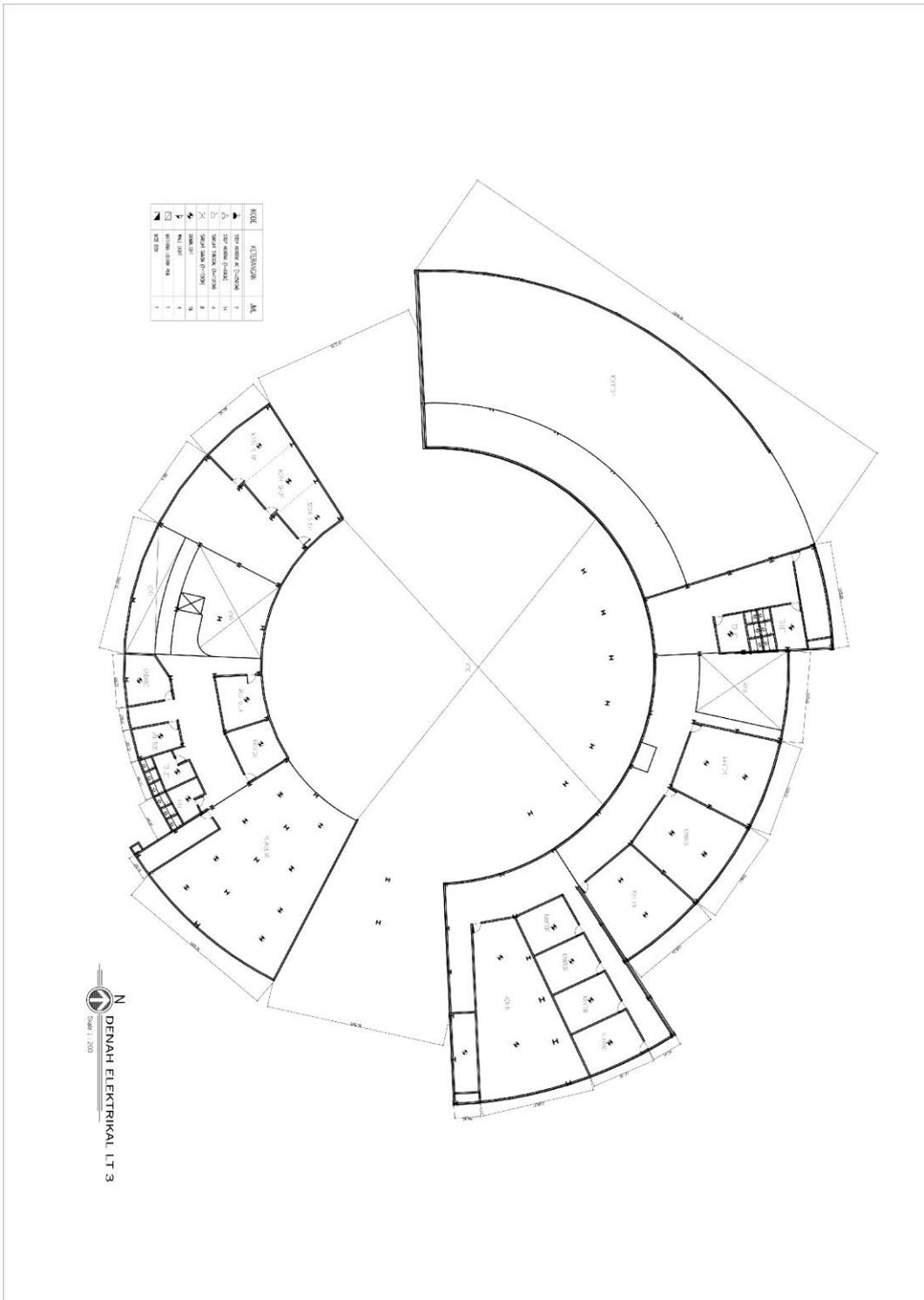
Gambar 5.17 Denah Air Kotor Lantai 3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5.18 Denah Elektrikal Lantai 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5.19 Denah Elektrikal Lantai 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5.20 Denah Elektrikal Lantai 3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 6

KESIMPULAN

Interaksi sosial yang melibatkan kreator video dengan penggemarnya dapat diwadahi melalui dengan mengibaratkan objek arsitektur sebagai komputer, yang mewadahi aktifitas produksi video sekaligus menjadi media untuk menampilkan video secara bersama.

(halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, H. 2009. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Erlangga: Jakarta.
- Gartiwa, M. dan Wijaya, A. 2005. *Pendekatan Sosiologi pada Perancangan Arsitektur*, Jurnal Ilmiah Arsitektur UPH, Vol. 2, No. 1, hal. 8 – 23.
- Jormakka, K. 2007. *Basics Design Methods*. Birkhäuser Architecture: Basel.
- Laurens, J. M. 2004. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. PT. Grasindo: Jakarta.
- Meiss, P. V. 1990. *Elements of Architecture: From Form to Place*. E & FN Spon: London.
- Molloy, Jonathan C. "Can Architecture Make Us More Creative?" 3 April 2013. ArchDaily. Diakses 12 Oktober 2016. <http://www.archdaily.com/353496/can-architecture-make-us-more-creative/>.
- Moore, Gary T. "Architecture and Human Behavior: The Place of Environment-Behavior Studies in Architecture" September 1979. Wisconsin Architect. Diakses 12 Oktober 2016. <http://sydney.edu.au/architecture/documents/staff/garymoore/28.pdf>.
- Neufert, Ernst. 1996. *Data Arsitek Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Neufert, Ernst. 2002. *Data Arsitek Jilid 2*. Erlangga: Jakarta.
- Pedoman Perencanaan dan Pengoperasian Fasilitas Parkir.
- Tangoro, Dwi. 1999. *Utilitas Bangunan*. Penerbit Universitas Indonesia: Jakarta.
- White, Edward T. 1983. *Site Analysis: Diagramming Information for Architectural Design*. Architectural Media, Ltd.: Florida.
- Zeisel, J. 1984. *Inquiry by Design: Tools for Environment-Behavior Research*. Cambridge University Press.