BAB VI

PENDEKATAN PERANCANGAN

6.1 Pendekatan Konsep Umum

Creative compound merupakan wadah dari industri kreatif. Maka dari itu interior dan penataan ruang menjadi hal yang sangat penting dalam mempengaruhi pengguna dalam berpikir kreatif atau mendukung pengguna untuk semakin berpikir kreatif. Nah untuk mendesain ruangan yang sesuai tentu desainer harus memahami terlebih dahulu bagaimana cara berpikir dari manusia kreatif serta bagaimana perilakunya sehingga ruangan yang di desain dapat lebih efektif. Kemudian disisi lain *creative compound*, juga merupakan wadah komersial yang membantu para industri kreatif dalam menjual produknya. Ini berarti selain memperhatikan kenyamanan pekerja, *creative compound* juga harus memperhatikan bagaimana pengunjung dapat nyaman serta dapat beraktifitas dengan baik. Hal ini akan didukung oleh teori – teori bagaimana pengunjung berbelanja sehingga peletakan dan layout dapat sesuai.

Kemudian konsep dari *creative compound*, sendiri adalah konsep kawasan dengan bangunan toko yang terpisah-pisah dan 1 bangunan tempat bekerjanya pelaku industri kreatif. Konsep ini memiliki resiko kebingungan bagi pengunjung yang beraktifitas didalamnya. Maka dari itu desain wayfinding yang baik dibutuhkan dalam menunjang aktifitas pengunjung sehingga pengunjung tidak tersesat saat melakukan aktifitas didalam *creative compound.* Kemudian *creative compound* juga akan menggunakan pendekatan voronoi serta space syntax dalam mendesain kawasan yang efektif dan efisien.

6.2 Pendekatan Konsep dalam Masalah Utama

Pada bagian ini akan dibahas tentang pendekatan konsep yang sesuai dengan masalah utama yang diangkat yaitu sebagai berikut :

a. **Bagaimana merancang dan menghadirkan ruang kerja kreatif yang dapat mendukung pengguna dalam berpikir kreatif ?**

   Dalam menjawab permasalahan diatas, akan digunakan landasan teori ruang kreatif dan psikologis manusia kreatif. Yang mana disini manusia kreatif merupakan interpretasi dari pelaku industri kreatif yang akan bekerja di area kerja *creative compound.* Merancang ruang kreatif yang sesuai bagi penggunanya tentu akan berdampak pada kualitas dan produktifitas dari pekerja yang ada didalamnya. Maka dari itu desain dari ruang kreatif ini akan mengacu dari jurnal – jurnal tentang desain

ruang kreatif yang telah dibahas pada bagian 5.7. Yang mana pada bagian tersebut diuraikan tentang ketentuan – ketentuan ruangan yang mendukung produktifitas dan berpikir kreatif.

b. Bagaimana penataan dan peletakan store yang baik sehingga seluruh store dapat berjalan dengan baik?

Peletakan store dalam kawasan *creative compound* merupakan hal yang cukup riskan. Jika letak atau pencapaiannya tidak baik maka dapat memunculkan kematian toko, dalam hal ini berarti suatu toko sulit dijangkau sehingga jarang terlihat oleh pengunjung. Untuk menjawab permasalahan ini, digunakan pendekatan voronoi dan *wayfinding*. Voronoi adalah cara atau pola membagi dan mempartisi ruang menjadi beberapa pecahan triangulasi. Pembagian Voronoi ini digunakan untuk membagi – bagi tapak menjadi pecahan yang nantinya pecahan tersebut akan menjadi lokasi suatu toko maupun area public. Pada *creative compound* secara khusus, akan digunakan beberapa parameter dalam pembuatannya, yaitu pohon eksisting, wayfinding / alur sirkulasi, serta kebutuhan luas ruang. Dalam pengaplikasiannya nanti juga akan dipertimbangkan mengenai teori sirkulasi yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

Kemudian untuk *wayfinding* yang akan digunakan adalah berupa *sculpture*, yang mana *sculpture* ini akan menjadi sign dari area – area seperti, kuliner, *fashion* dan *handicraft. Sculpture* dipilih karena mengingat proyek ini berbentuk kawasan yang apabila digunakan *signage* berupa sculpture akan lebih terlihat oleh pengguna dan akan memudahkan pengguna dalam beraktifitas. Desain *sculpture* nantinya juga akan dibuat ilustratif sehingga dapat menggambarkan area yang dimaksud.

Dalam mendesain kawasan ini juga akan diperhatikan ketentuan – ketentuan dari desain ruang bagi disabilitas, karena proyek ini merupakan proyek komersial yang pengunjungnya berasal dari berbagai usia dan tidak menutup kemungkinan adanya pengunjung disabilitas.

c. Apa saja industri kreatif yang akan diwadahi, serta bagaimana desain ruang yang baik untuk masing – masing jenis industri?

Menurut data dari kominfo, industri teratas Jawa Tengah adalah kuliner, *fashion* dan kriya. Nah karena *creative compound* ini berlokasi di Semarang, Jawa Tengah yang tujuannya untuk mewadahi industri kreatif di Jawa Tengah, maka ke-3

subsektor inilah yang akan diwadahi. Untuk desain tokonya sendiri akan menyesuaikan dengan psikologis orang berbelanja. Yang mana disesuaikan lagi dengan produk yang akan di-*display* oleh masing – masing brand. *Layout* yang dibuat tidak akan terlalu berbeda jauh, namun untuk lebih detailnya akan disesuaikan lagi dengan produk serta *moodboard* dari brand yang akan menempati. Namun yang pasti pada masing – masing toko akan diberi bukaan yang cukup lebar dan *sign system* yang menunjukan nama *brand*. Bukaan disini berfungsi untuk membuat pengunjung bisa memperkirakan apa yang ada didalam toko sebelum masuk ke dalamnya. Dengan mengetahui apa yang ada di dalam sebuah toko, maka pengunjung akan lebih tertarik untuk melihat barang yang ada di dalam toko, dari pada hanya melihat *sign system brand* nya saja. Masing – masing industri ini juga akan disusun berkelompok sehingga kawasan lebih rapi dan lebih mudah bagi pengunjung untuk menentukan arah berdasarkan bidang tujuannya.

Kemudian untuk *layout*, desain interior serta letak display produk juga akan didesain berdasarkan ketentuan landasan teori desain toko yang telah dikaji pada bab 5, secara khusus menggunakan *free-form layout*.