BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, pemuda – pemudi Indonesia banyak memiliki ide – ide kreatif. Mulai dari mengkritisi isu – isu yang ada hingga ahli mencari peluang sehigga bermunculan banyak sekali usaha dan bisnis baru. Hal ini tentunya cukup menyorot perhatian pemerintah, selain ide – ide yang luar biasa, para pemuda ini juga berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi negara. Maka dari itu hal ini disebut dengan industri kreatif, dimana industry ini berasal dari pemanfaatan kreativitas dan kreasi individu ataupun kelompok yang akhirnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta kesejahteraan. Mengetahui hal ini tentunya dapat disimpulkan bahwa industri kreatif adalah industri yang akan terus berkembang mengikuti kreativitas manusia. Bahkan Presiden Jokowi juga pernah menyebut bahwa industry kreatif adalah industry masa depan yang bisa mengangkat ekonomi Indonesia, pada saat diwawancarai di Ideafest 2020 oleh tim Kumparan.

Namun walaupun industri kreatif cukup berkembang, banyak juga diantaranya yang belum memiliki modal cukup maupun wadah untuk lebih berkembang lagi. Melihat mayoritas founder dan owner adalah anak muda yang bermodalkan ide dan kreasi, maka terkadang ide mereka terhambat oleh kurangnya dana, tidak adanya wadah hingga hanya berhenti di pengembangan secara online sebisa yang mereka mampu karena itulah jangkauan yang paling mudah dan dekat dengan mereka.

Maka dari itu, *creative compound* hadir sebagai wadah bagi para industri kreatif ini untuk lebih berkembang dan dikenal oleh masyarakat. Di *creative compound* akan berkumpul berbagai macam industri kreatif yang tentunya bertujan mendukung satu sama lain. Di *creative compound* ini para start-up bisa bekerja sekaligus bertemu dengan konsumennya secara langsung. Tentunya dengan adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli, akan terbangun koneksi personal yang akhirnya menumbuhkan kepercayaan lebih dan kesetiaan akan suatu brand, karena tidak dipungkiri generasi saat ini sangat mementingkan komunitas dan hubungan personal dengan penjual atau pemilik usaha saat membeli suatu barang.

1.2 Pernyataan Masalah

Dalam merancang *creative compound*, maka ada beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan yaitu :

1. Bagaimana merancang dan menghadirkan ruang kerja kreatif yang dapat mendukung pengguna dalam berpikir kreatif ?
2. Bagaimana penataan dan peletakan store yang baik sehingga seluruh store dapat berjalan dengan baik?
3. Apa saja industri kreatif yang akan diwadahi, serta bagaimana desain ruang yang baik untuk masing – masing jenis industri?

1.3 Tujuan

Tujuan ditulisnya proposal ini adalah :

1. Mengetahui rancangan desain ruang kreatif yang dapat mendukung pengguna untuk berpikir kreatif.
2. Mengetahui penataan dan peletakan *store* yang baik sehingga seluruh *store* dapat berjalan dengan baik.
3. Mengetahui jenis industry kreatif yang akan diwadahi, serta desain ruang yang baik untuk masing – masing jenis industri.

1.4 Orisinalitas

No	Judul Proyek	Topik / pendekatan yang diangkat	Nama Penulis
1.			
2.			