

**PERENCANAAN INTERIOR
INDONESIAN CREATIVE CHARACTER CENTER
DI BANDUNG**

TUGAS AKHIR KARYA



**OLEH
FIQY FAUZI
NIM. 12150108**

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2017**

**PERENCANAAN INTERIOR
INDONESIAN CREATIVE CHARACTER CENTER
DI BANDUNG**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Interior
Jurusan Desain



OLEH
FIQY FAUZI
NIM. 12150108

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
2017**

**PENGESAHAN
TUGAS AKHIR KARYA**

**PERENCANAAN INTERIOR
INDONESIAN CREATIVE CHARACTER CENTER
DI BANDUNG**

Oleh

FIQY FAUZI

NIM. 12150108

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji

pada tanggal 31 Januari 2017

Tim Penguji

Ketua Penguji : Agung Purnomo, S.Sn., M.Sn

(

Penguji Bidang I : Ahmad Fajar Ariyanto, S.Sn., M.Sn

(

Penguji Bidang II : Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A

(

Penguji/Pembimbing : Indarto, S.Sn., M.Sn

(

Sekretaris Penguji : Putri Sekar Hapsari., S.Sn., M.A

(

Deskripsi karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 6 Februari 2017
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., M.Sn
NIP. 19711102003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fiqy Fauzi

NIM : 12150108

menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya berjudul :

Perencanaan Interior Indonesian Creative Character Center di Bandung adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiasi, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 8 Februari 2017

Yang menyatakan,



Fiqy Fauzi

NIM. 12150108

ABSTRAK

PERENCANAAN INTERIOR INDONESIAN CREATIVE CHARACTER CENTER DI BANDUNG (Fiqy Fauzi, 2017, xxii dan 250 halaman). Tugas Akhir Karya S-1 Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Desain karakter kreatif merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep manusia dengan segala macam atributnya. Karakter kreatif bisa lahir dari berbagai konsep dan tujuan serta media apa yang digunakan untuk menghidupkannya. Aplikasi karakter kreatif meliputi film animasi, iklan animasi, ilustrasi, *game*, komik, maskot, *cosplay*, *action figure* dan *merchandise*, akan tetapi karakter kreatif di Indonesia kebanyakan masih identik dengan pengaruh gaya Jepang ataupun Barat. Upaya dalam membangkitkan dan mengembangkan karakter Indonesia yaitu dengan banyak diselenggarakannya lomba desain karakter bertema budaya lokal. Banyaknya media aplikasi desain karakter berpotensi untuk membangkitkan, memperkenalkan dan mempromosikan karakter – karakter asli Indonesia ke pada masyarakat luas baik dalam maupun luar negeri. Perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung akan dijadikan sebagai pusat pengembangan karakter kreatif Indonesia dengan sentuhan budaya lokal serta tempat berkumpulnya komunitas. Konsep perencanaan yang diambil yaitu *superhero*, hal tersebut untuk memperkuat karakter Indonesia dan menunjukkan bahwa *superhero* Indonesia tidak kalah hebat dengan karakter – karakter dari Jepang maupun Barat. *Superhero* yang akan diangkat sebagai tema perencanaan yaitu tokoh *superhero* Garudaman dari film produksi Jogja Tokusatsu dengan memadukan budaya lokal yang dikemas secara kekinian. Tokoh Garudaman sekaligus menjadi sebuah penghormatan anak bangsa pada peringatan hari Pancasila. Rasa nasionalisme pada karakter Garudaman menjadi alasan utama pemilihan tema tersebut. Tema *superhero* Garudaman akan dipadukan dengan gaya interior *postmodern*.

Kata Kunci : Karakter Kreatif, *Superhero*, Garudaman

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.”

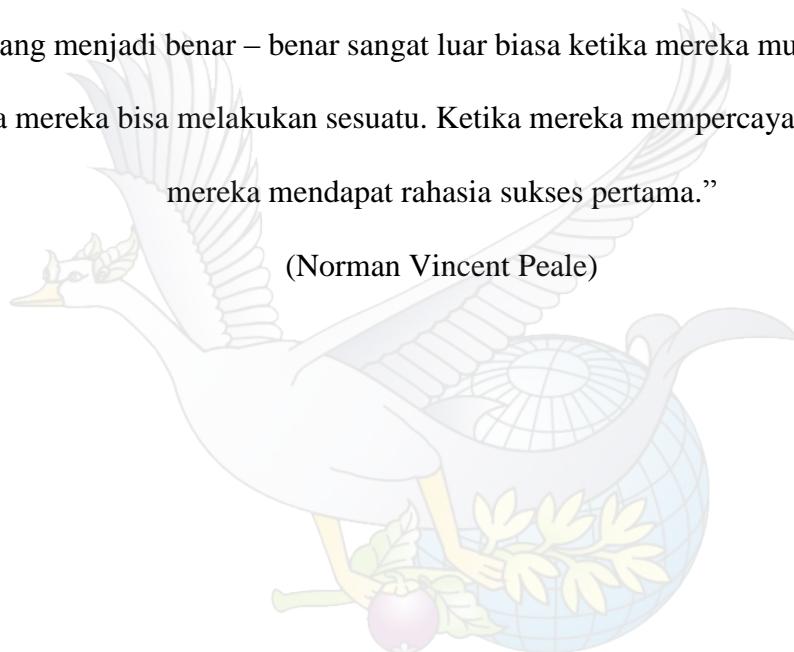
(QS. Al Insyirah : 6)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Tahalib)

“Orang menjadi benar – benar sangat luar biasa ketika mereka mulai berpikir bahwa mereka bisa melakukan sesuatu. Ketika mereka mempercayai diri sendiri, mereka mendapat rahasia sukses pertama.”

(Norman Vincent Peale)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang berkarakter dengan berbagai macam tradisi, budaya serta Pancasila sebagai ideologi bangsa. Karakter menurut J. P. Chaplin merupakan suatu kualitas atau sifat yang tetap terus – menerus dan kekal serta dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek atau kejadian.¹ Bagi bangsa Indonesia, karakter itu bertumpu pada Pancasila sebagai dasar kelima sila. Karakter bangsa juga dapat ditumbuhkan melalui proses internalisasi dalam budaya di masyarakat misalnya melalui keteladanan tokoh, cerita-cerita kearifan lokal, dan melalui media komunikasi.

Media komunikasi merupakan media yang dipergunakan dalam proses komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Beberapa media komunikasi yang dapat menyampaikan ilmu pengetahuan secara cepat dan menghibur antara lain komik dan animasi. Komik dan animasi efektif dalam menggambarkan imajinasi secara eksplisit², keduanya mampu menampilkan sosok, figur, suasana, dan dunia imajinasi yang sebelumnya hanya bisa dijangkau melalui angan-angan ke dalam bahasa visual yang kasat mata. Komik dan animasi adalah dua media yang berbeda, akan tetapi keduanya saling berhubungan dan melengkapi sebagai bagian dari strategi industri kreatif. Bersama film dan *game*, komik dan animasi

¹ Prof. Dr. Syfaruddin, M.Pd. *Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Medan: Perdana Publishing, 2012), hal 177.

² Eksplisit memiliki arti tegas, gamblang, tidak tersembunyi, tidak bertele-tele, tersurat, jelas dan tidak mempunyai gambaran makna yang kabur dalam berbagai hal.

sering dikemas sebagai satu paket yang menjual desain karakter dalam berbagai produk turunannya.

Desain karakter adalah bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep manusia dengan segala atributnya, sifat fisik, profesi, tempat tinggal, bahkan takdir dalam bentuk yang beraneka rupa bisa hewan, tumbuhan ataupun benda – benda mati. Secara visual desain karakter sering disebut dengan istilah kartun yang biasanya hadir dalam visual sangat sederhana bahkan terkesan abstrak. Bentuk terdiri dari garis - garis *outline*, penggunaan warna – warna solid dan aplikasi bentuk yang ditujukan untuk mengkomunikasikan konsep karakter yang dimiliki.³ Desain karakter di Indonesia kebanyakan masih identik dengan pengaruh gaya Jepang ataupun Barat. Minimnya perhatian terhadap desain karakter Indonesia dipengaruhi oleh produk impor yang memberi pengaruh luar biasa tinggi terhadap masyarakat maupun kreator di Indonesia.

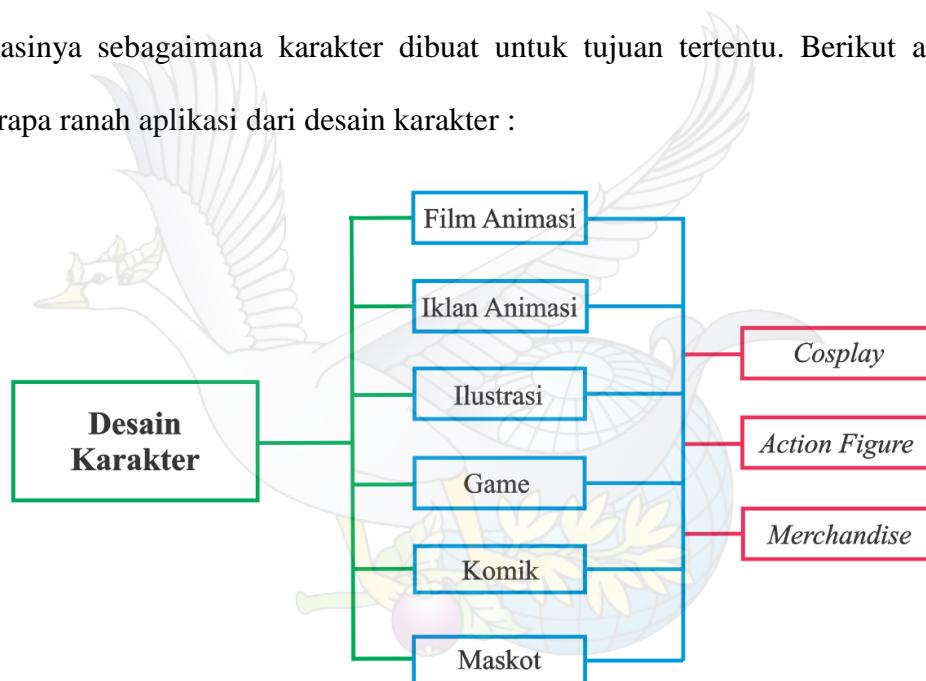
Upaya dalam membangkitkan dan mengembangkan karakter Indonesia yaitu dengan banyak diselenggarakannya lomba desain karakter. Salah satu lomba yang mengangkat budaya lokal adalah lomba yang diadakan oleh *Faber Castell International Indonesia* pada tahun 2012. Lomba tersebut mengusung tema *Your Fantasy Of Indonesian Heroes* di sebelas kota besar di Indonesia meliputi Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Banjarmasin, Medan, Samarinda, Makassar dan Balikpapan.⁴ Pada tahun 2014 karakter animasi Indonesia

³Rangga Pratama W. 2011. *Character Design*. (Online), (<https://ranggawahyudiarta.wordpress.com/2011/01/05/materi-character-design/>), diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB).

⁴Nanjung. 2012. *Lomba Desain Karakter “Your Fantasy Of Indonesian Heroes”*, (Online), (<http://koloni-fanartist.deviantart.com/journal/LOMBA-DESAIN-KARAKTER-321841705>), diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB).

yang berbasis budaya lokal yaitu *Sal-Siti* dan *Hebring* menjadi juara pertama dan kedua pada ajang ASEAN Character Award, dan pemberian *awarding* dilakukan pada event Japan International Animation.⁵

Desain karakter bisa lahir dari berbagai konsep dan tujuan serta media apa yang digunakan untuk menghidupkannya. Desain karakter bisa lahir dari sebuah gagasan yang *pure art* atau bisa dikatakan lahir tanpa kepentingan apapun. Namun tidak menutup kemungkinan karakter – karakter tersebut akan berpindah ke ranah aplikasinya sebagaimana karakter dibuat untuk tujuan tertentu. Berikut adalah beberapa ranah aplikasi dari desain karakter :



Gambar 1. Skema Aplikasi dari Desain Karakter
(Analisis Penulis dari Berbagai Sumber, 2016)

Banyaknya media aplikasi desain karakter berpotensi untuk membangkitkan, memperkenalkan dan mempromosikan karakter – karakter asli Indonesia kepada masyarakat luas baik dalam maupun luar negeri. Latar belakang dari sebuah

⁵Tis. 2014. *Karakter Animasi Indonesia Diakui Dunia Internasional* , (Online), (<http://www.tabloidkabarfilm.com/berita/389/389.html>, diakses 30 Mei 2016, 21:58 WIB).

karakter tidak lepas dari visualisasi karakter tersebut, sehingga karakter yang mengangkat budaya lokal secara tidak langsung akan memiliki nilai edukasi tersendiri terhadap penikmatnya.

Aplikasi dari desain karakter masing – masing memiliki hubungan yang signifikan. Misalnya saja terdapat banyak animasi yang dimulai dari sebuah komik, setelah itu karakter – karakter yang ada dalam komik, animasi maupun *game* dibuat sebuah *action figure*, *merchandise* atau diaplikasikan dalam bentuk *cosplay*. Pada ajang HelloFest yaitu *event pop culture* terbesar di Indonesia yang dilaksanakan sejak tahun 2004, melibatkan banyak jenis aplikasi karakter. Walaupun bertajuk animasi akan tetapi acara tersebut juga mengadakan rilis komik lokal, kompetisi *cosplay*, penyewaan *booth* untuk penjualan *merchandise*, *action figure*, mainan, promosi *video game* serta kegiatan kreatif lainnya.

Event – event serupa dan berskala nasional juga sudah banyak dilaksanakan, diantaranya *Jakarta Comic – Con*, Festival Komik dan Animasi Nasional, *Industry Creative Festival* (INCREFEST), *ComicFest ID*, *Indonesia Toy Game Comic Convention* (ITGCC), *Indonesia Game Show*, *Cosplay Live Action Show Hybrid* (CLAS:H), dan *Indonesia Cosplay Grand Prix* (ICGP). Selain *event* nasional terdapat juga *event* skala internasional yang dilaksanakan di Indonesia seperti *Anime Festival Asia Indonesia* (AFA id), *Baros International Animation Festival* dan *Pop Con Asia* atau *Pop Culture Convention in Asia*.

Pada *event* skala nasional seperti ICGP dimana pemenangnya akan berkesempatan menjadi perwakilan Indonesia untuk mengikuti *event* internasional *World Cosplay Summit* (WCS) . WCS merupakan *cosplay event* yang diadakan di

Nagoya, Jepang yang dimulai sejak tahun 2005 akan tetapi tim Indonesia mulai bergabung pada tahun 2012 dan langsung memperoleh juara ketiga. Pada tahun 2014 tim Indonesia kembali mendapat juara ke 3 dan *Joysound Award* di final *ceremony*.⁶ Prestasi membanggakan telah diraih anak bangsa dimana pada tahun 2016 finalis Indonesia memperoleh juara pertama di ajang WCS dan mengalahkan 29 tim dari negara lain termasuk tim Jepang sebagai tuan rumah.⁷ Kreativitas anak bangsa dalam bidang *pop culture* terus mengalami perkembangan kearah yang lebih baik. Hal tersebut memungkinkan karya anak bangsa akan terus menembus pasar internasional sekaligus memperkenalkan budaya lokal ke mata dunia.

Data peningkatan pecinta *pop culture* diambil dari *event Anime Festival Asia Indonesia* (AFA id) dari tahun 2012 sampai tahun 2015. Secara berurutan jumlah peserta *event* AFA id yaitu 40.000 peserta, 53.000 peserta, 55.000 peserta, dan 60.558 peserta untuk tahun 2015.⁸ Selain dari AFA id antusias masyarakat akan *pop culture* Indonesia juga terlihat dalam Pop Con Asia. Data peningkatan pengunjung diambil dari tahun 2012 sampai tahun 2015 yaitu secara berurutan dengan jumlah 9.000 pengunjung, 18.000 pengunjung, 24.000 pengunjung dan 37.000 pengunjung pada tahun 2015.⁹

⁶Anibee. 2014. *WCS 2014: Liputan dan Foto-Foto Eksklusif*, (Online), (<http://www.anibee.tv/news/id/cosplay/3980/wcs-2014-liputan-dan-foto-foto-eksklusif/>), diakses 27 Mei 2015, 08:07 WIB).

⁷Betaotaku. 2016. *World Cosplay Summit 2016 : Indonesia Boyong Juara 1 dan Segudang Kejutan*, (Online), (<https://www.akibanation.com/world-cosplay-summit-2016-indonesia-boyong-juara-1-dan-segudang-kejutan/>), diakses 4 Oktober 2016, 10:25 WIB).

⁸(Online), (<http://www.animefestival.asia/>), diakses 09 Maret 2016, 16:31 WIB)

⁹Yohannie Linggasari. 2014. *Superhero Lokal Ramaikan Pesta Budaya Populer*, (Online), (<http://m.ccnindonesia.com / hiburan / 20140922112033 – 241 – 3889 / superhero – lokal - ramaikan-pesta-budaya-populer>), diakses 28 Mei 2016, 22:00 WIB).

Keramaian pada *event – event pop culture* salah satunya tidak lepas dari adanya *cosplay* yang turut memeriahkan suasana *event*. *Cosplay* merupakan gabungan dari kata *costume* dan *play* yaitu kegiatan mengenakan kostum, aksesoris, dan rias wajah menyerupai karakter favorit. Karakter yang dimaksud adalah karakter yang ada di dalam komik, film animasi, *video game*, penyanyi, dongeng, legenda, tokoh idola dan lain – lain. Menurut sebuah buku yang berjudul *Cosplay Naze Nihonjin wa Seifuku ga suki na no ka* karya Fukiko Mitamura *cosplay* diartikan sebagai seseorang yang dapat dengan mudah menjadi suatu tokoh dan dapat dengan cepat menjadi apa yang diinginkan oleh dirinya.¹⁰ *Cosplay* merupakan jenis seni pertunjukan yang mencakup banyak hal seperti *fashion design, craft, make up, film, acting, photography, music* serta *photo editing*. Peraga *cosplay* atau orang yang melakukan kegiatan *cosplay* disebut dengan *cosplayer*. Seorang *cosplayer* akan melakukan gerakan – gerakan menyerupai tokoh yang mereka perankan. Gaya dan gerakan mereka akan diabadikan oleh seorang fotografer khusus *cosplay* yang disebut dengan kamera *kozo (kameko)*.¹¹

Cosplay merupakan sebuah budaya pop kreatif yang tumbuh dan berkembang di Jepang. Budaya *cosplay* bermula dari sebuah perkumpulan penggemar film fiksi di Amerika yaitu pada tahun 1930-an. Semula istilah yang digunakan pada perkumpulan tersebut bukanlah *cosplay* akan tetapi *costume fandom*. *Costume fandom* merupakan definisi dari penggemar bidang fiksi ilmiah dan fantasi yang merupakan adaptasi dari pesta topeng atau *masquerade*. Budaya

¹⁰Aji. 2011. *Apa sih COSPLAY itu?*, (Online), (<http://jayapoken.blogspot.co.id/2011/10/apa-sih-cosplay-itu.html> diakses 9 April 2016, 20:46 WIB).

¹¹Hasil wawancara Diyah Ayu W, 21tahun, Jakarta, *cosplayer* dari komunitas HIKACOSIN (Himpunan Kameko dan Cosplayer Indonesia), 9 April 2015.

cosplay masuk di Jepang pada tahun 1980-an yang diperkenalkan pertama kali dalam bentuk pesta topeng dalam acara Nihon SF Taikai ke 17 di prefektur Kanagawa, Jepang. Istilah *cosplay* kemudian diciptakan oleh Takahashi Nobuyuki yaitu pendiri *Studio Hard Publishing Company* pada tahun 1984.¹² Tahun 1985 budaya *cosplay* berkembang pesat di Jepang dan mulai melakukan kegiatan kelompok pada tahun 1986.¹³

Seiring berkembangnya budaya *cosplay* di negara Jepang, *cosplay* yang merupakan budaya populer saat itu masuk di Indonesia pada awal tahun 2000-an melalui *event* Gelar Jepang yang diadakan di Universitas Indonesia. Semula belum ada minat dari masyarakat luar, sehingga hanya *Event Organizer* (EO) dari acara tersebut yang melakukakan kegiatan *cosplay*. Berawal dari *event* Gelar Jepang beberapa remaja Bandung mulai memperkenalkan *harajuku style* sehingga muncullah *cosplayer* pertama yang bukan EO dari acara tersebut. Pada tahun 2005 seiring dengan animasi dan komik dari Jepang yang semakin merebak, komunitas *cosplay* pun berkembang di berbagai daerah Indonesia.

Pengenalan karakter dalam bentuk *cosplay* akan lebih memiliki daya tarik tersendiri karena masyarakat dapat melihat secara nyata tokoh – tokoh yang ada pada dunia fiksi. Selain menarik dan menyenangkan secara tidak langsung mereka juga akan belajar mengenai karakter – karakter asli Indonesia. Berawal dari banyaknya *cosplay event* di Indonesia, *costume maker* maupun *cosplayer* mulai

¹²Ashley Lotecki. 2012. *Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play*. Theses and dissertations. Canada : Ryerson University, hal.1, (Online), (<http://digitalcommons.ryerson.ca> – Cosplay – Culture – The – Development – Interactive – and – Living - Art through - Play diakses 13 Mei 2015, 14:01 WIB).

¹³Dhiko. 2010. *Cosplay Beyond Hobby Culture and Self*, (Online), (<http://dhiko.blogspot.com/2010/05/cosplay-beyond-hobby-culture-and-self.html> diakses 27 Mei 2015, 08:25 WIB).

membuat sebuah desain karakter kreatif yang langsung diaplikasikan dalam bentuk kostum. Karakter kreatif dalam hal ini diartikan sebagai kegiatan untuk menciptakan suatu karakter yang baru dan relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Misalnya saja *costume maker* sekaligus *cosplayer* asal Bandung Dhoa Revalino membuat sebuah karakter *superhero* Prabu Boro yang mengadopsi dari visualisasi Borobudur dan dijadikan sebagai *project* film web serial.

Pada tanggal 2 November 2014 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemprov DKI Jakarta menggelar *Jakarta Cosplay Parade* (JCP) di area Monas dengan tema *Rising of Indonesian Legend*. JCP menampilkan sekitar 1500 *cosplayer* dari 23 komunitas ataupun individu dari Jakarta, Bandung dan sekitarnya. *Event* tersebut juga dimeriahkan oleh *guest star* atau bintang tamu yang berasal dari luar negeri seperti Singapura, Malaysia, Myanmar, Korea Selatan dan Belanda. Menurut Arie Budhiman, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta, tokoh-tokoh legenda dan *superhero* Indonesia tidak kalah dengan tokoh-tokoh dari luar negeri. Parade tersebut digelar untuk mempromosikan Jakarta sebagai kota yang mendukung budaya pop kreatif atau budaya populer yang mengandung kreativitas serta untuk memperkenalkan *superhero* Indonesia.¹⁴

Superhero Indonesia merupakan tokoh pahlawan atau karakter fiksi yang memiliki kekuatan luar biasa untuk membasmi kejahatan yang berasal dari komik, cerita wayang, film *superhero* dan karakter – karakter lain yang berasal dari Indonesia. *Superhero* Indonesia yang terkenal antara lain Gatotkaca dan Pandawa

¹⁴Figaro Leonhart. 2014. *Jakarta Cosplay Parade Bangkitnya Karakter Nusantara*, (Online), (<http://cosplayjakarta.com/jakarta-cosplay-parade-bangkitnya-karakter-nusantara/>, 1 Juni 2015, 02:38 WIB).

Lima yang berasal dari cerita wayang, Gundala Putra Petir, Volt dan Godam yang berasal dari komik Indonesia, serta Reog Ponorogo dari kesenian tradisi Indonesia. Banyaknya media pengaplikasian desain karakter menuntut para kreator Indonesia untuk terus mengembangkan kemampuan dan kreativitas agar dapat bersaing ke kancah internasional. Maka dari itu dibutuhkan tempat yang dapat mewadahi kegiatan dan kebutuhan para pelaku pengembang karakter kreatif baik dalam komunitas maupun perorangan.

Perencanaan *Indonesian Creative Character Center* (ICCC) yang dilengkapi dengan fasilitas – fasilitas yang mendukung, akan dijadikan sebagai pusat pengembangan karakter kreatif Indonesia dengan sentuhan budaya lokal serta tempat berkumpulnya para kreator dan komunitas. Komunitas pecinta karakter seperti komunitas komik, animasi, *game*, ilustrasi, *action figure* serta *cosplay* dapat melakukan *gathering* dan diskusi seputar bidang mereka masing - masing. ICCC yang termasuk ke dalam kategori rekreasional hiburan menyediakan fasilitas utama dengan beberapa fungsi yaitu fungsi edukasi, informasi, apresiasi, dan komersil.

Fungsi ICCC didasarkan pada kegiatan utama yang dilakukan di dalam gedung meliputi menciptakan dan mengembangkan karakter kreatif Indonesia, membuat film animasi dan film laga *fantasy* yang menggunakan *special effect* dalam bentuk web serial, membuat komik dalam bentuk digital, membuat *game*, membuat kostum *cosplay* dan kostum original karakter, belajar membuat kostum, *game* dan animasi dengan mengikuti kelas, membuat *merchandise* dan *action figure*, pertunjukan *Indonesian cosplay performance* baik itu dalam bentuk *cosplay*

*cabaret*¹⁵, *band*, *fashion show* maupun kegiatan lainnya, *cosplay photo session*, seminar dan *workshop*, pemutaran film animasi dan laga *fantasy* Indonesia, pertemuan komunitas serta penyelenggaraan *event pop culture* Indonesia. Perencanaan ICCC akan diletakkan di kota yang memiliki potensi lebih dalam bidang industri kreatif. Kota yang dipilih yaitu kota Bandung tepatnya di wilayah Bandung Timur yaitu kawasan Gedebage. Pelatakan ICCC di kawasan Bandung Timur Sub Wilayah Kota (SWK) Gedebage mengacu pada peraturan daerah kota Bandung nomor 18 tahun 2011-2031 tentang tata ruang wilayah kota Bandung.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi, sehingga kondisi tersebut cukup kondusif untuk mengembangkan industri kreatif.¹⁶ Terdapat 14 jenis industri kreatif di Indonesia yaitu industri periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, *fashion*, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan *software*, televisi dan radio, riset dan pengembangan, kuliner dan yang terakhir adalah video, film serta fotografi.¹⁷ Industri kreatif berhubungan erat dengan kota Bandung, dimana kota Bandung pernah dinobatkan sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur di Yokohama oleh *British Council* pada tahun 2007. Pada tahun 2011, Bandung juga dinobatkan sebagai kota terkreatif se-Asia oleh *Channel News Asia* dari Singapura, dimana kota Bandung akan menjadi titik sentral pada perkembangan ekonomi masa depan yang

¹⁵*Cosplay Cabaret* merupakan pertunjukan drama teaterikal yang di bawakan oleh suatu tim *cosplay*.

¹⁶Tuty Herawati, Christina L Rudatin dan Djuni Akbar. 2014. *Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif*. *Epigram*, Vol.11 No.2, hal. 95-102.

¹⁷Dinas perindustrian dan energy provinsi DKI Jakarta. 2015. *Macam – macam Industri Kreatif di Indonesia*, (Online), (<http://disperindgi.jakarta.go.id/macam-macam-industri-kreatif-di-indonesia/>) diakses 24 April 2016 23:41 WIB)

berbasis industri kreatif.¹⁸ Melihat potensi kota Bandung, pemerintah mengusulkan bersamaan dengan empat kota di Indonesia yaitu Denpasar, Pekalongan, Yogyakarta dan Solo masuk dalam jaringan program *Creative City Network* (CCN) pada tahun 2012. CCN adalah program pengembangan kerja sama kota-kota kreatif dunia yang diinisiasi *United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) pada tahun 2004.¹⁹ Pada akhir tahun 2015 UNESCO akhirnya umumkan Bandung masuk dalam jaringan kota kreatif berbasis desain.

Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung mengambil konsep *superhero* Indonesia. Konsep tersebut diambil untuk memperkuat karakter Indonesia, dan menunjukkan bahwa *superhero* Indonesia tidak kalah hebat dengan karakter – karakter dari Jepang maupun Barat. Masyarakat pada umumnya tidak banyak yang tahu bahwa Indonesia memiliki *superhero* lokal yang sudah lama diciptakan. Banyak masyarakat melupakan atau sama sekali tidak tahu akan adanya tokoh *superhero* lokal. Konsep ini bertujuan untuk membangkitkan kembali karakter *superhero* Indonesia sehingga masyarakat lebih menghargai akan karya bangsa sendiri. Konsep *superhero* tersebut dijadikan landasan dalam pengambilan tema yang akan diterapkan pada interior *Indonesian Creative Character Center*. *Superhero* asli Indonesia yang akan diangkat menjadi tema yaitu *superhero* Garudaman karya Nawa Rie Eda pada tahun 2012.

Garudaman merupakan tokoh *superhero* dari film produksi Jogja Tokusatsu atau JTOKU dengan memadukan budaya lokal yang dikemas secara kekinian.

¹⁸Khoiril Tri Hatnanto. 2015. *Bandung dan Solo Layak Kota Kreatif*, (Online), (<http://www.varia.id/2015/03/05/bandung-dan-solo-layak-kota-kreatif>, diakses 25 November 2015, 03:20 WIB).

¹⁹(Online), (<http://en.unesco.org/creative-cities/home>, diakses 27 November 2015, 16:21 WIB).

Tokoh Garudaman sekaligus menjadi sebuah penghormatan anak bangsa pada peringatan hari Pancasila. Rasa nasionalisme pada karakter Garudaman menjadi alasan utama pemilihan tema tersebut. Dimana karakter Garudaman dibuat untuk mengingatkan kembali lambang negara Indonesia dan kelima sila sebagai dasar bangsa Indonesia, sedangkan visualisasi dari tokoh diambil dari burung Garuda Wisnu Kencana. Tema *superhero* Garudaman akan dipadukan dengan gaya interior *postmodern*.

Gaya *postmodern* dalam interior menyesuaikan *worldview* masyarakat, khususnya di Indonesia. Cara pandang masyarakat saat ini adalah kejemuhan dengan peraturan-peraturan *modern* yang semakin kuat dan cenderung semakin meninggalkan nilai budaya dan estetika. Pada dasarnya masyarakat Indonesia menyukai pembebasan bentuk – bentuk yang sifatnya dekoratif dan simbolik.²⁰ Gaya *postmodern* sendiri merupakan percampuran antara tradisional dengan non-tradisional, gabungan setengah *modern* dengan setengah *nonmodern*, perpaduan antara lama dan baru. *Postmodern* mempunyai *style* yang *hybrid* atau perpaduan dua unsur dan bermula ganda atau sering disebut sebagai *double coding*.²¹ Gaya interior *postmodern* yang demikian akan sesuai dengan tema Garudaman, yang mana karakter Garudaman merupakan perpaduan antara budaya lokal dan budaya *modern*. Perpaduan tersebut sama artinya dengan perpaduan antara lama dan baru, sehingga gaya *postmodern* dipilih untuk menciptakan interior

²⁰ Widya Arindita. *Desain Interior Sekolah Musik Purwa Caraka Surabaya dengan Gaya Postmodern dan Tema Orkestra Jawa* , (Tugas Akhir Desain Interior Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2011), hal.8

²¹ Agus Dharma, *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*, (Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma, 2012), hal. 2

yang dapat mengakomodasi berbagai elemen pada budaya lokal yang akan dikemas secara setengah *modern*.

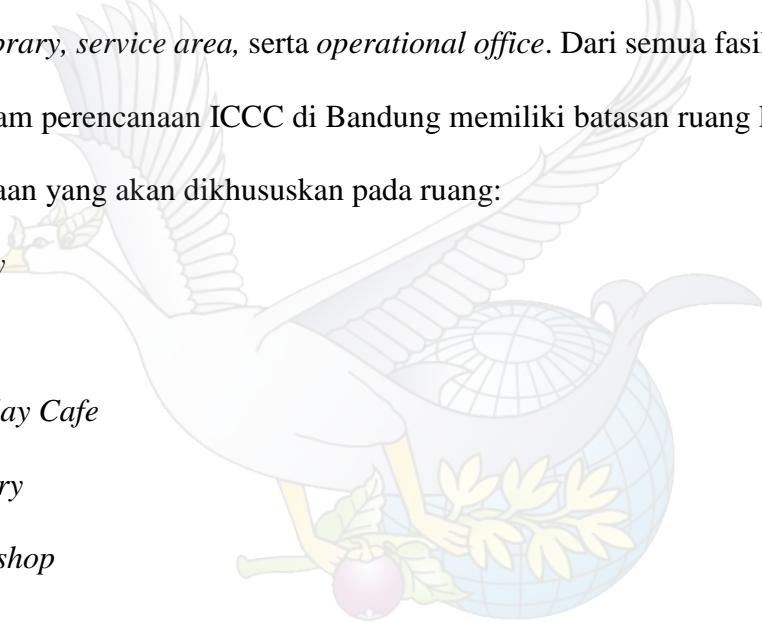
Berdasarkan penjelasan di atas, keberadaan *Indonesian Creative Character Center* sangatlah penting untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya lokal yang ada di Indonesia. Banyaknya karakter Indonesia yang mengacu pada budaya Jepang dan barat harus segera dikendalikan. Dilihat dari minat masyarakat yang tinggi akan *pop culture*, tidak menutup kemungkinan bahwa karakter lokal akan berkembang secara pesat. Terlebih lagi apabila didukung dengan fasilitas yang dapat mewadahi semua kegiatan dan kebutuhan mereka. Maka dari itu, perencanaan *Indonesian Creative Character Center* layak segera diwujudkan agar keberadaan karakter asli Indonesia dapat terus berkembang dan bersaing sampai ke kancah internasional. Prestasi - prestasi yang sudah didapatkan sebelumnya akan menjadi peluang untuk terus memperkenalkan karakter Indonesia ke mata dunia. Didukung dengan desain interior konsep *superhero* Indonesia maka nuansa Indonesia akan lebih kental, sehingga budaya lokal juga dapat diperkenalkan dalam desain interiornya.

B. Permasalahan Desain

1. Bagaimana merencana interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung yang mampu memfasilitasi kegiatan dan kebutuhan rekreasi para pengunjung, meliputi sarana informasi, edukasi, apresiasi dan komersil?
2. Bagaimana mewujudkan tema Garudaman dengan gaya *postmodern* dalam perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung?

C. Batasan Ruang Lingkup Perencanaan

Berdasarkan analisis kegiatan utama yang dilakukan di dalam ICCC dari hasil observasi dan wawancara pihak – pihak yang berkecimpung di dunia karakter kreatif, maka dibutuhkan sarana yang mampu menampung kegiatan dan kebutuhan rekreasi para pengunjung, meliputi sarana informasi, edukasi, apresiasi dan komersil. Untuk memenuhi sarana tersebut maka dibutuhkan fasilitas ruang meliputi *lobby, hall, cosplay café, character shop, gallery, workshop, photo session studio, library, service area*, serta *operational office*. Dari semua fasilitas yang ada maka dalam perencanaan ICCC di Bandung memiliki batasan ruang lingkup garap perencanaan yang akan dikhususkan pada ruang:

- 
1. *Lobby*
 2. *Hall*
 3. *Cosplay Café*
 4. *Gallery*
 5. *Workshop*
 6. *Library*
 7. *Character Shop*
 8. *Photo Session Studio*

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Mewujudkan desain interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung yang mampu memfasilitasi kegiatan dan kebutuhan rekreasi para pengunjung, meliputi sarana informasi, edukasi, apresiasi dan komersil.
- b. Mewujudkan tema Garudaman dengan gaya *postmodern* dalam perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung.

2. Manfaat

Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Penulis / desainer, dapat mengembangkan ide dan gagasan untuk merancang interior yang dapat memfasilitasi kegiatan dan kebutuhan para pengunjung *Indonesian Creative Character Center* di Bandung.
- b. Para kreator dan komunitas pecinta karakter dalam bentuk komik, animasi, film fantasy, *game*, ilustrasi, *cosplay* dan *action figure* menjadi suatu tawaran desain tempat informasi, edukasi, apreasi dan rekreasi terkait dengan karakter kreatif Indonesia.
- c. CLAS:H dan *Indonesia Cosplay Grandprix* sebagai penyelenggara *cosplay event* tingkat nasional di Indonesia, untuk dijadikan sebagai usulan pengembangan industri kreatif di bidang *cosplay* dalam jangka panjang.

- d. *Stars Art Production* dan *Jtoku* sebagai pembuat karakter *original* Indonesia, untuk dijadikan tawaran pusat pengembangan karakter dan edukasi yang berbasis budaya Indonesia.
- e. Masyarakat dapat meningkatkan potensi daerah dan menciptakan lapangan pekerjaan, selain itu sebagai sarana penambah wawasan dan pengetahuan serta sarana hiburan.
- f. Institusi, dapat mengenalkan salah satu perkembangan desain interior baru dalam dunia akademik dan dapat menambah referensi sebagai bahan pustaka.

E. Sasaran Desain

- 1. Pecinta karakter Indonesia yang terdiri dari para kreator, komunitas animasi, komik, *game*, ilustrasi, *cosplay* dan *action figure*.
- 2. Penyelenggara *pop culture event* dan para sponsor.
- 3. Masyarakat umum yang ingin mengenal karakter Indonesia atau hanya sekedar melihat pertunjukan serta menjadi pengunjung di *cosplay café*, *gallery*, *library* maupun *character shop*.

F. Originalitas Karya

Berdasarkan pengamatan penulis, data literatur dan hasil wawancara dari beberapa narasumber, saat ini belum ada sebuah gagasan tentang Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung. Berikut adalah pembanding data literatur pada Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung antara lain:

1. Perancangan Interior *Anime Community Center* di Bandung pada tahun 2014 oleh Mutiara Cahya Aghniya mahasiswa Institut Teknologi Bandung prodi Desain Interior. Konsep perancangan ini menggunakan konsep “fun” yang memberikan semangat, menguatkan jiwa bermain, ingin berinteraksi, dan aktif. Perancangan *Anime Community Center* ini menyediakan fasilitas untuk penggemar *anime* meliputi area *retail*, area *event*, area *workshop*, area *exhibition*, area *café*, area *cinema* dan area *anime production*.
2. Perancangan Desain Interior *Indonesian Comic Center* di Bandung pada tahun 2015 oleh Yuninggar Renaningtyas mahasiswa Institit Seni Indonesia Surakarta prodi Desain Interior. Konsep perancangan ini menggunakan tema *neo – vernacular* dengan gaya kontemporer. Fasilitas perancangan Desain Interior *Indonesian Comic Center* meliputi ruang *workshop*, ruang pajang atau ruang *exhibition*, ruang seminar, *shop*, *café* serta area *service*.
3. Perancangan Interior *Gundam Community Center* di Bandung pada tahun 2015 oleh Cynthia mahasiswa Institut Teknologi Bandung prodi Desain Interior. Konsep perancangan yaitu “*Mobile Suit Gundam*”, seri pertama yang diluncurkan melalui animasi di televisi. *Gundam Community Center* sebagai wadah untuk mengakomodasi kegiatan komunitas penggemar *Gundam*, serta mengenalkan dunia *Gundam* bagi yang belum mengenal. Fasilitas-fasilitas utama yang diakomodasi antara lain ruang *workshop* perakitan gunpla/model kit, galeri replika *Gundam*, *display* sejarah *Gundam*, *display* gunpla, toko mainan, *merchandise store*, *Gundam cafe*, *Gundam photo area*, *community room*, serta *multifunction hall*.

Terkait dengan literatur karya di atas, Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung memiliki lingkup yang hampir sama yaitu tentang komunitas dan kebudayaan asing. Perbedaan perencanaan terletak pada fasilitas, konsep ruang, komunitas yang dihimpun, serta pendekatan tema yang digunakan, yaitu penghadiran suasana yang santai, nyaman, dinamis, serta membangkitkan kesan keindonesiaan yang diakomodasi dari konsep *superhero* Indonesia. Potensi masyarakat Indonesia dalam bidang kreatif dapat diakomodasi dengan penambahan fasilitas informasi, edukasi, apresiasi dan rekreasi. Dapat disimpulkan tugas akhir Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung masih memiliki keaslian karya yang dapat dipertanggungjawabkan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung yaitu :

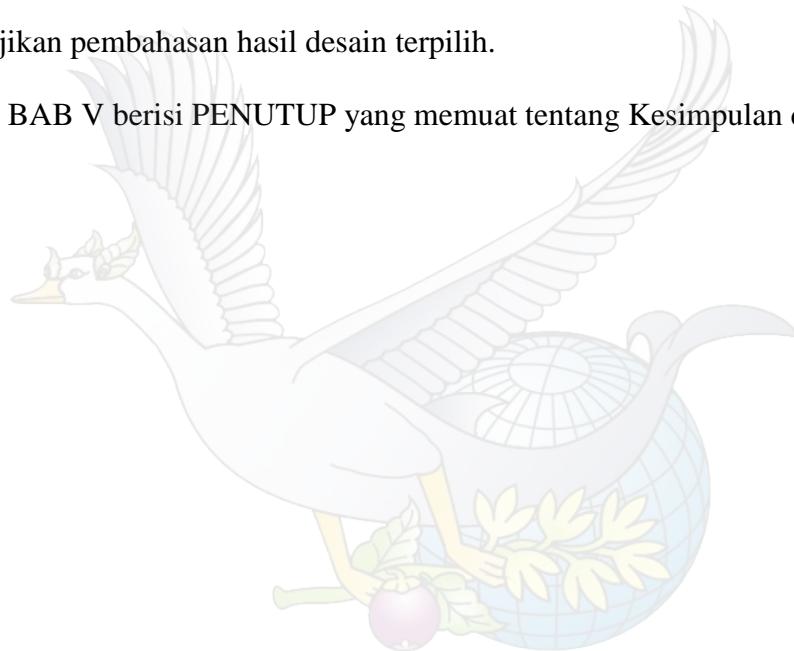
BAB I berisi PENDAHULUAN yang didalamnya memuat Latar Belakang, Permasalahan Desain, Ruang Lingkup Perencanaan, Tujuan, Manfaat, Sasaran Desain, Originalitas Karya dan Sistematika Penulisan.

BAB II berisi KERANGKA PIKIR PEMECAHAN DESAIN yang didalamnya memuat Pendekatan Desain (Pendekatan Fungsi, Pendekatan Ergonomi, Pendekatan Estetis, Pendekatan Bahan) dan Ide Perencanaan (Tema *Superhero Garudaman*, Gaya *Postmodern*).

BAB III berisi PROSES DESAIN yang memuat tentang Tahapan Proses Desain dan Proses Analisis Desain (Pengertian Judul, Struktur Organisasi, Sistem Operasional, *Site Plan*, Aktivitas, Kebutuhan Ruang, Perabot, Pola Aktivitas dalam Ruang, Hubungan Antar Ruang, *Zoning Grouping*, Pola Sirkulasi, *Layout*, Unsur Pembentuk Ruang, Unsur Pengisi Ruang, Unsur Pengkondisian Ruang dan Sistem Keamanan.

BAB IV berisi tentang HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN yang menyajikan pembahasan hasil desain terpilih.

BAB V berisi PENUTUP yang memuat tentang Kesimpulan dan Saran.



BAB II

KERANGKA PIKIR PEMECAHAN DESAIN

A. Pendekatan Desain

Budaya pop telah berkembang pesat di wilayah Indonesia khususnya kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan lain – lain. Banyaknya *pop culture event* serta antusias masyarakat yang tinggi di kota Bandung menjadikan peluang untuk terus mengembangkan desain karakter di Indonesia. Pengenalan terhadap karakter lokal memerlukan suatu wadah untuk memfasilitasi segala kegiatan dan kebutuhan para penggiat dibidang desain karakter maupun masyarakat umum. Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung merupakan salah satu bentuk dukungan untuk memperkenalkan karakter lokal baik itu dalam bentuk animasi, komik, *game* dan lain – lain kepada masyarakat Indonesia sampai ke tingkat internasional. Pemilihan lokasi perencanaan didasarkan pada banyak pertimbangan dan penyesuaian terhadap rencana tata ruang wilayah kota Bandung.

Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung menggunakan beberapa pendekatan untuk mencapai sebuah desain yang fungsional, aman, nyaman dan dapat meningkatkan kinerja pengguna ruang. Beberapa pendekatan dalam mendesain interior akan mempermudah desainer untuk menemukan alternatif solusi desain, menganalisis, dan menghasilkan desain yang terbaik. Pendekatan yang dilakukan dalam perencanaan ini meliputi :

1. Pendekatan Fungsi

Pendekatan fungsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna ruang yang disesuaikan dengan kegiatan yang dilakukan di dalam bangunan. Fungsi adalah tingkat desain yang paling pokok.²² Desainer perlu melakukan analisis secara cermat pada pengguna dan persyaratan aktivitas atas ruang untuk membantu memahami dan memenuhi fungsi serta tujuan ruang interior. Hasil dari analisis aktivitas dan ruang dapat digunakan untuk menyesuaikan persyaratan ruang masing – masing aktivitas dengan karakteristik ruang yang tersedia. Pengaturan ruang harus merespon kriteria fungsi yang meliputi :

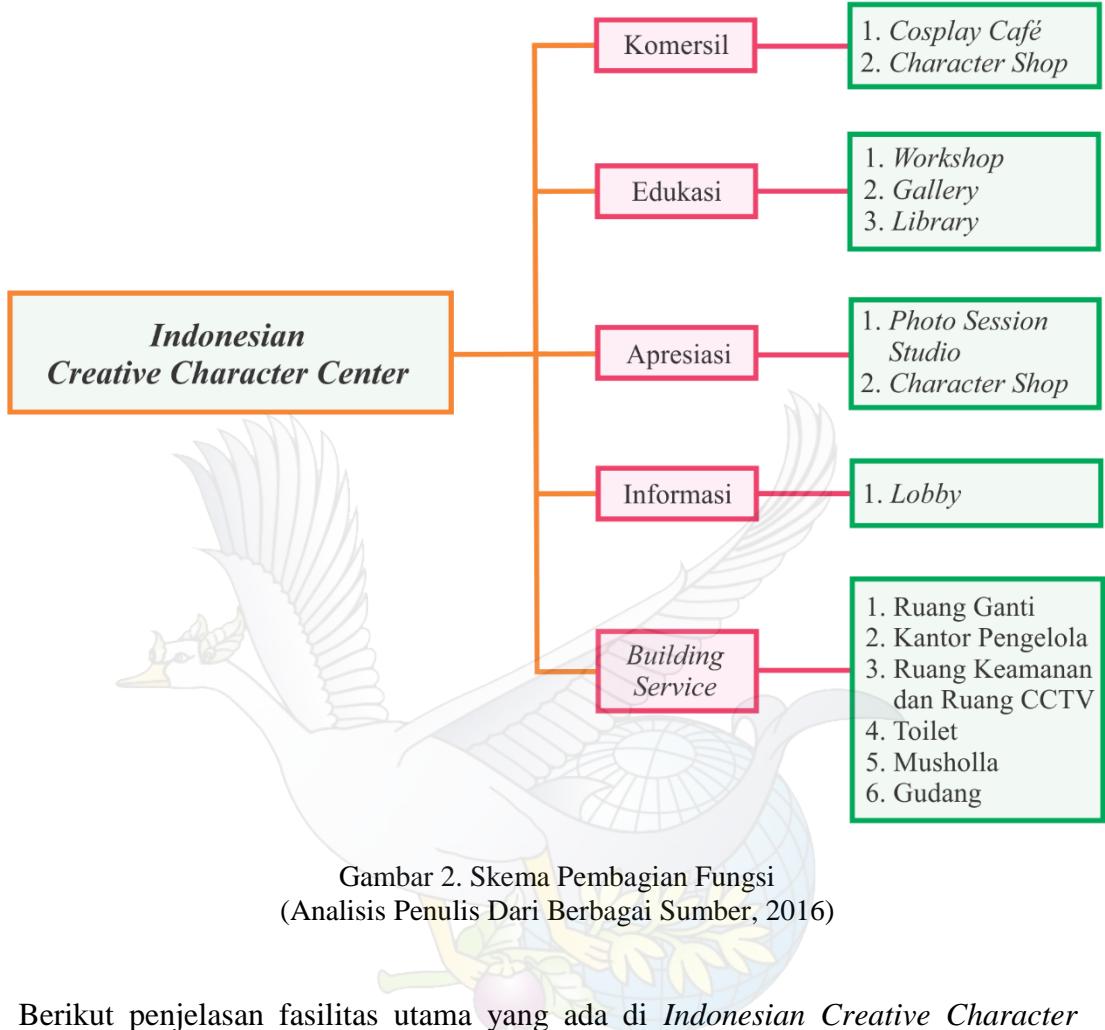
- a. Pengelompokan *furniture* yang spesifik aktivitas.
- b. Dimensi dan ruang gerak yang dapat dikerjakan.
- c. Jarak sosial yang memadai.
- d. Privasi visual dan akustik yang memadai.
- e. Fleksibilitas atau adaptabilitas yang memadai.
- f. Pencahayaan dan layanan mekanik atau kelistrikan lain yang memadai.²³

Berdasarkan kegiatan utama yang telah dijabarkan sebelumnya, maka pembagian fungsi pada perencanaan *Indonesian Creative Character Center* meliputi fungsi informasi, edukasi, apresiasi, komersil dan *building service*. Untuk memenuhi kebutuhan fungsi maka dibutuhkan ruang yang digunakan untuk

²² Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal.56

²³ Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal.64

mewadahi serta memfasilitasi pengguna ruang. Pembagian ruang dalam fungsi meliputi:



Berikut penjelasan fasilitas utama yang ada di *Indonesian Creative Character Center* meliputi:

a. Fungsi Komersil

1) Cosplay Café

Cosplay café merupakan sebuah kafé dengan tema menarik dimana beberapa staf kafé tersebut mengenakan *cosplay*. Staf kafé yang memakai kostum yaitu pada bagian pengantar hidangan atau *maid* sebanyak 2 pelayan serta satu

cosplayer yang bertugas sebagai penyambut pelanggan. Kostum untuk *maid* dibuat lebih sederhana karena kapasitas geraknya lebih banyak sedangkan *cosplayer* yang bertugas menyambut pelanggan menggunakan kostum yang lebih rumit. Selain bertugas menyambut pelanggan *cosplayer* tersebut juga melayani pelanggan yang ingin berfoto dengannya.

Tema kostum yang dikenakan berganti setiap dua minggu sekali. Tema kostum yang diterapkan diambil dari dongeng dan legenda Indonesia serta hari – hari besar pilihan yang akan menjadi *point of interest* dari *cosplay café*. Pada pilihan menu, *cosplay café* menyuguhkan makanan ringan dan minuman khas Indonesia yang dikemas secara menarik. Tujuan dari *cosplay café* selain sebagai tempat untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yaitu mengenalkan budaya lokal secara tidak langsung dengan konsep yang lebih menyenangkan. Selain itu, *cosplay café* juga digunakan untuk pertemuan komunitas pecinta *cosplay*, ilustrasi, komik, animasi, dan lain - lain. Berikut merupakan contoh tabel tema kostum pelayanan dalam satu tahun.

Tabel 1. Tema Kostum Pelayanan *Cosplay Café*

No	Jadwal	Tema Kostum Pelayanan
1.	Januari Minggu I dan Minggu II	Hari Tahun Baru Masehi pada tanggal 01 Januari
2.	Januari Minggu III dan Minggu IV	Legenda Sangkuriang dari Jawa Barat
3.	Februari Minggu I dan Minggu II	Legenda Ande – Ande Lumut dari Jawa Timur
4.	Februari Minggu III dan Minggu IV	Legenda Rara Janggrang dari Jawa Tengah
5.	Maret Minggu I dan Minggu II	Hari Musik Nasional pada tanggal 09 Maret
6.	Maret Minggu III dan Minggu IV	Hari Peringatan Bandung Lautan Api pada tanggal 24 Maret
7.	April Minggu I dan Minggu II	Legenda Asal Mula Selat Bali dari Bali

8.	April Minggu III dan Minggu IV	Hari Katini pada tanggal 21 April
9.	Mei Minggu I dan Minggu II	Bawang Merah Bawang Putih dari Riau
10.	Mei Minggu III dan Minggu IV	Legenda Pak Sakera dari Madura
11.	Juni Minggu I dan Minggu II	Hari Lahir Pancasila pada tanggal 01 Juni
12	Juni Minggu III dan Minggu IV	Pangeran Pande Gelang dan Putri Cadasari dari Banten
13	Juli Minggu I dan Minggu II	Si Pitung dari Jakarta
14	Juli Minggu III dan Minggu IV	Hari Anak Nasional pada tanggal 23 Juli
15	Agustus Minggu I dan Minggu II	Semangka Emas dari Kalimantan Barat
16	Agustus Minggu III dan Minggu IV	Hari Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus
17	September Minggu I dan Minggu II	Hari Palang Merah Indonesia pada tanggal 03 September
18	September Minggu III dan Minggu IV	Malin Kundang dari Sumatera Barat
19	Oktober Minggu I dan Minggu II	Topeng dan Pesta Roh dari Papua
20	Oktober Minggu III dan Minggu IV	Hari Dokter Indonesia pada tanggal 24 Oktober
21	November Minggu I dan Minggu II	Hari Pahlawan pada tanggal 10 November
22	November Minggu III dan Minggu IV	Ambun dan Rimbun dari Kalimantan Tengah
23	Desember Minggu I dan Minggu II	Bujang Katak dari Bangka Belitung
24	Desember Minggu III dan Minggu IV	Hari Natal pada tanggal 25 Desember

Berikut adalah contoh pelayan yang memakai salah satu baju tradisional yaitu baju khas

Betawi :



Gambar 3. Pelayanan di *1945 Restaurant*, Hotel Fairmont Jakarta
(Foto : Filipus Verdi, 2015)

2) *Character Shop*

Character Shop merupakan tempat dimana pengunjung melakukan kegiatan belanja dan bersenang – senang. *Character shop* menjual segala sesuatu yang berkaitan dengan aksesoris *cosplay*, *merchandise*, *action figure* dan bahan – bahan yang diperlukan dalam pembuatan kostum. *Character shop* juga menyediakan kostum *cosplay* yang bisa dijual dan disewakan, selain itu pemesanan dengan *custom design* merupakan strategi untuk menarik minat pelanggan.



Gambar 4. *Cosplay Shop* di Hacostadium Tokyo, Jepang
 (Foto: www.hacostadium.com, 2015)

Berikut produk yang dijual di dalam *Character Store*:

Tabel 2. Rincian Produk di dalam *Character Store*

No.	Merchandise	Aksesoris	Bahan dan Peralatan Pembuatan Kostum
1.	Gantungan Kunci	Kalung, Cincin, Anting	Spon Ati
2.	Mug	Kaca Mata, Softlens	Cat
3.	Boneka	Make Up Set	Kuas
4.	Action Figure	Rambut Palsu	Jarum Jahit
5.	Jaket	Pin	Gunting Kain
6.	Tas	Pita, Jepit Rambut	Meteran
7.	Topi	Jam Tangan	Karbon dan Kapur Jahit
8.	Dompet	Kaos Tangan dan Kaki	Benang Jahit, Renda
9.	Kaos	Sepatu	Gesper, Kancing, Resleting

b. Fungsi Edukasi

1) *Gallery*

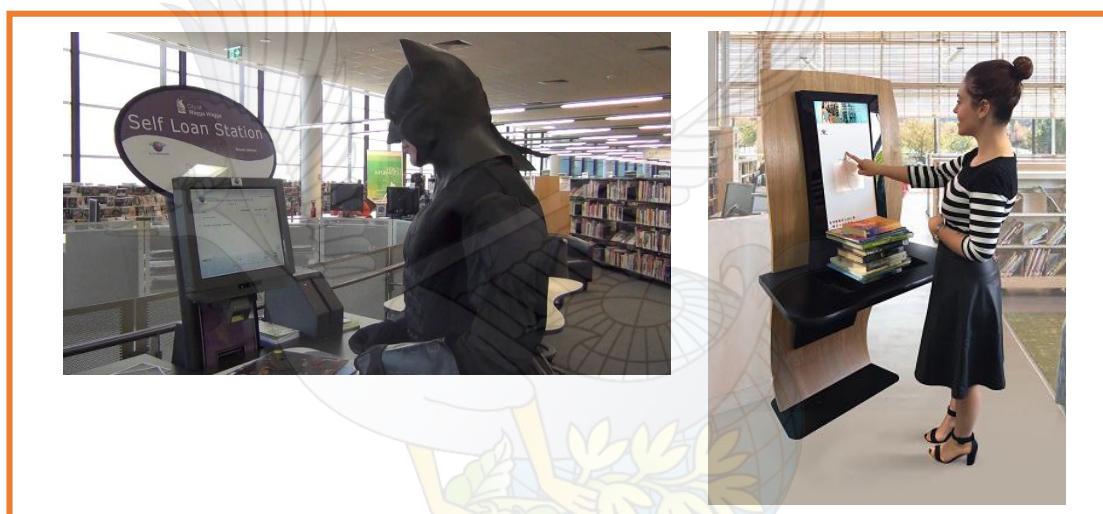
Gallery merupakan ruang pameran untuk memajang kostum dari karakter Indonesia beserta atributnya, selain itu kostum yang sudah pernah menjadi juara ditingkat internasional juga akan dipajang di *gallery Indonesian Creative Character Center*. Sejarah singkat tentang karakter – karakter Indonesia baik dari komik maupun animasi, sejarah *cosplay* serta tokoh dunia dan tokoh Indonesia yang memiliki nilai historis dibidang tersebut juga akan menjadi pengisi *gallery*. *Gallery* di *Indonesian Creative Character Center* tidak bersifat komersil akan tetapi hanya digunakan sebagai pusat edukasi.

2) *Library*

Perpustakaan di dalam *Indonesian Creative Character Center* berisi koleksi buku – buku dan audio visual tentang desain karakter, animasi, komik, *cosplay*, desain kostum, kostum dan aksesoris, perfilman, buku fiksi dan fantasi, fotografi, *acting*, *make up*, majalah tentang perkembangan *pop culture*, serta budaya yang ada di Indonesia. Diharapkan pengunjung dapat belajar banyak mengenai bidang – bidang yang berhubungan dengan desain karakter, sehingga wawasan mengenai cakupan desain karakter lebih luas.

Perpustakaan ICCC menggunakan sistem *Radio Frequency Identification* (RFI) yaitu semacam *chip* yang ditempel pada buku. Saat ingin meminjam buku, pengunjung tinggal meletakkan buku yang diinginkan pada *Self Loan Station Machine* , maka akan tertera data buku pada layar monitor mesin. Hal ini dapat

meminimalisir waktu yang dibutuhkan dalam proses transaksi peminjaman satu unit buku. Jadi, dengan memakai teknologi ini diharapkan tidak terjadi lagi antrian panjang pada meja *customer service*. Untuk pengembalian buku pengunjung juga bisa melakukannya secara mandiri yaitu dengan mengembalikan di *book drop machine* yang sudah disediakan. Dikarenakan sebagian aktivitas pengunjung dilakukan secara mandiri maka untuk menghindari terjadinya kehilangan buku, maka dibagian pintu masuk di pasang *Anti Theft Detection*, dimana alarm akan berbunyi jika terjadi pencurian bahan pustaka.



Gambar 5. *Self Loan Station Machine*
(Sumber : <https://i.ytimg.com/vi/MW5ZOQ0Mick/maxresdefault.jpg>, 2017)



Gambar 6. *Anti Theft Detection* dan *Book Drop*
(Sumber : <http://multimedia.3m.com/mws/media/-em-security-gates.jpg>, 2017)

3) Ruang Workshop

Ruang *Workshop* atau bengkel digunakan untuk ruang pembuatan desain karakter, pengrajan kostum dan aksesoris baik itu pesanan ataupun untuk produksi sendiri, *film editing*, pembuatan komik, pembuatan animasi, serta *merchandise*. Di dalam ruang *workshop* terdapat alat – alat lengkap yang dibutuhkan untuk proses pengrajan, sehingga selain digunakan untuk melancarkan aktivitas kerja juga dapat digunakan sebagai sarana edukasi bagi pengunjung. Pengunjung dalam hal ini dapat belajar bagaimana membuat kostum sendiri, belajar membuat komik, animasi, dan *game* dengan mengikuti kelas yang diadakan 3 kali dalam seminggu.



Gambar 7. Ruang Workshop JTOKU di Yogyakarta
(Foto: Fiqy Fauzi, 2016)

c. Fungsi Apresiasi

1) *Photo Session Studio*

Photo Session Studio digunakan untuk sebuah pemotretan bagi para *cosplayer* dengan *background* atau interior yang disesuaikan dengan karakter yang diperankan. Terdapat 2 pilihan *background* untuk para *cosplayer* yaitu *green screen background* dan *background* asli berbentuk interior ruang yang menampilkan tema budaya lokal. Terdapat 2 tema yang akan diaplikasikan pada masing – masing ruang dan akan berganti setiap satu bulan sekali. Contohnya adalah tema Sunda yang akan diaplikasikan pada salah satu ruang, maka *cosplayer* akan disediakan kostum Sunda dan berfoto di ruang tersebut. Hal tersebut menjadikan daya tarik bagi pengunjung untuk melakukan *photo session* dan merasakan suasana berbeda pada masing – masing ruang. *Photo Session Studio* juga menyediakan penyewaan kostum dan tata rias untuk orang – orang yang ingin ber-*cosplay* dan tidak memiliki kostum sendiri serta keahlian *character make up*.



Gambar 8. Foto dengan baju daerah Bali di Studio Foto Sinten, Ubud, Bali
(Foto : www.studiosinten.strikingly.com, 2016)

2) *Hall*

Hall merupakan ruangan yang luas dan difungsikan sebagai tempat pertunjukan, perlombaan *cosplay*, diselenggarakannya *event*, seminar, *workshop* dan pemutaran film animasi. Para *cosplayer* dapat mengapresiasikan karya – karya mereka dalam bentuk pertunjukan maupun keikutsertaan dalam menghayati peran sebagai tokoh yang sedang dimainkan.

d. Fungsi Informasi

1) *Lobby*

Lobby di dalam ICCC dibagi menjadi 2 yaitu *main lobby* dan *sub lobby*. *Lobby* merupakan tempat dimana pengunjung mendapatkan segala informasi mengenai *event* yang akan diadakan di *Indonesian Creative Character Center*, informasi seputar fasilitas – fasilitas yang ada, serta kegiatan yang akan dilakukan di dalam bangunan. *Lobby* dilengkapi dengan *Free Standing Led Touch Screen* sehingga pengunjung dapat mengakses informasi secara mandiri. Hal tersebut bertujuan untuk memberi kemudahan dan kenyamanan pelanggan saat mengunjungi *Indonesian Creative Character Center*.

Main lobby dan *sub lobby* dilengkapi dengan mesin kehadiran *Fingerprint Attendance System* yang digunakan untuk seluruh staf ICCC. Selain itu *main lobby* pada meja *receptionist* juga digunakan untuk pembelian *movie ticket* yang akan ditayangkan di dalam *hall*. Pengunjung juga dapat melakukan pembelian tiket secara mandiri melalui *vending machine - Self Service Movie e-ticket* yang telah disediakan. Penambahan mesin tiket dimaksudkan untuk mengantisipasi terjadinya

antrian panjang pada area *receptionist Lounge* pada *main lobby* digunakan sebagai tempat perkumpulan komunitas dan latihan dengan melakukan reservasi terlebih dahulu, dimana waktu reservasi disesuaikan dengan jam operasional sehingga tidak terbentur dengan kegiatan lainnya.



Gambar 9. *Self Service Movie e-ticket, Free Standing Led Touch Screen dan Fingerprint*
(Sumber : <https://ae01.alicdn.com> -Touch-Screen-Kiosk-Machine, 2017)

e. **Fungsi Building Service**

Tempat yang memberikan fasilitas servis untuk pengunjung dan pengelola yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan saat berada di *Indonesian Creative Character Center*. *Building service* pada bangunan meliputi :

1) Ruang Ganti

Ruang yang digunakan *cosplayer* untuk berganti kostum, dan mempersiapkan diri sebelum pertunjukan.

2) Kantor Pengelola

Kantor pengelola berfungsi sebagai ruang kerja bagi pengelola untuk mengorganisasikan kegiatan yang berhubungan dengan *Indonesian Creative Character Center*.

3) Ruang Keamanan dan Ruang CCTV

Ruang kemanan dan ruang cctv difungsikan untuk memantau semua kegiatan yang berjalan di dalam dan di area gedung, serta mengantisipasi dan menangani adanya tindak kejahatan yang terjadi.

4) Toilet

Toilet ini diperuntukkan untuk pengunjung dan pengelola *Indonesian Creative Character Center* yang terdiri dari toilet perempuan, laki – laki, dan penyandang difabel.

5) Musholla

Tempat ibadah bagi pengunjung *Indonesian Creative Character Center* yang beragama Islam.

6) Gudang

Digunakan untuk menyimpan perkakas yang masih dan sudah tidak dibutuhkan di dalam gedung.

2. Pendekatan Ergonomi

Ergonomi dapat didefinisikan sebagai studi tentang aspek – aspek manusia dalam lingkungan kerja yang ditinjau secara anatomi, fisiologi, psikologi, rekayasa teknik, manajemen maupun desain atau perancangan. Ergonomi mempunyai arti penting dalam perancangan desain interior, dengan memperlihatkan faktor – faktor ergonomi para pemakai ruang akan mendapatkan produktivitas dan efisiensi kerja yang berarti suatu penghematan dalam penggunaan ruang.²⁴ Ergonomi merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang kondisi fisik seseorang dalam melakukan kerja meliputi :

- a. Kerja fisik
- b. Efisiensi kerja
- c. Tenaga yang dikeluarkan untuk suatu obyek
- d. Konsumsi kalori
- e. Kelelahan
- f. Pengorganisasian sistem kerja²⁵

²⁴ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 51

²⁵ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 51

Pengertian ergonomi sangat luas, tidak hanya terbatas pada sisi – sisi fisik semata akan tetapi meliputi segala hal yang bersangkutan dengan ke 5 indera manusia yaitu:

- a. Penglihatan
- b. Pendengaran
- c. Rasa panas atau dingin
- d. Penciuman
- e. Keindahan atau kenyamanan²⁶

Berikut adalah penjelasan dari kelima indera yang berhubungan dengan ergonomi:

a. Penglihatan

Bentuk, garis, bidang, warna, irama, komposisi dan lain – lain merupakan unsur pembentuk ruang yang mempengaruhi pandangan pengguna ruang.

b. Pendengaran

Tingkat kebisingan yang akan didapatkan pada ruang tertentu harus diperhatikan agar tidak mengganggu pengguna ruang. Ruang dengan alunan musik terkadang juga dibutuhkan untuk menambah kenyamanan dan kepuasan pengguna.

c. Rasa Panas atau Dingin

Suasana dan kondisi fisik ruang harus disesuaikan dengan kegiatan yang akan berlangsung di dalam ruang, sehingga akan tercapai efektifitas kerja.

²⁶ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 51

d. Penciuman

Pada ruang tertentu aroma ruangan akan menimbulkan rasa nyaman dan bahagia. Aroma ruang juga dapat digunakan untuk relaksasi dan terapi apabila mengalami kesibukan dan kepenatan dalam bekerja.

e. Keindahan atau Kenyamanan

Rasa, perasaan dan estetika merupakan unsur yang harus dipenuhi dalam mencapai tingkat kenyamanan pengguna ruang.

Tujuan dari ergonomi adalah untuk mencari keserasian gerak dengan lingkungan terhadap orang atau sebaliknya. Di samping faktor – faktor fisik yang mudah diamati pada manusia terdapat sifat – sifat yang sulit untuk diobservasi karena sifatnya yang serba biologis,seperti :

- a. Rasa lapar, haus dan sakit.
- b. Kebutuhan oksigen atau pernafasan
- c. Buang air besar dan kecil, keringat dan ludah
- d. Istirahat, pelupa dan kesukaan.²⁷

Sifat – sifat dan kebiasaan manusia perlu kita pelajari dalam desain interior, untuk mengantisipasi kebiasaan manusia antara lain penyediaan toilet di samping ruang kerja dan lain – lain.

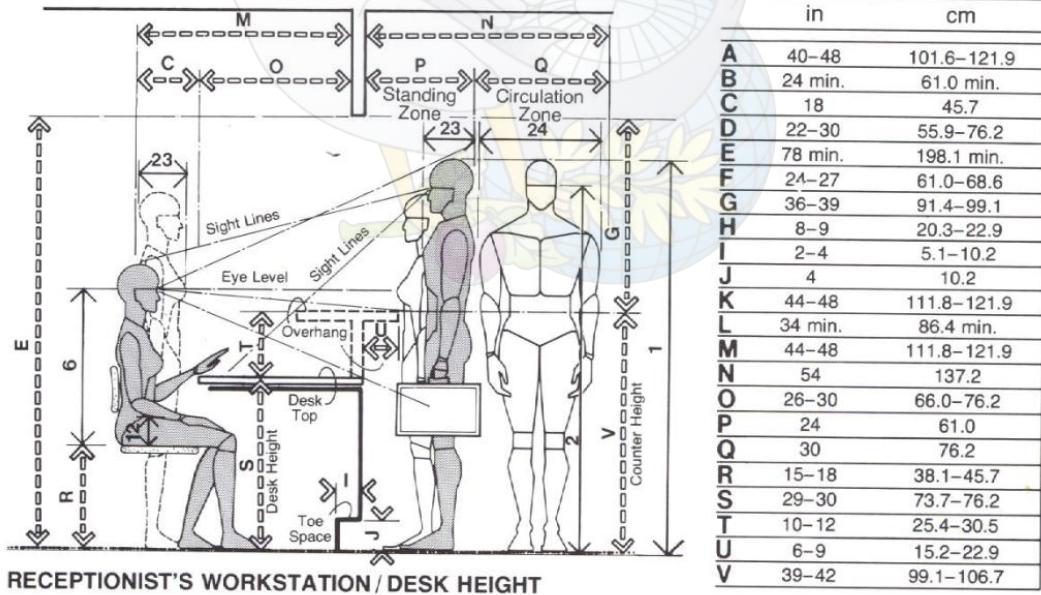
Pada perhitungan ergonomi dan antropometri banyak faktor yang dijadikan sebagai dasar penentuan dalam penetapan tinggi, lebar serta panjang sesuatu benda

²⁷ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal. 51-52

atau perabot dengan atau tanpa mengurangi sifat – sifat manusia yang selalu menginginkan segalanya serba praktis dan efisien. Pengetahuan ergonomi dan antropometri juga menyangkut pengetahuan anatomi tubuh manusia yaitu bagaimana kedudukan dan fungsi otot – otot selama dalam proses kerja, refleksi seseorang terhadap suatu kondisi kelelahan tubuh dalam posisi duduk. Hal tersebut tergantung pada usia, kebiasaan kerja dan jenis kelamin orang yang bersangkutan. Berikut adalah standarisasi pada perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* :

a. Standarisasi pada Lobby

1) Standarisasi Receptionist's Workstation

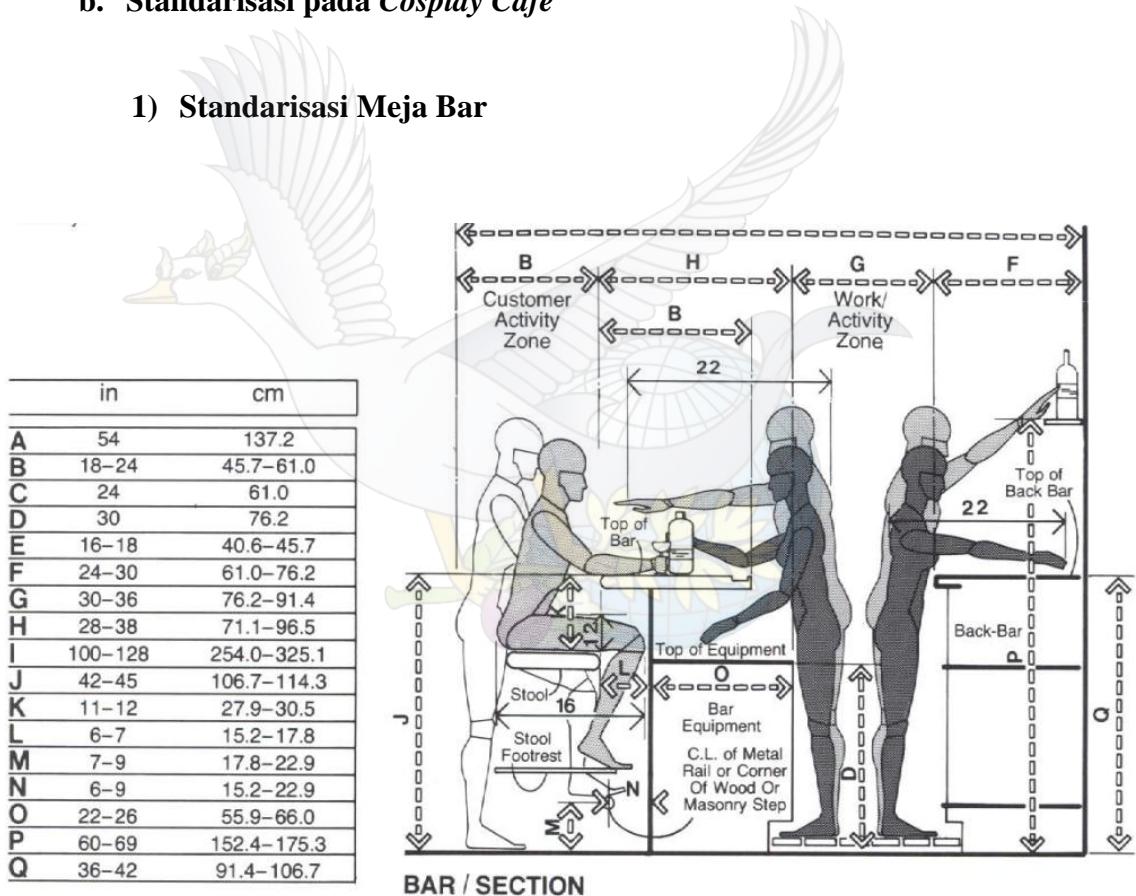


Gambar 10. Standarisasi Receptionist's Workstation
(Sumber : Panero, Zelnik, 1979:189)

Standarisasi pada *receptionist* yang diterapkan adalah pada pembagian M=110 cm, C=45.7 cm, O=75 cm, P=61 cm, E=210 cm, R=45 cm, S=75, T=30 cm, I= 8 cm, J= 10.2 cm, V= 105 cm, dan G= 105 cm. Standarisasi tersebut dapat menentukan tinggi kursi, ukuran meja *receptionist* seperti ruang kaki, tinggi meja kerja, *work space*, serta tinggi meja pelayanan, selain itu untuk menentukan *staff space* dan *customer space*.

b. Standarisasi pada *Cosplay Café*

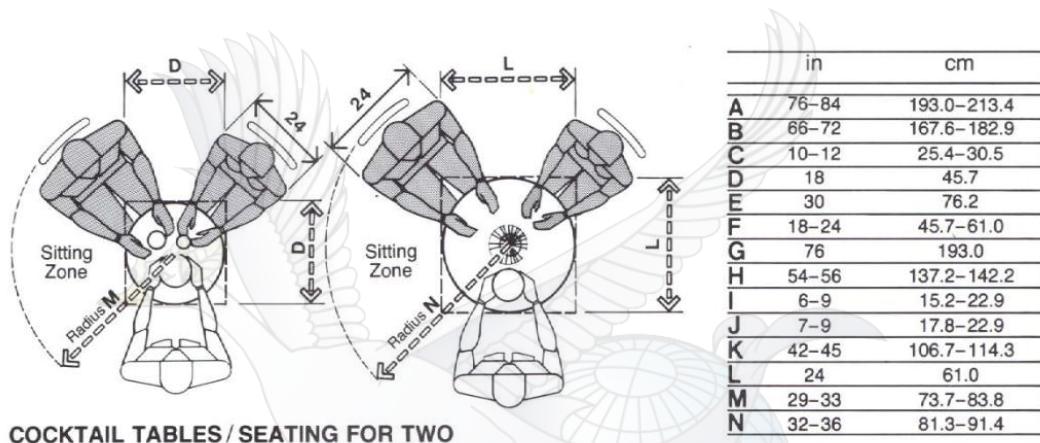
1) Standarisasi Meja Bar



Gambar 11. Standarisasi Meja Bar
(Sumber : Panero, Zelnik, 1979:216)

Standarisasi pada meja bar yang diterapkan adalah pada pembagian J=110 cm, M=20 cm, N=20 cm, L=16 cm, K=30 cm, O=60 cm, D=76.2 cm, P= 160 cm, Q=100 cm, F=70 cm, G=80 cm, H=90 cm dan B=60 cm. Standarisasi tersebut untuk menentukan tinggi meja bar, tinggi kursi bar, *footrest*, tinggi rak, tinggi meja kerja, area kerja, serta area aktivitas *customer*.

2) Standarisasi Meja Makan

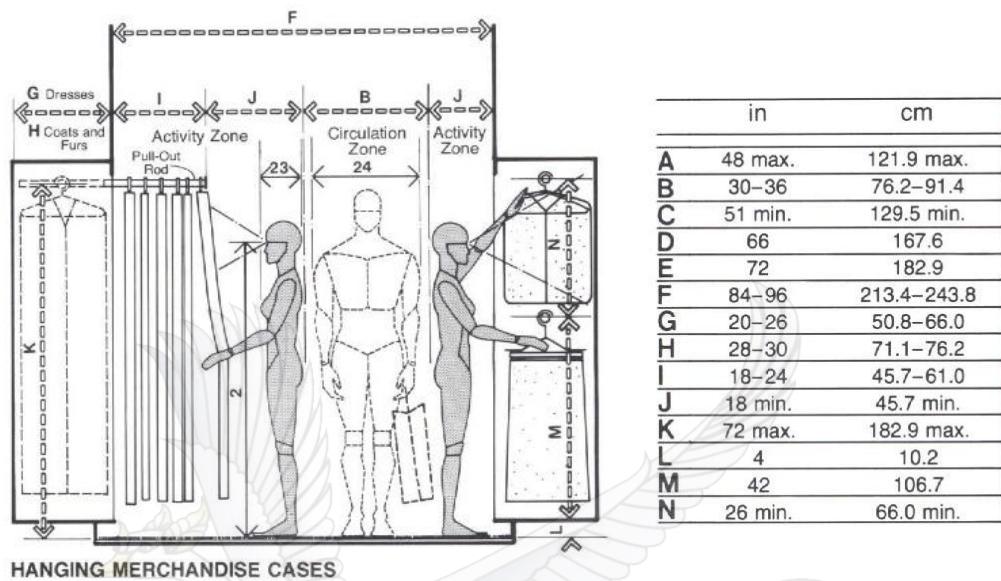


Gambar 12. Meja Makan
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:217)

Standarisasi pada meja makan yang diterapkan adalah pada pembagian huruf L yaitu ukuran meja 61 cm.

c. Standarisasi pada *Character Shop*

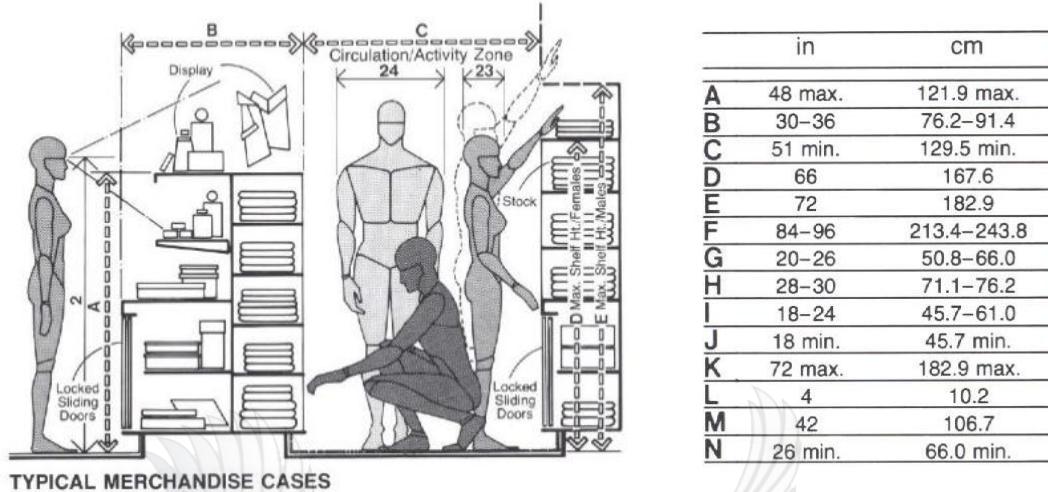
1) Standarisasi *Hanging Merchandise Cases*



Gambar 13. Standarisasi *Hanging Merchandise Cases*
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:202)

Standarisasi pada *hanging merchandise cases* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf K=170 cm, L=10.2 cm, M=106.7 cm, N=70 cm, B=80 cm, J=50 cm, I=50 cm, G=60 cm, H=75 cm, dan F=230 cm. Standarisasi tersebut dapat menentukan ukuran tempat *merchandise* yang digantung, ruang untuk aktivitas pelanggan serta area sirkulasi.

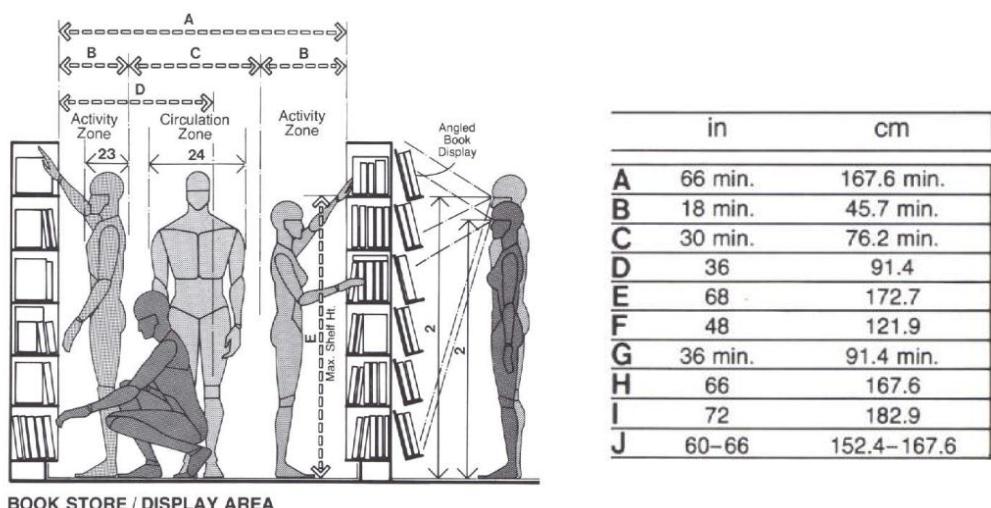
2) Standarisasi *Merchandise Cases*



Gambar 14. Standarisasi Merchandise Cases
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:202)

Standarisasi pada *merchandise cases* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=120 cm, B=80 cm, C=150 cm, D=167.6 cm, dan E=182.9 cm. Standarisasi ini untuk menentukan ukuran rak atau tempat *display merchandise* agar bisa dijangkau oleh pelanggan serta area aktivitas dan sirkulasi.

d. Standarisasi pada *Library*

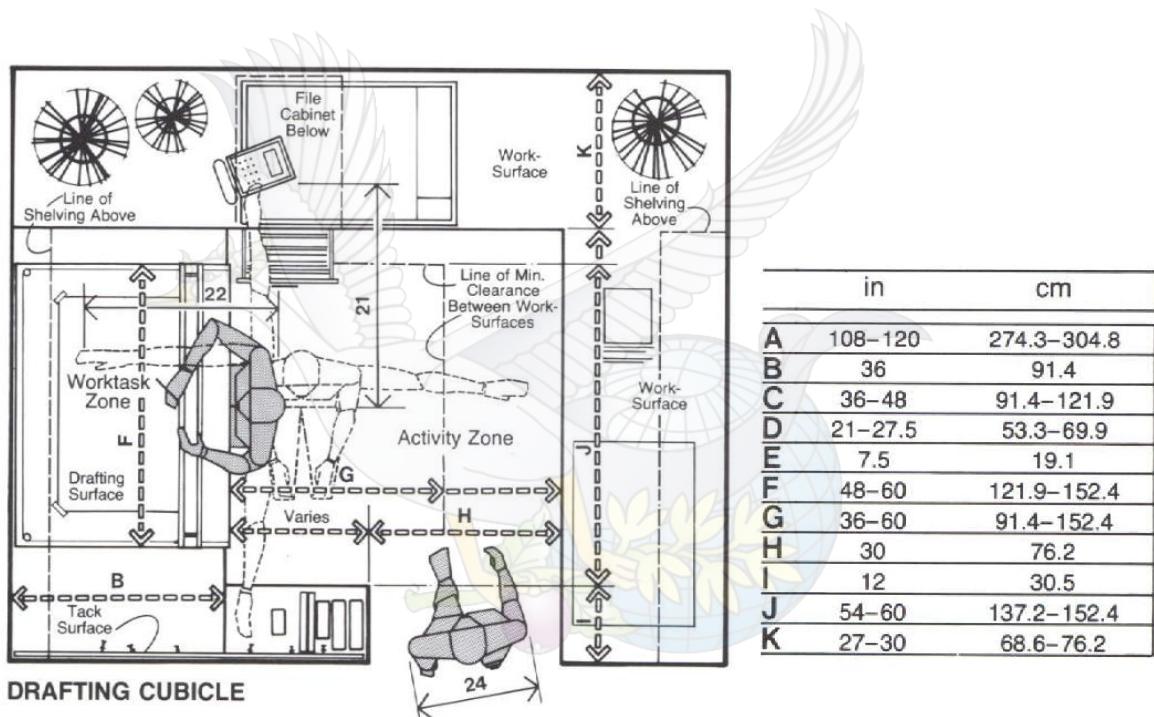


Gambar 15. Standarisasi Rak Buku
(sumber: Panero, Zelnik, 1979:203)

Standarisasi pada rak buku yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=180 cm, B=50 cm, C=80 cm, D=91.4 cm, dan E=172.7 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan jarak jangkauan pengunjung untuk mengambil buku serta ukuran area aktivitas dan sirkulasi pengunjung.

e. Standarisasi pada Ruang Workshop

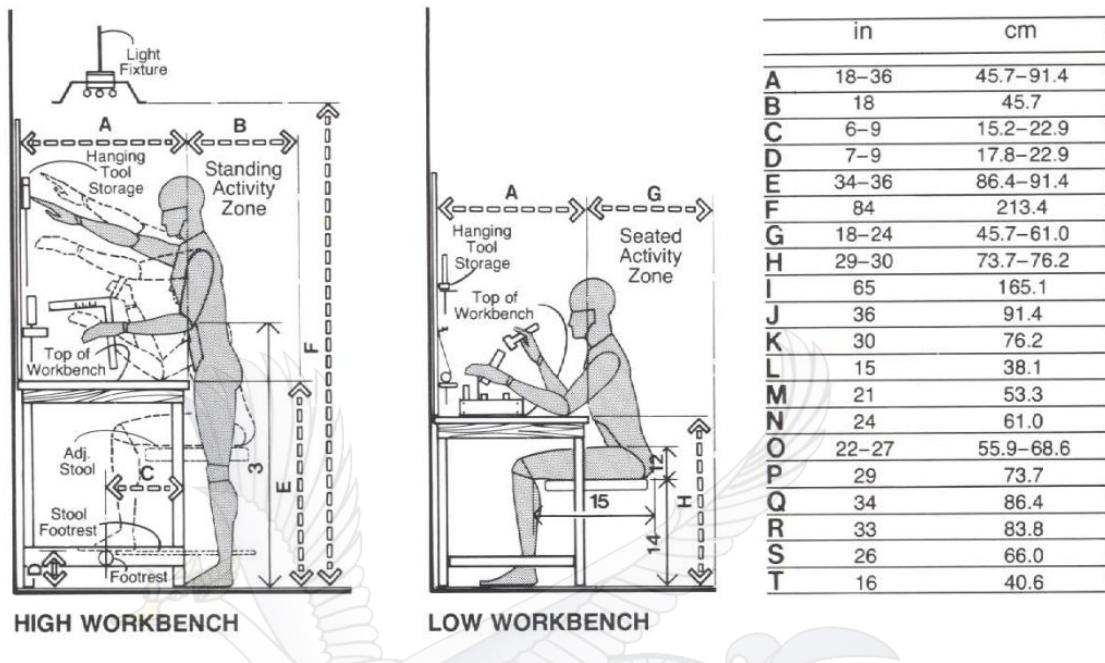
1) Standarisasi Meja Gambar



Gambar 16. Standarisasi Meja Gambar
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:261)

Standarisasi pada meja gambar yang diterapkan adalah pada pembagian huruf B=91.4 cm, F=150 cm, G=120 cm, H=76.2 cm, I=30.5 cm, J=150 cm dan K=70 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan area kerja, ukuran meja kerja, jangkauan meja kerja dari pengguna serta area aktivitas pengguna.

2) Standarisasi Meja Kerja

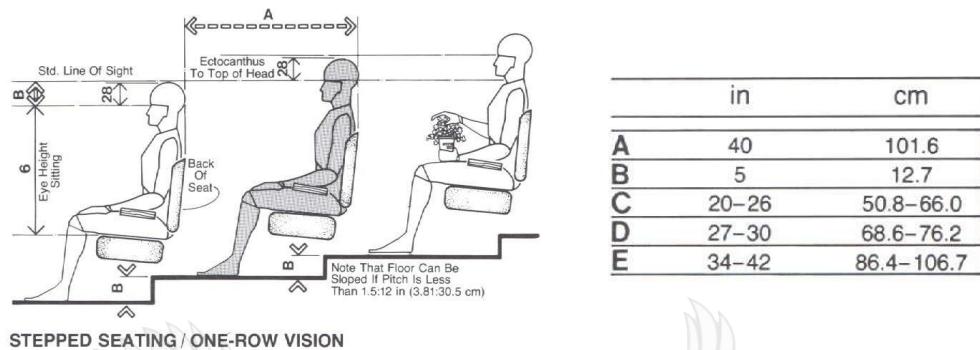


Gambar 17. Standarisasi Meja Kerja
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:262)

Standarisasi pada meja kerja gambar yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=80 cm, G=50 cm, C=20 cm dan H=75 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan tinggi meja kerja, ukuran meja serta area kerja pengguna.

f. Standarisasi pada Hall

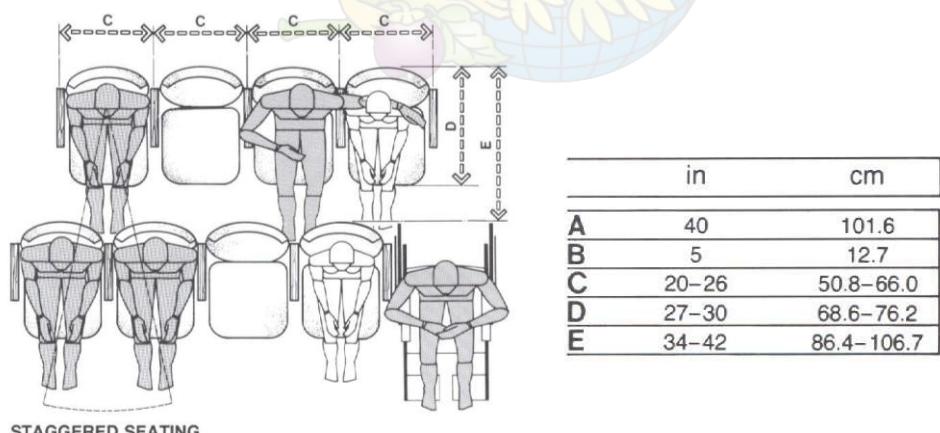
1) Standarisasi *Stepped Seating*



Gambar 18. Standarisasi *Stepped Seating*
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:295)

Standarisasi pada *stepped seating* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=101.6 cm dan B=12.7 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan jarak dari kursi ke kursi.

2) Standarisasi *Staggered Seating*

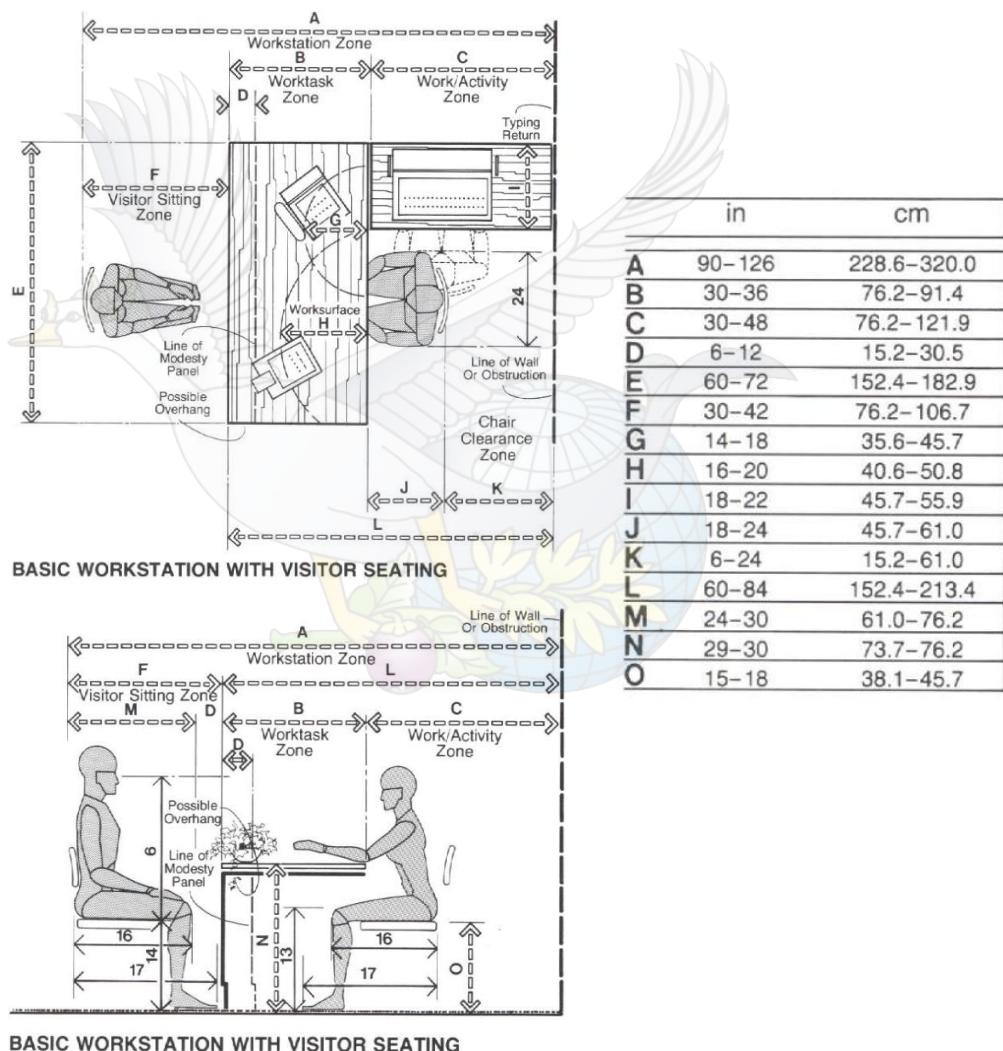


Gambar 19. Standarisasi *Staggered Seating*
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:295)

Standarisasi pada *staggered seating* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf C=60 cm, D=70 cm dan E=100 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan jarak dari kursi ke kursi serta area sirkulasi.

g. Standarisasi pada *Operational Office*

1) Standarisasi *Workstasion with Visitors Seating*

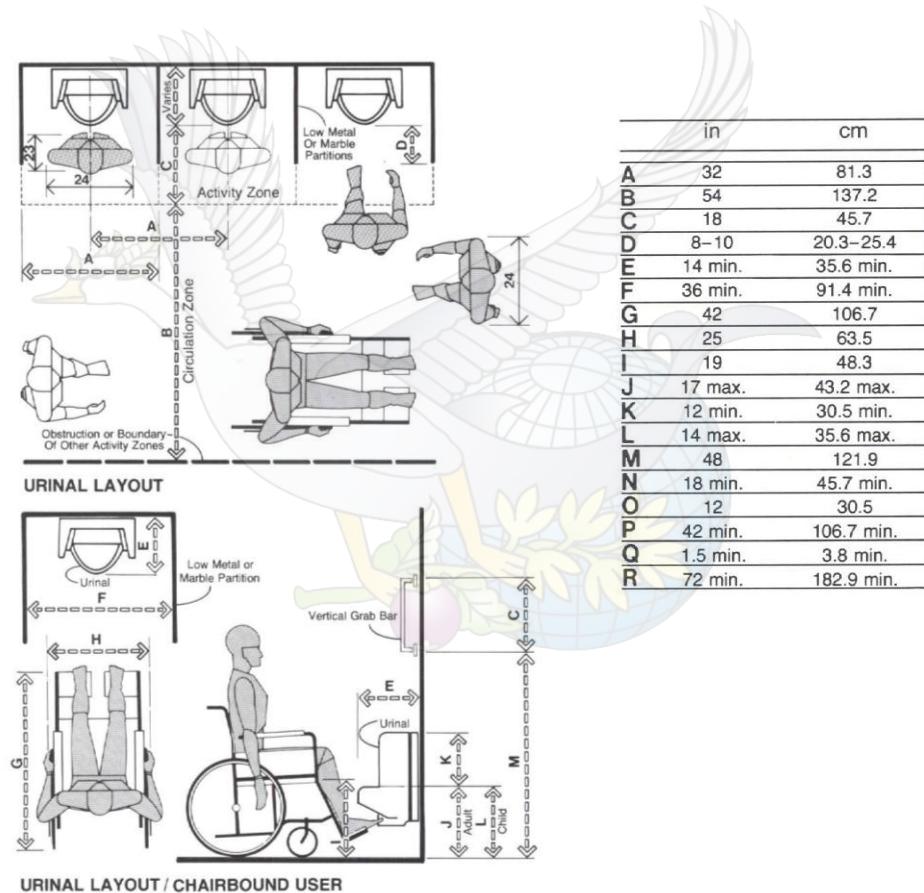


Gambar 20. Standarisasi *Workstasion with Visitors Seating*
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:295)

Standarisasi pada *workstasion with visitors seating* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=260 cm, B=80 cm, C=100 cm, F=80 cm, I=50 cm, M=70 cm, N=75 cm, dan O=45 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan ukuran meja kerja serta jarak kursi visitor dari meja kerja.

h. Standarisasi pada Toilet

1) Standarisasi Urinal

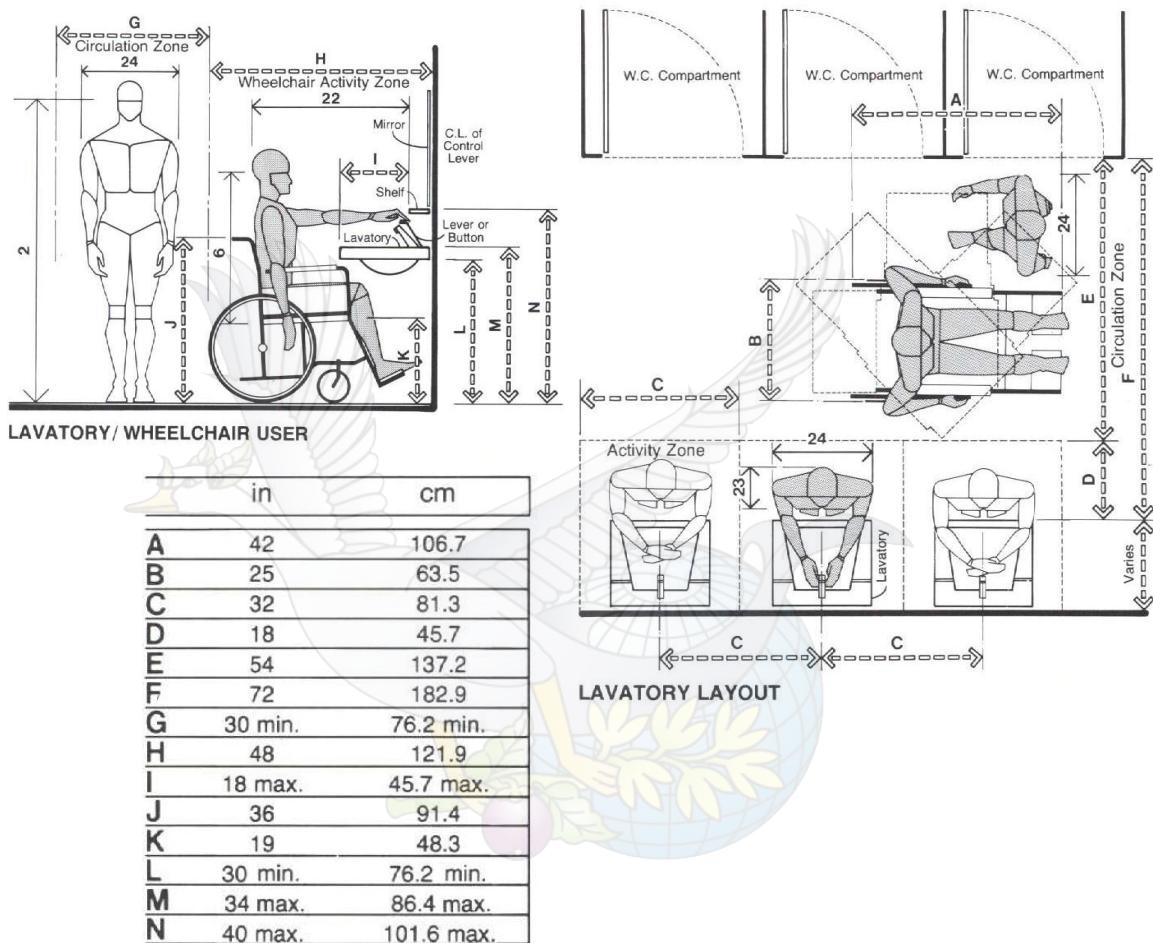


Gambar 21. Standarisasi Urinal
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:276)

Standarisasi pada *urinal* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=81.3 cm, B=137.2 cm, C=45.7 cm, E=40 cm, F=100 cm, J=42 cm, K=35 cm dan

$M=121.9$ cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan ukuran urinal dan sirkulasi bagi orang normal dan penyandang difabel.

2) Standarisasi *Lavatory*



Gambar 22. Standarisasi *Lavatory*
(Sumber: Panero, Zelnik, 1979:278)

Standarisasi pada *lavatory* yang diterapkan adalah pada pembagian huruf A=106.7 cm, B=63.5 cm, C=81.3 cm, H=121.9 cm, I=40 cm, G=80 cm, L=80 cm, M=85 cm dan N=100 cm. Standarisasi ini digunakan untuk menentukan ukuran zona aktivitas, sirkulasi bagi orang normal dan penyandang difabel.

3. Pendekatan Estetis

Menurut Pamudji Suptandar estetika mempelajari berbagai macam elemen yang terkandung dalam seni bentuk seperti :

- a. Titik, garis, bidang
- b. Bentuk, ruang
- c. Proporsi
- d. Harmoni, komposisi, gaya , irama
- e. Impresionisme, ekspresionisme dan sebagainya
- f. Tekstur, *pattern*, dimensi
- g. Psikologi dan warna
- h. Nada, bayangan, cahaya²⁸

Desainer interior harus dapat menghayati unsur – unsur keindahan yang terkandung dalam suatu bentuk. Unsur – unsur keindahan tidak hanya untuk dimengerti akan tetapi untuk dihayati dan diungkapkan kembali melalui bentuk – bentuk yang bisa diterima oleh masyarakat. Faktor – faktor tersebut yang membuat desain interior digolongkan ke dalam *applied art*.²⁹

Elemen – elemen keindahan tidak dapat berdiri sendiri melainkan harus dipadukan dan digunakan secara total dan menyeluruh, tersusun dalam suatu kesatuan. Perpaduan warna dinding, kursi, lantai dan sebagainya beserta psikologi

²⁸ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 16

²⁹ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 16

yang terkandung didalamnya akan ikut mempertegas fungsi ruang.³⁰ Keadaan sekeliling diterjemahkan dalam bentuk yang dapat memenuhi kebutuhan secara fisik dan spiritual mengandung nilai – nilai keindahan dan kegunaan bagi penghuni. Komposisi yang dinamis, warna yang harmonis, garis yang berirama, bentuk – bentuk dari ekspresi kehidupan masyarakat, orisinalitas bahan, keseimbangan yang dicapai melalui komposisi bentuk – bentuk yang asimetris akan sampai pada dimensi keempat, yaitu dimensi yang sanggup menembus waktu.³¹ Pada pendekatan estetika ini akan ditinjau dari unsur – unsur rupa yang meliputi titik, garis, bidang, bentuk, tekstur, warna, ruang dan gelap terang.

a. Titik

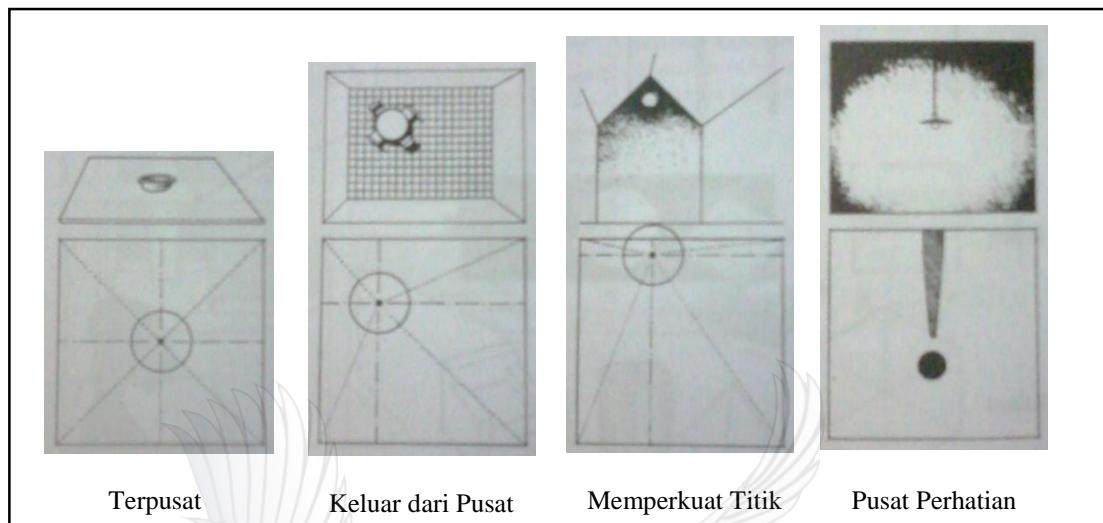
Menurut Georges Pierre Seurat seorang pelukis Perancis titik adalah salah satu elemen dalam seni rupa yang paling kecil dan merupakan elemen yang paling dasar dalam seni rupa. Titik menandai lokasi tertentu di dalam ruang. Secara konseptual titik tidak memiliki panjang, lebar, atau kedalaman, dengan demikian titik adalah statis dan tanpa arah.³² Sebagai penghasil bentuk yang utama, titik dapat menandai akhir garis, perpotongan dua garis, atau sudut pertemuan garis bidang atau *volume*. Ketika berada di pusat bidang atau ruang, titik menjadi stabil serta

³⁰ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 16

³¹ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disain dan Arsitektur”*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 18

³² Francis D.K. Ching, *Arsitektur“Bentuk, Ruang dan Tataan”Edisi Ketiga*, (Jakarta:Erlangga, 2008), hal.4

mampu mengatur elemen lain disekitarnya. Ketika bergerak keluar dari pusat, titik mempertahankan sifat pemuksatan akan tetapi menjadi lebih dinamis.³³



Gambar 23. Bentuk yang didapatkan dari titik memiliki pusatnya sendiri
 (Sumber : Francis D.K. Ching, 2011 : 86)

b. Garis

Arah atau orientasi dari sebuah garis dapat mempengaruhi peranannya dalam konstruksi visual³⁴, yaitu :

Tabel 3. Jenis dan Makna Garis

No	Jenis Garis	Gambar	Kesan yang Timbul
1.	Garis Horizontal	—	Memberi kesan lebih luas dan lebar
2.	Garis Vertikal		Memberi kesan sempit, atau panjang dan meninggi.

³³ Francis D.K. Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi*.Edisi Kedua, (Jakarta:PT.Indeks, 2011), hal.86

³⁴ Francis D.K. Ching, *Arsitektur “Bentuk, Ruang dan Tataan”* Edisi Ketiga, (Jakarta:Erlangga, 2008), hal.8

3.	Garis Lengkung		Bersifat romantis dan memberi kesan lemah gemulai.
4.	Garis tidak beraturan		Menjadikan tidak formil atau memberi kesan kepada irama – irama yang menguasai ruang. ³⁵
5.	Garis diagonal		Menyiratkan gerakan dan secara visual aktif dan dinamis. ³⁶

c. Bidang

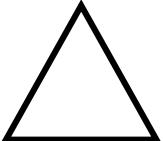
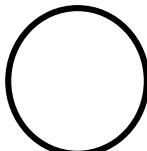
Garis yang digeser ke arah selain arah intrinsiknya akan menentukan tepi bidang. Secara konseptual, bidang memiliki dua dimensi panjang dan lebar tetapi tidak memiliki kedalaman.³⁷ Bidang sendiri bisa terbentuk karena ada dua ujung garis yang saling bertemu atau bisa juga karena sapuan warna. Bidang juga dibatasi dengan kontur dan disebut juga dengan bentuk 2 dimensi. Dalam seni rupa juga terdapat bidang dasar, diantaranya bidang segiempat, segitiga, lingkaran, dan lain – lain.

³⁵Pamudji Suptandar, *Desain Interior Merancang Tata Ruang Dalam*, (Jakarta : Universitas Trisakti Press, 1982), hal.100

³⁶Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua.* (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal. 88

³⁷Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi kedua*, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.91

Tabel 4. Jenis dan Makna Bidang

No	Jenis Bidang	Gambar	Makna
1.	Persegi		Figur yang stabil dan damai. ³⁸
2.	Segitiga		Kesan yang timbul adalah pencapaian tujuan. Segitiga dapat menyimbolkan stabilitas namun dapat pula sebaliknya. ³⁹
3.	Lingkaran		Wujud melingkar biasanya stabil dan memiliki pusatnya sendiri dalam lingkungannya, lingkaran juga dapat terlihat memiliki gerakan. ⁴⁰

d. Bentuk

Bentuk juga dapat dikatakan sebagai bangun (*shape*) atau juga bentuk plastis (*form*). Bangun merupakan bentuk benda yang polos, seperti halnya yang nampak oleh mata, seperti kotak, bundar, ornamental atau tidak beraturan. Sedangkan bentuk plastis merupakan bentuk benda yang terlihat dan bisa dirasakan karena adanya unsur nila dari benda tersebut misalnya lemari, kursi dan sebagainya.⁴¹

³⁸Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi kedua*, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.96

³⁹Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi kedua*, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.95

⁴⁰Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi kedua*, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.94

⁴¹Carolina. 2016. *Unsur Seni Rupa*. (Online), (<http://www.pelajaransekolahonline.com/2016/03/unsur-dalam-seni-rupa.html>, diakses 17 Januari 2017, 23:14 WIB)

e. Tekstur

Tekstur adalah sifat spesifik permukaan yang dihasilkan dari struktur tiga dimensi. Tekstur sering berguna untuk menjelaskan kelembutan atau kekasaran permukaan secara relatif. Tekstur juga dapat digunakan untuk menjelaskan sifat permukaan karakteristik pada material yang dikenal, seperti kekasaran batu, lekukan pada kayu, dan gelombang pada kain.⁴²

Ada dua tipe tekstur dasar yaitu tekstur sentuhan bersifat nyata dan dapat dirasakan oleh sentuhan serta tekstur visual yang dipandang oleh mata. Semua tekstur sentuhan juga memberikan tekstur visual, sebaliknya tekstur visual belum tentu nyata atau hanya ilusi.⁴³ Tekstur dengan butiran yang memiliki arah dapat memberi aksen panjang atau lebar bidang. Tekstur yang kasar dapat membuat bidang terlihat dekat, berkurang skalanya, dan meningkat berat visualnya. Pada umumnya, tekstur secara visual cenderung mengisi ruang di tempat mereka berada.⁴⁴

f. Warna

Warna adalah sifat dasar visual yang dimiliki oleh semua bentuk.⁴⁵ Pemilihan warna perlu mendapatkan perhatian karena dengan warna mampu menciptakan suasana dan karakter ruang. Warna dalam kaitannya dengan suatu desain adalah sebagai suatu elemen yang dapat diapresiasi dan mampu

⁴²Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua*,(Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.97

⁴³Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua*,(Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.97

⁴⁴Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua*, (Jakarta:PT.Indeks, 2011), hal. 98

⁴⁵Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua*, (Jakarta:PT.Indeks, 2011), hal.105

memberikan kesan yang diinginkan dan juga memiliki efek psikologi. Mampu menimbulkan dorongan atau suatu reaksi terhadap lingkungannya. Warna memiliki tiga dimensi antara lain :

1) Jenis warna (*hue*)

Atribut yang digunakan untuk mengenali dan menjelaskan warna, seperti merah atau kuning.

2) Nilai

Tingkat terang atau gelap warna bila dibandingkan dengan hitam dan putih.

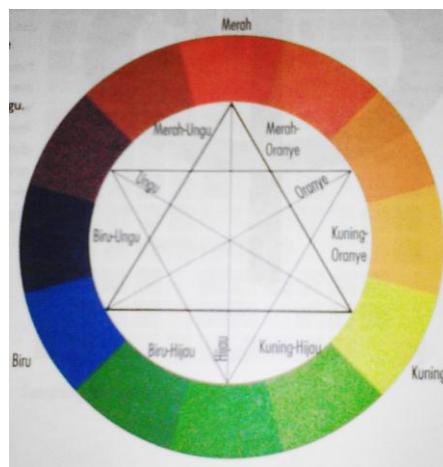
3) Saturasi

Pekat atau pucatnya warna:ini tergantung pada jumlah *hue* dalam warna tertentu.⁴⁶

Sejumlah sistem warna berusaha mengatur warna dan atributnya ke dalam tatanan yang terlihat. Tipe yang paling sederhana, seperti roda warna Brewster atau Prang mengatur pigmen warna ke dalam *hue* primer, sekunder dan tersier. *Hue* primer adalah merah, kuning, dan biru. *Hue* sekunder adalah oranye, hijau dan ungu. *Hue* tersier adalah merah – oranye, kuning – oranye, kuning – hijau, biru – hijau, biru – ungu, dan merah – ungu.⁴⁷

⁴⁶Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi. Edisi kedua*, (Jakarta:PT.Indeks, 2011), hal.107

⁴⁷ Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi Kedua*, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal.107



Gambar 24. Roda Warna Browster
 (Sumber : Francis D.K. Ching, 2011 : 107)

Berikut adalah analisis warna yang berpengaruh terhadap psikologi manusia :

Tabel 5. Analisa Warna

No.	Warna	Analisa Warna
1	Merah	Semangat, panas, menggairahkan, keintiman, rasa keingintahuan, karakter energik, kaya gagasan dan optimis.
2	Biru	Ketenangan, kedamaian, istirahat, sejuk, stabil dalam menghadapi tugas – tugas rutin.
3	Hijau	Kesegaran, kesejukan, ketenangan, mewakili warna alam dan menentramkan emosi.
4	Jingga	Kuat dan dominan, kemewahan, kesehatan, membangkitkan semangat, menimbulkan gejolak emosi, berbahaya dan menggiatkan aktivitas kerja.
5	Coklat	Hening, tenang, mewakili warna alam (kayu dan tanah), menentramkan, aman stabil.
6	Hitam	Misteri, depresi, abstrak, berat, kesan sempit, sebagai kontras pada ruang yang didominasi warna putih.
7	Putih	Kepolosan, kebersihan, keagungan, terang, anggun, bersahaja, luas dan membantu konsentrasi.
8	Kuning	Ceria, cerah, semangat, senang, hangat, menarik perhatian, kecerdikan, kaya ide dan sumber kekuatan. ⁴⁸
9	Ungu	Kekuatan, kemewahan, ambisi, kekuasaan, bangsawan dan keindahan
10	Merah Muda	Cinta, romantisme, eksentrik, dan feminin
11	Krem	Mempresentasikan kelembutan dan klasik
12	Silver	Menciptakan kesan glamour, mahal dan kemilau
13	Emas	Kemakmuran, aktif, dinamis dan keagungan. ⁴⁹

⁴⁸ Lou Mitchel, *The Shape on Space*, (New York : Nostrand Reinhold, 1996), hal. 15

⁴⁹ Mangkoko, 2016, *Psikologi Warna Biarkan Warna Berbicara*, (Online), (http://mangkoko.com/ruang_baca/psikologi-warna-biarkan-warna-berbicara, diakses 13 April 2016, 21:26 WIB)

Kesan lain yang ditimbulkan oleh warna adalah kesan menonjol dan menjauh. Kesan ruang yang lebih luas atau lebih sempit, menonjolkan atau mendesakkan dinding, langit – langit dan perabot.⁵⁰ Berikut adalah kesan warna pada elemen interior:

Tabel 6. Analisa Warna Pada Elemen Interior

No.	Warna	Analisa Warna pada Elemen Interior		
		Ceiling	Dinding	Lantai
1.	Merah	Menekan, berat, memaksa	Agresif dan menarik	Tajam
2.	Merah Muda	Lembut, intim, nyaman	Agresif, lemah, pasif	Terlalu lembut
3.	Coklat	Menyesakkan, berat	Aman, meyakinkan	Kokoh, stabil
4.	Jingga	Menggairahkan, menarik perhatian	Hangat, berbahaya	Aktif, orientasi gerakan
5.	Kuning	Terang, berbahaya, menggairahkan	Hangat (mengarah ke <i>orange</i>), mengganggu (terlalu terang)	Meninggikan, mengasyikkan
6.	Hijau	Profektif	Dingin, aman, lembut, pasif	Alami, lembut, relaks, dingin
7.	Biru	Meninggikan, dingin, nyata (terang), berat menyesakkan	Dingin dan jauh (terang), mendorong dan mengecilkan (gelap)	Kemudahan pergerakkan (terang), kuat (gelap)
8.	Ungu	Jarang digunakan untuk ruang dalam kecuali untuk area yang penting	Dalam ruang yang luas sangat mengganggu	Secara psikologis tampak membingungkan
9.	Abu – abu	Membayangi	Netral hampir membosankan	Netral
10	Putih	Menyesakkan	Tidak menyenangkan	Maya, abstrak ⁵¹

⁵⁰ Gelarie Karoline, *Perencanaan dan Perancangan Interior Jakarta Comics Center*, (Surakarta : Tugas Akhir Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret, 2005), hal. 84

⁵¹ Fark Mahke, *Color and Lightman Made Environment*, (New York : Mc Graw Hill, 1975), hal. 11

g. Ruang

Ruang merupakan bahan utama dalam palet desainer dan elemen yang sangat penting dalam desain interior. Melalui *volume* ruang seseorang tidak hanya dapat bergerak, tetapi juga melihat bentuk, mendengar suara, merasakan semilir angin dan kehangatan matahari, dan mencium wangi bunga yang mekar. Ruang mewariskan karakteristik sensual dan estetika dari berbagai elemen bidangnya.⁵²

h. Gelap Terang

Gelap terang adalah unsur rupa yang berkenaan dengan cahaya, baik secara nyata seperti dalam seni patung atau ilusi seperti dalam seni lukis dimana penampilan gambar memberikan kesan ruang.⁵³

Keindahan desain interior dipengaruhi pula oleh kemajuan teknologi *modern* dan bobot karyanya, tergantung pada kemampuan pribadi desainer dalam mengadaptasi unsur – unsur keindahan yang dipadukan dengan faktor lingkungan. Bagi seorang desainer karya adalah sebuah kepuasaan, akan tetapi karya harus dapat mewakili dan menjadi kebanggaan masyarakat dan dijadikan sebagai tolok ukur kebudayaan bangsa pada saat ini dan di masa mendatang.

Pendekatan estetis pada perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* berhubungan dengan filosofi bentuk yang akan diterapkan pada elemen utama, pengisi dan elemen penunjang ruang. Filosofi bentuk menjadi media

⁵² Francis D.K Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi*. Edisi kedua, (Jakarta : PT.Indeks, 2011), hal. 2

⁵³ Softilmu. 2015. *8 Unsur – Unsur Seni Rupa*. (Online), (<http://www.softilmu.com/2015/11/8-macam-unsur-unsur-seni-rupa-adalah.html>, diakses 18 Januari 2017, 00:07 WIB).

untuk menuangkan ide-ide gagasan, sehingga mampu menjawab permasalahan desain dari sisi keindahan.

4. Pendekatan Bahan

Pendekatan bahan digunakan untuk menentukan material yang akan digunakan meliputi bahan untuk akustik, bahan tahan api serta bahan tahan gempa.

a. Bahan Akustik

Bahan – bahan dan konstruksi penyerap bunyi yang digunakan dalam rancangan akustik atau yang dipakai sebagai pengendali bunyi dalam ruang – ruang bising dapat diklasifikasikan menjadi:

- 1) Bahan berpori – pori
- 2) Penyerap panel atau penyerap selaput
- 3) Resonator rongga (atau Helmholtz)⁵⁴

Setiap kelompok dan kombinasi bahan akustik sebagai suatu rancangan lapisan akustik dapat dipasang pada dinding ruang atau digantung di udara sebagai penyerap ruang.

1) Bahan Berpori

Karakteristik akustik dasar semua bahan berpori seperti papan serat (*fiber board*), plesteran lembut (*soft plasters*), *mineral wools*, dan selimut isolasi, adalah suatu jaringan selular dengan pori – pori yang saling berhubungan.⁵⁵ Bagian bunyi

⁵⁴ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 33

⁵⁵ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 34

yang datang diubah menjadi panas kemudian diserap, sedangkan sisanya yang telah berkurang energinya, dipantulkan oleh permukaan bahan. Bahan – bahan selular dengan sel yang tertutup dan tidak saling berhubungan seperti damar busa (*foamed resins*), karet selular (*cellular rubber*) dan gelas busa adalah penyerap bunyi yang buruk.⁵⁶ Bahan berpori komersial dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu :

- a) Unit akustik siap pakai
- b) Plesteran akustik dan bahan yang disemprotkan
- c) Selimut (isolasi) akustik
- d) Karpet dan Kain⁵⁷

Berikut merupakan penjelasan dari pembagian bahan berpori komersial :

a) Unit Akustik Siap Pakai

Bermacam – macam jenis ubin selulosa siap pakai dan serat mineral yang berlubang maupun tidak berlubang, bercelah (*fissured*), atau bertekstur, panel penyisip, dan lembaran logam berlubang dengan bantalan penyerap. Ubin tersebut dapat dipasang dengan berbagai cara sesuai dengan petunjuk pabrik misalnya, disemen pada sandaran, dipaku atau dibor pada kerangka kayu, atau dipasang pada sistem langit – langit gantung.⁵⁸ Unit siap pakai khusus seperti *Acoustic Space Units* (dari U.S Gypsum Co.), dan ubin *Geocoustic* (oleh Pittsburgh Corning) digunakan pada dinding dan permukaan langit – langit dalam susunan yang berjarak atau dalam potongan – potongan kecil. Penyerapan bunyi pada ubin tersebut lebih

⁵⁶ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 34

⁵⁷ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 34 – 37

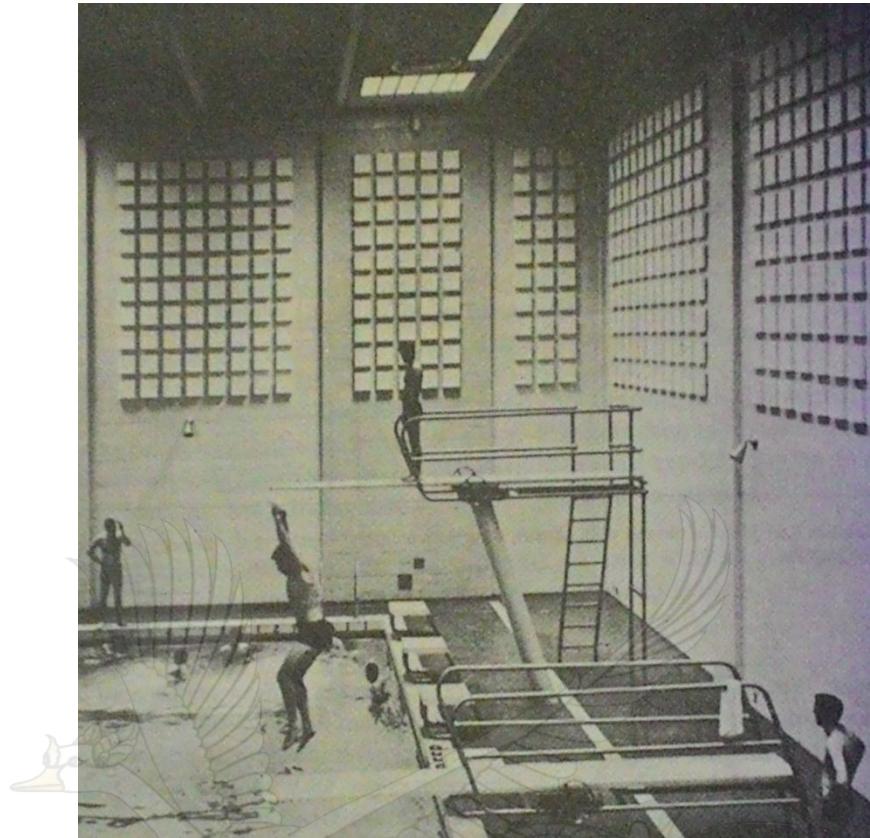
⁵⁸ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 34

besar dari ubin akustik standar karena tepi – tepinya yang kelihatan dilapisi dengan cara sama seperti permukaannya.⁵⁹ Penggunaan unit akustik siap pakai memberikan beberapa keuntungan:

- (1) Mempunyai penyerapan yang dapat diandalkan dan dijamin pabrik.
- (2) Pemasangan dan perawatannya relatif mudah dan murah.
- (3) Beberapa unit dapat dihias kembali tanpa mempengaruhi jumlah penyerapannya.
- (4) Penggunaannya dalam sistem langit – langit dapat disatukan secara fungsional dan secara visual dengan persyaratan penerangan, pemanasan atau pengkondisian udara, mereka membantu dalam reduksi bising dan mempunyai fleksibilitas dalam penyekatan.
- (5) Bila dipasang dengan tepat, penyerapannya dapat bertambah secara menguntungkan.⁶⁰

⁵⁹ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986) hal. 35

⁶⁰ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986) hal. 35



Gambar 25. Pengendalian *Acoustic Space Units* di kolam renang di Minneapolis, Minn
(Foto : Building News, Canadian Gypsum Co., Ltd, 1986, hal 36)

b) Plesteran Akustik dan Bahan yang Disemprotkan

Lapisan akustik semprot digunakan terutama untuk tujuan reduksi bising dan terkadang digunakan dalam auditorium dimana bahan akustik lain tidak dapat digunakan karena bentuk permukaan yang melengkung atau tidak teratur. Akustik tersebut dipakai dalam bentuk semiplastik, dengan pistol penyemprotan atau dengan diplester (*Sprayed Limpet Asbestos, Zonolite, Vermiculite, Sound Shield, Glatex, Dekoosto*, dan lain – lain).⁶¹

⁶¹ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 37

c) Selimut (Isolasi) Akustik

Selimut akustik dibuat dari serat – serat karang (*rock wool*), serat – serat gelas (*glass wool*), serat – serat kayu, lakan (*felt*), rambut dan sebagainya. Biasanya selimut akustik dipasang pada sistem kerangka kayu atau logam, dan digunakan untuk tujuan – tujuan akustik dengan ketebalan yang bervariasi antara 25 dan 125 mm.⁶² Dikarenakan selimut akustik tidak dapat menampilkan permukaan estetik yang memuaskan, maka biasanya ditutupi dengan papan berlubang, *wood slats, fly screening* dan lain – lain dari jenis yang sesuai, dan diletakkan di atasnya serta diikatkan pada sistem kerangkanya.⁶³

d) Karpet dan Kain

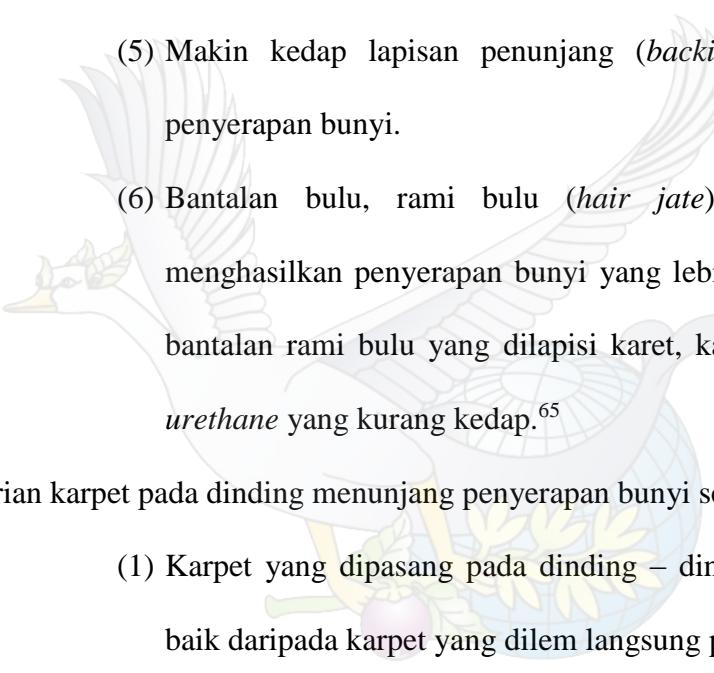
Fungsi karpet sebagai bahan akustik yaitu menyerap bunyi dan bising di udara (*airbone*) yang ada dalam ruang. Karpet mereduksi dan dalam beberapa kasus menghilangkan dengan sempurna bising benturan dari atas, selain itu karpet juga menghilangkan bising permukaan seperti seretan kaki, bunyi langkah kaki, perpindahan perabot.⁶⁴ Karpet digunakan untuk lantai dan juga sebagai penutup dinding. Pemberian karpet pada lantai menunjang penyerapan bunyi sebagai berikut:

- (1) Jenis serat, praktis tidak mempunyai pengaruh pada penyerapan bunyi.

⁶² Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 37

⁶³ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 37

⁶⁴ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 38

- 
- (2) Pada kondisi yang sama tumpukan potongan (*cut piles*) memberikan penyerapan yang lebih dibandingkan dengan tumpukan lembaran (*loop piles*).
 - (3) Dengan bertambahnya tinggi dan berat tumpukan, dalam tumpukan potongan kain, penyerapan bunyi akan bertambah.
 - (4) Dalam tumpukan lembaran kain, bila tumpukan bertambah tinggi sedang rapat massa tetap, penyerap bunyi bertambah.
 - (5) Makin kedap lapisan penunjang (*backing*), makin tinggi penyerapan bunyi.
 - (6) Bantalan bulu, rami bulu (*hair jate*) dan karet busa menghasilkan penyerapan bunyi yang lebih tinggi dibanding bantalan rami bulu yang dilapisi karet, karet spon dan busa *urethane* yang kurang kedap.⁶⁵

Pemberian karpet pada dinding menunjang penyerapan bunyi sebagai berikut :

- (1) Karpet yang dipasang pada dinding – dinding berbulu lebih baik daripada karpet yang dilem langsung pada dinding.
- (2) Karpet dengan papan mineral, *rock wool*, *styrofoam*, atau *tectum boards* yang digunakan sebagai pengisi antara lapisan menghasilkan penyerapan lebih tinggi daripada tanpa pengisi.⁶⁶

⁶⁵ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 38

⁶⁶ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 38

Pemberian karpet pada lantai dan dinding jelas menciptakan suasana tenang, suatu ciri yang sangat diinginkan karena dunia telah dipenuhi oleh polusi bising. Hal ini juga memberi sumbangan sebagai pengendali bising secara psikologi.⁶⁷

2) Penyerap Panel (atau Selaput)

Penyerap panel atau selaput yang tidak dilubangi mewakili kelompok bahan – bahan penyerap bunyi yang kedua. Diantara lapisan – lapisan dan konstruksi auditorium penyerap panel berperan pada penyerapan frekuensi rendah. Bahan penyerap panel antara lantai panel kayu dan *hardboard*, *gypsum board*, langit – langit plesteran yang digantung, plesteran berbulu, *plastic board* tegar, jendela, kaca, pintu, lantai kayu dan panggung, dan pelat – pelat logam (radiator).⁶⁸

3) Resonator Rongga (*Helmholtz*)

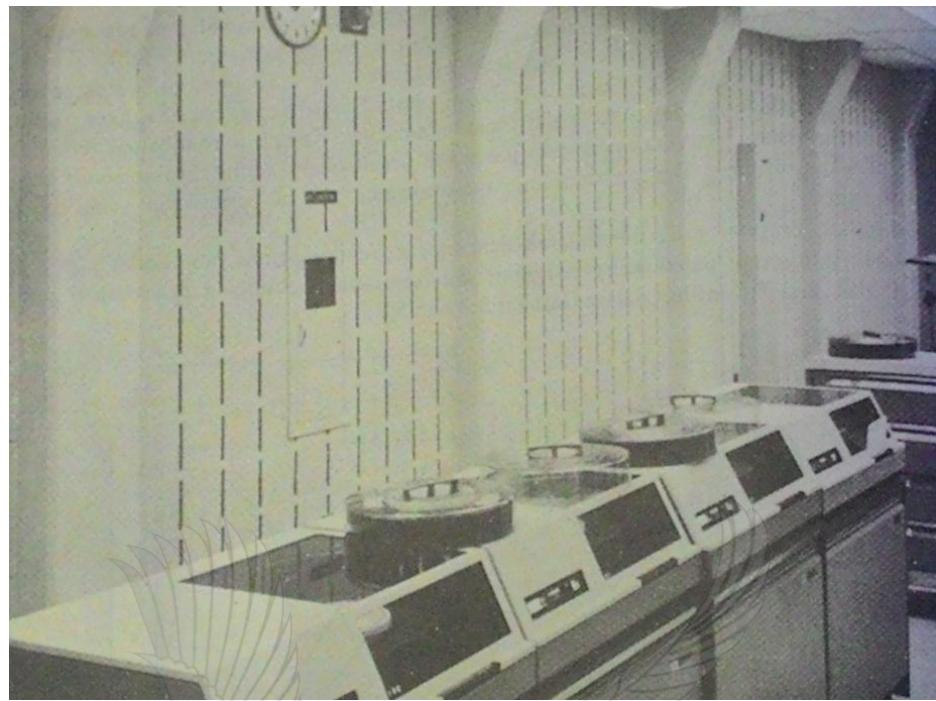
Resonator rongga atau *Helmholtz*, terdiri dari sejumlah udara tertutup yang dibatasi oleh dinding – dinding tegar dan dihubungkan oleh lubang atau celah sempit ke ruang sekitarnya, dimana gelombang bunyi merambat.⁶⁹ Resonator rongga menyerap energi bunyi maksimum pada daerah pita frekuensi rendah yang sempit. Suatu poci atau botol kosong juga berfungsi sebagai resonator rongga, akan tetapi penyerapannya yang maksimum terbatas pada pita frekuensi yang sempit, artinya resonator ini sangat selektif dalam penyerapannya. Resonator rongga dapat digunakan sebagai unit individual, resonator panel berlubang dan resonator celah.⁷⁰

⁶⁷ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 39

⁶⁸ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 39

⁶⁹ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 40

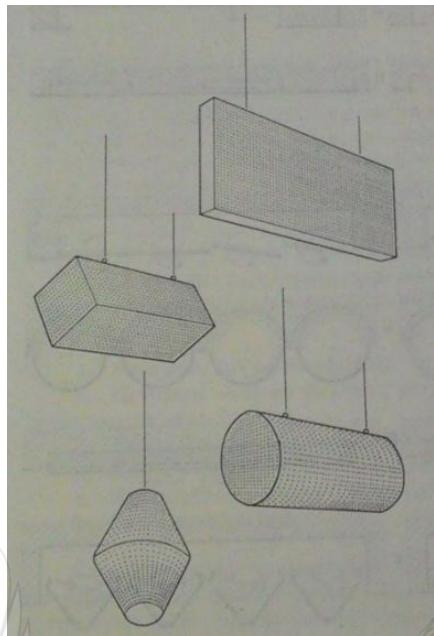
⁷⁰ Leslie L.Doelle, *Akustik Lingkungan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1986), hal. 40



Gambar 26. *Unit Soundbox* (balok beton yang disusun berderet), Kansas City
(Foto : P.D. Steffee, 1986 : 40)



Gambar 27. Balok beton berongga, digunakan sebagai penyerap resonator celah di auditorium sekolah menengah dengan 700 tempat duduk, Quebec
(Foto : Bowe Studio, 1986 : 47)



Gambar 28. Penyerap ruang yang dapat digantung pada langit – langit
(Sumber : Leslie L. Doelle, 1986 : 47)

b. Bahan Tahan Api

Bahaya kebakaran adalah bahaya yang diakibatkan oleh adanya ancaman potensial dan derajat terkena puncaran api sejak dari awal terjadi kebakaran hingga penjalaran api, asap dan gas yang ditimbulkan.⁷¹ Ada dua macam sistem proteksi kebakaran, yaitu sistem proteksi aktif dan sistem proteksi pasif. Sistem proteksi aktif merupakan kemampuan peralatan dalam mendekripsi dan memadamkan kebakaran, pengendalian asap, dan sarana penyelamatan kebakaran . Sistem proteksi aktif berupa sistem *springkler*, *smoke and heat detector*, *fire alarm*, Alat Pemadam Api Ringan (APAR) dan sistem *hydrant*.

⁷¹ Standar Nasional Indonesia, *Tata Cara Perencanaan Sistem Proteksi Pasif Untuk Pencegahan Bahaya Kebakaran Pada Bangunan Rumah Dan Gedung*, (Bandung : SNI 03-1736-2000, 2000).



Gambar 29. *Sprinkler, Heat Detector dan Smoke Detector*
 (Sumber : <http://www.statesystemsinc.com/fire-protection/>, 2016)



Gambar 30. APAR, *fire alarm*, dan *hydrant*
 (Sumber : <http://www.statesystemsinc.com/fire-protection/>, 2016)

Berikut adalah persyaratan pemasangan detektor panas, detektor asap dan detektor api:

- 1) Persyaratan pemasangan detektor panas
 - (a) Dipasang pada posisi 15 mm hingga 100 mm di bawah permukaan langit - langit.
 - (b) Pada satu kelompok sistem ini tidak boleh dipasang lebih dari 40 buah.

- (c) Untuk setiap luas lantai 46 m^2 dengan tinggi langit-langit 3,00 meter.
- (d) Jarak antar detektor tidak lebih dari 7,00 meter untuk ruang aktif, dan tidak lebih dari 10,00 meter untuk ruang sirkulasi.
- (e) Jarak detektor dengan dinding minimum 30 cm.
- (f) Pada ketinggian berbeda, dipasang satu buah detektor untuk setiap 92 m^2 luas lantai.
- (g) Dipuncak lekukan atap ruangan tersembunyi, dipasang sebuah detektor untuk setiap jarak memanjang 9,00 meter.
- 2) Persyaratan pemasangan detektor asap
- (a) Untuk setiap luas lantai 92 m^2 .
- (b) Jarak antar detektor maksimum 12,00 meter di dalam ruang aktif dan 18,00 meter untuk ruang sirkulasi.
- (c) Jarak detektor dengan dinding minimum 6,00 meter untuk ruang aktif dan 12,00 meter untuk ruang sirkulasi.
- (d) Setiap kelompok sistem dibatasi maksimum 20 buah detektor untuk melindungi ruangan seluas 2000 m^2 .
- 3) Persyaratan pemasangan detektor api
- (a) Setiap kelompok dibatasi dibatasi maksimum 20 buah detektor.
- (b) Detektor yang dipasang di ruang luar harus terbuat dari bahan yang tahan karat, tahan pengaruh angin dan getaran.

(c) Untuk daerah yang sering mengalami sambaran petir, harus dilindungi sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan tanda bahaya palsu.⁷²

Sistem proteksi aktif masih memiliki beberapa kelemahan, karena adanya kelemahan tersebut maka mulai dicari solusi lain untuk mengatasinya, yaitu dengan sistem proteksi kebakaran pasif. Sistem proteksi pasif adalah kemampuan stabilitas struktur dan elemennya, konstruksi tahan api kompartemenisasi dan pemisahan, serta proteksi pada bukaan yang ada untuk menahan dan membatasi kecepatan menjalarinya api dan asap kebakaran. Proteksi api pasif menekan kandungan api atau memperlambat penjalaran api. Semua ini harus sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pada peraturan bangunan dan peraturan api. Tolok ukur proteksi api pasif adalah kemampuan untuk mengendalikan kandungan api dalam kompartemen-kompartemen, hal ini berarti membatasi penjalaran api dan asap dalam hal periode waktu yang telah dijelaskan dalam peraturan bangunan dan peraturan api.⁷³

Adapun beberapa persyaratan yang harus diperhatikan dalam mendesain ruangan dengan menggunakan sistem proteksi pasif, bangunan harus dibedakan menurut tipe konstruksi dan kelas bangunan. Dari penentuan kelas bangunan dan tipe konstruksi akan diperoleh persyaratan mengenai lamanya waktu yang harus didesain ketika terjadi kebakaran. Tingkat Ketahanan Api (TKA), adalah tingkat

⁷²Usep Surahman, *Sistem Penanggulangan Bahaya Kebakaran I*, (Online), ([http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR.PEND.TEKNIK/ARSITEKTUR/197605272005011-USEP-SURAHMAN/Mekanikal_Elektrikal_\(e-learning\)](http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR.PEND.TEKNIK/ARSITEKTUR/197605272005011-USEP-SURAHMAN/Mekanikal_Elektrikal_(e-learning))), diakses 16 Mei 2016, 10:21 WIB)

⁷³ Standar Nasional Indonesia, *Tata Cara Perencanaan Sistem Proteksi Pasif Untuk Pencegahan Bahaya Kebakaran Pada Bangunan Rumah Dan Gedung*, (Bandung : SNI 03-1736-2000, 2000).

ketahanan api yang diukur dalam satuan menit, yang ditentukan berdasarkan standar uji ketahanan api untuk kriteria sebagai berikut :

- 1) Ketahanan memikul beban (kelayakan struktur)
- 2) Ketahanan terhadap penjalaran api (integritas)
- 3) Ketahanan terhadap penjalaran panas (isolasi)⁷⁴

Untuk pemilihan material pembentuk ruang seperti pemilihan material lantai, dinding dan *ceiling* bisa menggunakan granit, marmer dan serat atau fiber yang memiliki sifat tahan api. Dengan demikian setiap komponen bangunan harus dapat tetap bertahan dan dapat menyelamatkan isi bangunan, meskipun bengunan dalam keadaan terbakar.

c. Bahan Tahan Gempa

Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki paronama yang indah, akan tetapi dibalik panorama Bandung tersimpan potensi gempa bumi yang cukup besar. Peneliti dari Pusat Penelitian Geoteknologi pada Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) mengungkapkan, patahan Lembang berpotensi mengalami gempa berkekuatan cukup besar. Patahan yang melintang dari mulai Lembang hingga Rajamandala ini diprediksi akan berkekuatan gempa sampai 6,8 skala richter (SR). Mudrik R. Daryono dari peneliti LIPI mengungkapkan panjang sesar Lembang mencapai 29 kilometer, tim menghitung potensi gempa yang bersumber di darat itu cukup besar. Dengan skenario terburuk, bisa menghasilkan

⁷⁴ Departemen Pekerjaan Umum, *Persyaratan Teknis Sistem Proteksi Kebakaran Pada Bangunan Gedung dan Lingkungan*, (Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor : 26/PRT/M/2008), hal. 3

gempa dengan skala magnitudo 6,5 sampai 7 apabila seluruh segmennya bergerak.⁷⁵

Menurut pakar geologi dari ITB Agus Hardoyo, sesar Lembang merupakan salah satu sesar aktif di pulau Jawa yang berhubungan dengan aktivitas gunung Sunda purba. Sesar atau juga dikenal dengan istilah ilmiah *fault*, merupakan retakan di kerak bumi yang mengalami pergeseran atau pergerakan. Secara umum dikenal tiga jenis sesar, yaitu sesar normal (*normal fault*), sesar naik (*reverse fault*), dan sesar geser mendatar (*strike-slip fault*). Eko Yulianto dari peneliti LIPI pada Rabu 9 Maret 2016 mengungkapkan bahwa patahan Lembang memiliki potensi untuk terjadi gempa dengan kekuatan yang cukup besar, namun tidak bisa diprediksi kapan akan terjadinya.⁷⁶

Menurut pakar rancang bangun Davi Sukamta, Kota Bandung memiliki kemiripan dengan *Mexico City*. Sebab kota Bandung berdiri di atas tanah hasil endapan danau purba sehingga rawan terjadi gempa begitu juga dengan *Mexico City*. Di Padalarang, patahan Lembang bertemu dengan sesar Cimandiri yang terbentang dari Pelabuhan Ratu hingga ke Lembang. Adanya patahan gempa bumi ini harus diperhitungkan untuk pembangunan di Kota Bandung. Begitu juga dalam rencana pembangunan Kereta Api Cepat Jakarta-Gedebage, Bandung. Gedebage

⁷⁵Anwar Siswadi. 2015. *Riset Terbaru: Panjang Sesar Lembang 29 Kilometer Potensi Gempa Cukup Besar*, (Online), (<https://m.tempo.co/read/news/2015/10/20/058711088/riset-terbaru-panjang-sesar-lembang-29-kilometer-potensi-gempa-cukup-besar>, diakses 11 Juni 2016, 23:18 WIB)

⁷⁶Bb3. 2016. *Patahan Lembang Potensi Gempa Besar*, (Online), (<http://www.balebandung.com/patahan-lembang-berpotensi-gempa-kekuatan-besar/>, diakses 13 Juni 2016, 23:26 WIB)

sendiri merupakan daerah bekas danau purba dengan tanah endapan lumpur, sehingga daerah ini sangat rawan gempa.⁷⁷

Berdasarkan potensi gempa yang ada di kota Bandung maka untuk membuat sebuah perencanaan bangunan harus memperhatikan beberapa aspek yang berhubungan dengan ketahanan gempa. Berdasarkan konstruksinya bangunan gedung dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

- 1) Bangunan gedung tidak bertingkat dengan rangka kayu.
- 2) Bangunan gedung tidak bertingkat dengan konstruksi rangka balok dan kolom dari beton bertulang.
- 3) Bangunan gedung bertingkat dengan konstruksi rangka balok dan kolom dari beton bertulang.⁷⁸

Pada perencanaan bangunan gedung *Indonesian Creative Character Center* tergolong dalam jenis gedung tidak bertingkat dengan konstruksi rangka balok dan kolom dari beton bertulang. Untuk pemilihan material interior seperti lantai bisa menggunakan lantai *vinyl* karena memiliki sifat anti statik.

⁷⁷Iman Herdiana. 2016. *Bandung Seperti Kota Meksiko, Rawan Gempa*, (Online), (<http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/bandung-seperti-kota-meksiko-rawan-gempa-1606033.html>, diakses 4 Oktober 2016, 16:54 WIB)

⁷⁸ Direktorat Jenderal Cipta Karya, *Pedoman Teknis Rumah dan Bangunan Gedung Tahan Gempa*, (Departemen Pekerjaan Umum, 2006), hal. 59 - 63

B. Ide Perencanaan

Ide perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* berasal dari *superhero* Indonesia. *Superhero* yang dimaksud adalah *superhero* yang berasal dari budaya lokal baik itu dari cerita wayang, dongeng, legenda, komik, animasi maupun film fiksi. Hal tersebut bertujuan untuk memperkenalkan tokoh *superhero* Indonesia kepada pecinta *pop culture* dan masyarakat umum secara global serta membangkitkan kembali *superhero* Indonesia. *Superhero* yang identik dengan kekuatan super menjadi cerminan bahwa Indonesia merupakan negara kuat dengan beragam budaya lokal yang dimilikinya.

Sejarah *superhero* pertama dalam artikel yang ditulis oleh Don Markstein's, berasal dari Amerika Serikat. *Superhero* pertama adalah Phantom yang diciptakan oleh Lee Falk, terbit di komik strip koran harian pada tanggal 17 Februari 1936. Setelah Phantom di tahun 1938 lahirlah *Superman* atas prakarsa Jerry Siegel dan Joe Shuster. Tidak hanya di Amerika Serikat, tapi juga di negara-negara yang terpengaruh budaya pop Amerika terutama budaya komik *superhero* mulai bermunculan.⁷⁹

Berdasarkan data yang dihimpun dari Pameran Sejarah Komik Indonesia di *Institut Francais d'Indonesien*, sejarah *superhero* di Indonesia dimulai pada tahun 1940an melalui Siaw Tik Kwei, dengan karyanya yang berjudul Sie Djin Koei. Seiring dengan popularitas tokoh-tokoh komik asing mendorong upaya mentransformasikan beberapa karakter pahlawan super kedalam selera lokal. R.A.

⁷⁹ Rahmi Wulandiani. 2014. *Superhero Candidates*, (Online), (<http://campaign.grazera.com/beraninulis/read/190/superhero.candidates>, 13 April 2016, 01:48 WIB)

Kosasih yang dikenal sebagai Bapak Komik Indonesia, memulai karirnya dengan mengimitasi *Wonder Woman* menjadi pahlawan wanita bernama Sri Asih. Pada tahun 1970 sampai 1980an Indonesia mulai marak akan tokoh *superhero* lokal. Figur *superhero* di Indonesia dalam dunia komik muncul dalam empat gelombang yang berbeda.

Gelombang pertama terjadi pada periode tahun 1953 – 1956 yang menampilkan sejumlah *superhero* yang mirip dengan *superhero* populer Amerika seperti *Superman*, Tarzan dan Flash Gordon yang menjadi inspirasi beberapa komikus Indonesia. Diawali dengan munculnya Sri Asih *superhero* yang begitu popular karena menampilkan tema yang relatif baru dalam dunia komik Indonesia dengan budaya lokal seperti wiracarita wayang yang berkembang di pulau Jawa.

Gelombang kedua terjadi pada periode tahun 1956 – 1963, pada masa ini beberapa komikus melakukan kompromi budaya dengan menghadirkan tokoh wirawan dari wiracarita dan cerita rakyat sebagai *superhero*, karena pada periode gelombang pertama, komik *superhero* dianggap lebih mewakili kepentingan ideologi liberal dan kapitalisme Amerika. Kisah – kisah seperti Ramayana, Mahabarata, Ulam Sari, atau Gatotkaca Sewu lahir seolah – olah ingin menegaskan bahwa *superhero* Indonesia lebih kuat, gagah atau sakti dibandingkan *superhero* Amerika.

Gelombang ketiga berlangsung antara tahun 1968 – 1980 dimana para komikus seperti Ganes TH, Jan Mintaraga, Hans Jaladara, Teguh Santosa, Djair Warni, Man, Widodo Nur Slamet atau Wid N.S., dan Hasmi mempunyai peranan

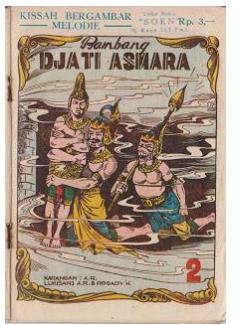
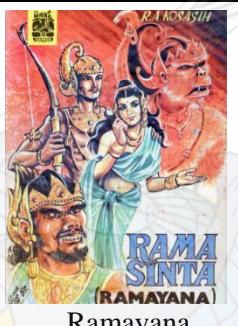
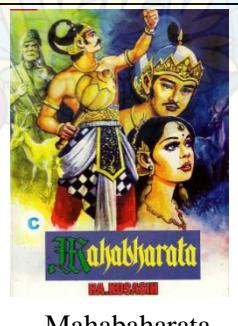
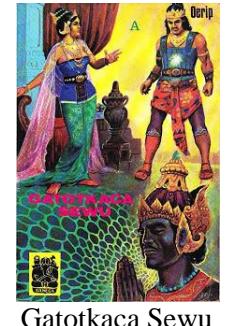
penting. Berkat kreativitas mereka selama satu dasawarsa lebih masyarakat Indonesia dipenuhi oleh *superhero* yang beragam.

Gelombang keempat dirintis pada pertengahan tahun 1990an. Di tengah maraknya *anime*, tokoh – tokoh kartun yang baru, *video games* dan *manga* pada masa itu, dunia komik Indonesia masih memiliki harapan untuk menghadirkan sosok *superhero* muda yang lebih kuat, *energetic*, dan tangkas. Maka beredarlah komik *superhero* yang dihasilkan sejumlah orang muda kreatif di beberapa pusat kota seperti Jakarta, Bandung dan Yogyakarta.⁸⁰

Tabel 7. Gelombang Komik *Superhero* di Indonesia

No.	Gelombang	Tokoh <i>Superhero</i>	Pencipta Karakter
1.	Gelombang pertama periode tahun 1953 – 1956	 Sri Asih (1953)	RA. Kosasih
		 Putri Bintang (1954)	John Loo atau Djoni Lukman
		 Garuda Putih (1954)	John Loo atau Djoni Lukman

⁸⁰ Paul Heru Wibowo, *Masa Depan Kemanusiaan: Superhero dalam Pop Culture*, (Jakarta : LP3ES, 2012), hal. 281 - 454

		 <p>Anglidarma (1963)</p>	S. Topo
		 <p>Bambang Djati Asmara (1956)</p>	A.R Rosady H
2.	Gelombang kedua periode tahun 1956 – 1963	 <p>RA. Kosasih RAMAYANA</p>	RA. Kosasih
		 <p>RA. Kosasih Mahabharata</p>	RA. Kosasih
		 <p>Oerip Gatotkaca Sewu</p>	Oerip

			Wid N.S.
3. Gelombang ketiga periode tahun 1968 – 1980			Hasmi
			Hasmi
			Hasmi
			Wid N.S.

			Hasmi
			Hasmi
			Hasmi
			Banuarli
4.	Gelombang keempat periode tahun 1990 - an		Ahmad Thoriq

		 Kapten Bandung (1996)	Anto Motulz
		 Jawara (1996)	Tim Sraten Komik Indonesia

Tidak banyak yang tahu Indonesia memiliki *superhero* lokal yang sudah lama diciptakan. Banyak masyarakat melupakan atau sama sekali tidak tahu adanya tokoh *superhero* lokal. Kurangnya promosi dan strategi *marketing* itulah yang membuat hilangnya tokoh *superhero* lokal. Masyarakat Indonesia masih terlalu tinggi menghargai produk asing dibandingkan dengan lokal. Untuk melestarikan produk budaya lokal yang kini mulai ditinggalkan *superhero* Indonesia seolah berebut perhatian dengan *superhero* luar negeri karena kemajuan teknologi. Goenawan Mohamad menyebutkan *Superhero* Indonesia tidak pernah menjadi topik pembicaraan yang menarik di kalangan masyarakat. Bahkan, bagi sebagian generasi masa kini, *superhero* itu sama sekali tidak meninggalkan jejak apapun.⁸¹

⁸¹ Paul Heru Wibowo, *Masa Depan Kemanusiaan: Superhero dalam Pop Culture*, (Jakarta : LP3ES, 2012), hal. 304

1. Tema Perencanaan

Tokoh *superhero* Indonesia yang akan menjadi visualisasi dalam perencanaan adalah *superhero* Garudaman karya Nawa Rie Eda pada tahun 2012. *Superhero* Garudaman merupakan tokoh dari film fiksi produksi Jtoku Indonesia atau Jogja Tokusatsu Indonesia. Tokoh Garudaman muncul dari keprihatinan terhadap anak bangsa yang mulai melupakan simbol lambang negara yaitu Garuda dan kelima sila Pancasila.

a. Tinjauan Jtoku Indonesia

Jtoku Indonesia merupakan sebuah *home production* yang bergerak dibidang jasa dan *merk* dagang yang berlokasi di kota Yogyakarta. Jtoku merupakan kependekan dari Jogja Tokusatsu dimana Tokusatsu (*Tokushu Satsuei*) berasal dari bahasa Jepang yang berarti trik pengambilan gambar dengan kostum dan *special effect* atau biasa disebut dengan film *live action*. Industri JTOKU didirikan dan dikelola oleh Nawa Rie Eda sejak tahun 2005. Semula industri tersebut hanya berupa kelompok kecil yang berusaha membangkitkan kembali semangat *superhero* Indonesia dalam bentuk majalah dan *merchandise*.

Pada tahun 2007, Jtoku mulai konsisten untuk berkarya dalam bidang seni rupa yang berupa produk kerajinan kostum, patung, properti film, *video editing* serta produksi film dengan menambahkan *special effect*. Selanjutnya pada tahun 2011 Jtoku mulai merambah ke mancanegara. Jtoku sangat menjaga dan mengutamakan eksklusivitas dan *copyright* pencipta karakter, sehingga mereka tidak melakukan produksi masal akan tetapi hanya sebatas *fanmade*.

Jtoku dibagi menjadi 3 divisi yaitu divisi *custom*, film dan studio. Divisi *custom* menangani produksi kerajinan dalam bentuk kostum, properti, maupun produk seni lainnya. Divisi film menangani film, video, *web serial* serta iklan sedangkan divisi studio menangani segala jenis kegiatan kreatif yang merealisasikan ide menjadi suatu desain. Sampai tahun 2016 Jtoku telah menciptakan kurang lebih 20 karakter *superhero* Indonesia yang salah satunya adalah *superhero* Garudaman.

b. Kisah Garudaman dalam Film

Pada lingkup *universal* kisah Garudaman diketahui bahwa dunia terpisah menjadi tiga bagian. Tiga bagian tersebut merupakan dunia atas yaitu dunia para dewa, dunia tengah yaitu dunia manusia dan dunia bawah yang dikuasai oleh bangsa naga. Dunia atas bertekad tidak akan membantu manusia lagi, setelah memberikan api atau cahaya sedangkan dunia bawah tidak akan membantu manusia lagi setelah memberikan air.

Cerita ini dimulai disebuah negara Garuda yang bernama Garudanesia. Di negara tersebut tinggalah masyarakat yang damai, makmur, gemah ripah loh jinawi. Hingga suatu saat bangsa Korupian yaitu bangsa yang licik dan jahat mempengaruhi bangsa Garudanesia, hingga rakyatnya melupakan alam dan jati dirinya. Bangsa dewapun iba dan melanggar janjinya untuk membantu kembali manusia. Manusia yang serakah meminta bangsa Naga untuk membantu mereka melawan bangsa Dewa. Sang Garuda yaitu dewa pelindung Garudanesia akhirnya

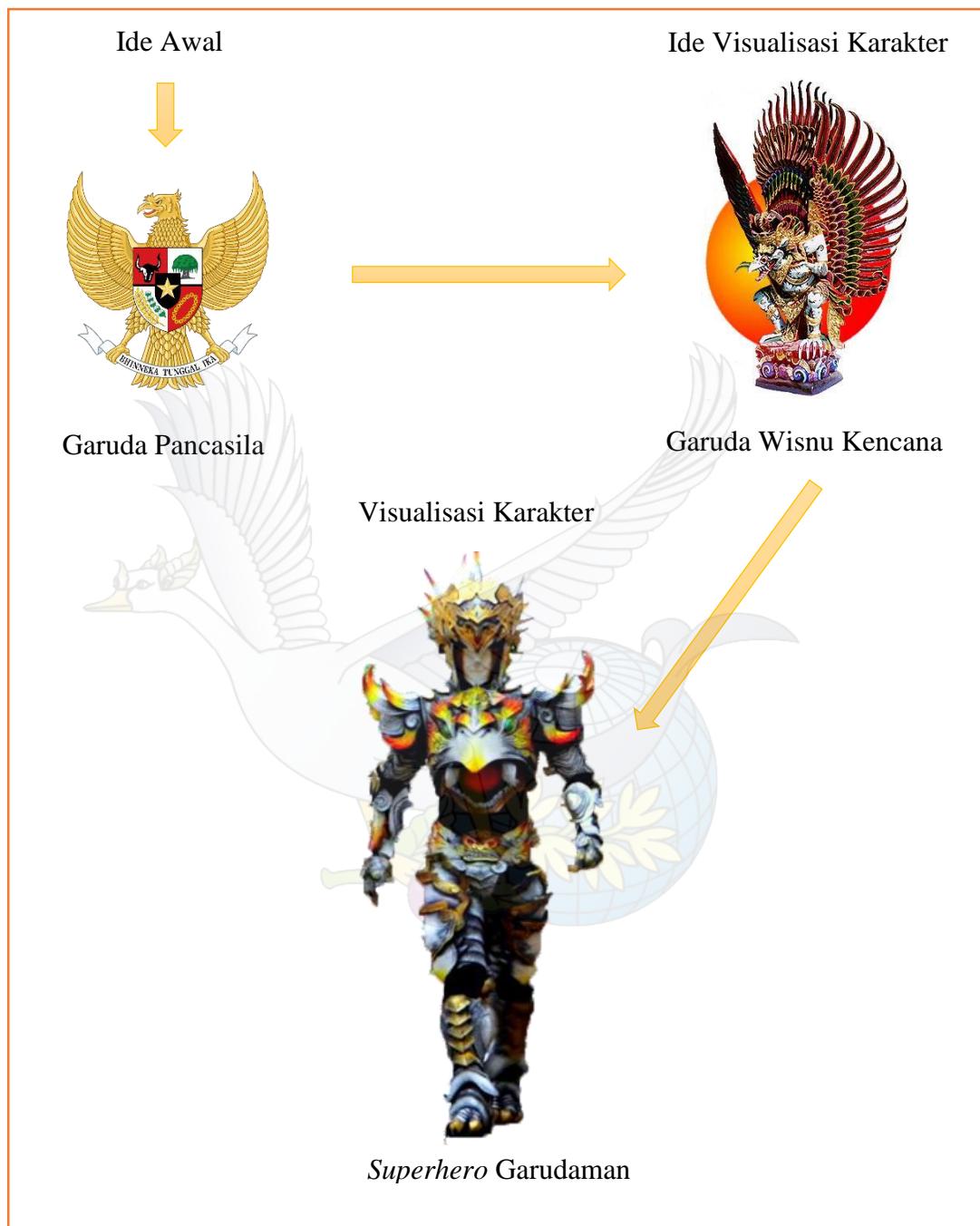
menunjuk seorang anak untuk mewarisi kekuatan sang Garuda melawan angkara murka sebagai Garudaman.

c. Visualisasi *Superhero* Garudaman



Gambar 31. Visualisasi *Superhero* Garudaman
(Sumber : Portofolio Jtoku Indonesia, 2016)

d. Asal Mula Karakter *Superhero* Garudaman



Gambar 32. Skema Asal Mula Karakter *Superhero* Garudaman
(Sumber:Hasil Wawancara dengan Nawa Rie Eda, 2016)

Ide awal dari karakter Garudaman merupakan Garuda Pancasila dimana ide tersebut muncul dari keprihatinan terhadap anak bangsa yang mulai melupakan lambang negara dan kelima sila. Simbol atau lambang garuda ini sarat akan nilai-nilai budaya, filsafat, politik, kekuasaan, seni budaya dan sebagai dasar negara yang sangat dihormati. Garuda Pancasila sendiri tidak lepas dari cerita Garuda sebagai kendaraan Dewa Wisnu. Dalam beberapa kisah terutama di daerah Jawa dan Bali Garuda menggambarkan kebijakan, pengetahuan, kekuatan, keberanian, kesetiaan, dan disiplin. Garuda juga memiliki sifat Wisnu sebagai pemelihara dan pengjaga tatanan alam semesta. Di Bali, Garuda digambarkan sebagai makhluk yang memiliki kepala, paruh, sayap dan cakar elang akan tetapi memiliki tubuh dan lengan manusia. Dalam tradisi Bali, Garuda sangat dimuliakan sebagai raja agung para burung.

Cerita Garuda Wisnu Kencana berawal dari Rsi Kasyapa yang memiliki dua orang istri yaitu Kadru dan Winata. Rsi kasyapa selalu menyayangi dan berbuat adil kepada kedua istrinya akan tetapi salah satu istrinya yaitu Kadru selalu menaruh rasa iri dan benci kepada Winata. Kedua istri Rsi Kasyapa masing-masing dikaruniai anak. Kadru memiliki anak para Naga, sedangkan Winata dikaruniai anak seekor Burung Garuda. Suatu ketika, Para Dewa sedang mengaduk-aduk samudra untuk mendapatkan Tirtha Amartha. Tirtha Amartha merupakan sebuah air abadi yang dapat memberikan hidup kekal kepada siapapun yang meminumnya walaupun hanya setetes. Bersamaan dengan kejadian itu, muncullah kuda terbang bernama Ucaihswara. Kadrupun menantang Winata untuk menebak warna Kuda Ucaihswara yang nantinya akan muncul dengan perjanjian, yang kalah harus

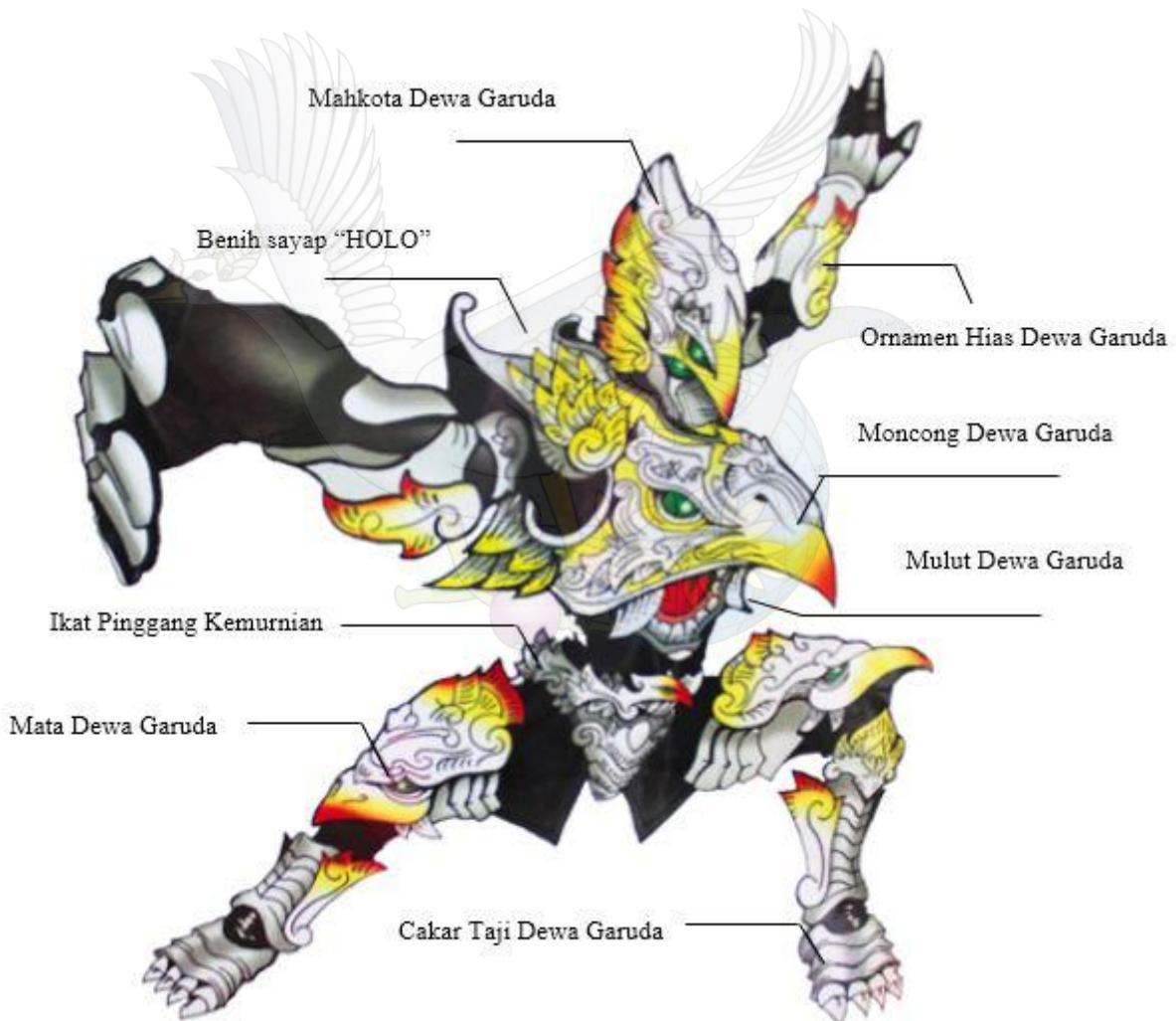
bersedia menjadi budak seumur hidup dan selalu mentaati seluruh perintah dari yang menang. Kadru menebak warna kuda itu berwarna hitam, dan Winata menebak warna kuda itu berwarna putih. Kadru berbuat licik dengan menyuruh anaknya naga untuk melihat terlebih dahulu warna kuda yang akan muncul. Jika warnanya putih naga disuruh untuk menyemburkan racun ke tubuh kuda sehingga tubuhnya akan terlihat kehitaman.

Singkat cerita Kuda yang keluar berwarna kehitaman dan Winatapun kalah sehingga menjadi budak Kadru. Mengetahui cerita sebenarnya, Garuda berusaha membebaskan ibunya. Untuk itu Garuda bertarung dengan Naga. Setelah pertarungan yang seimbang, Naga memberikan persyaratan bahwa dia akan membebaskan Winata dengan syarat sang Garuda harus membawakan Tirtha Amarta kepada Naga. Demi cinta dan bakti kepada sang ibu, Garuda menyanggupinya dan mencari Tirtha Amerthadi tengah lautan. Ia bertarung dengan para Dewa memperebutkan air abadi tersebut, hingga akhirnya Dewa Wisnu datang membawa Tirtha Amertha. Dewa Wisnu menanyakan alasan sang Garuda menginginkan air suci tersebut. Garuda kemudian menceritakan kisah ibunya sehingga Dewa Wisnu merasa iba kemudian bersedia memberikan air itu dengan syarat agar Garuda mau menjadi tunggangan Dewa Wisnu yang kemudian disebut sebagai Garuda Wisnu Kencana.

Garuda kemudian mendapat tirtha amertha dengan berwadahkan kamendalu dengan tali rumput ilalang. Ia memberikan tirtha tersebut kepada para naga, namun sebelum naga sempat meminumnya tirtha itu terlebih dahulu diambil oleh dewa indra yang kebetulan lewat. Namun tetesan tirtha amertha itu masih tertinggal di

tali rumput ilalangnya. Naga kemudian menjilat rumput ilalang tersebut yang ternyata sangat tajam dan lebih tajam dari pisau. Oleh karena itu lidah naga menjadi terbelah menjadi 2 ujung yang kemudian disetiap keturunan naga itu juga memiliki lidah yang terbelah. Kemudian ibu Winata berhasil dibebaskan dari jeratan perbudakan.

e. Analisis Visualisasi pada Karakter Garudaman



Gambar 33. Visualisasi *Superhero* Garudaman dalam Bentuk 2D
(Sumber : Portofolio Jtoku Indonesia, 2016)

Tabel 8. Analisis Visualisasi dari Karakter Garudaman

No.	Atribut Karakter Garudaman	Visualisasi	Keterangan
1.	Mahkota Dewa Garuda		Melambangkan kepemimpinannya yang mampu berkembang
2.	3 Lapis Mahkota Dewa		Menunjukkan tingkat level kedudukannya dan kekuatannya. Mahkota ini terdapat intan tiga warna yang berarti, kuning : kebijaksanaan, biru : kebenaran, dan merah : keberanian,
3.	Benih Sayap Holo		Sayap yang sewaktu – waktu dapat muncul dan mampu membawanya terbang serta melindungi dirinya dari serangan musuh
4.	Ikat Pinggang Kemurnian		Dapat menghapuskan maksud dan energi jahat
5.	Mata Dewa Garuda		Mampu melihat kejahatan di gelapnya malam maupun silaunya siang
6.	Cakar Taji Dewa Garuda		Digunakan untuk menuntun mencari segala bentuk kejahatan
7.	Mulut Dewa Garuda		Digunakan untuk melahap semua energi kejahatan
8.	Moncong Dewa Garuda		Melambangkan kekuatannya

9.	Ornamen Hias Dewa Garuda		Berasal dari motif ukir Bali yaitu motif flora dari stilasi daun yaitu pengembangan motif patran
10.	Sayap Holo		Sayap holo yang mampu membawa terbang dan mampu melindungi diri dari serangan musuh.

f. Analisis Warna pada Karakter Garudaman

Tabel 9. Analisis Warna Pada Karakter Garudaman

No.	Warna		Kesan yang ditimbulkan
1.	Emas		Keagungan, kemakmurhan, aktif dan dinamis
2.	Kuning		Kegembiraan, terang, cerah, bersinar, ketegasan, menstimulasi pandangan mata seperti warna jingga.
3.	Jingga		Keceriaan, kehangatan, persahabatan, optimism, warna ini memiliki daya Tarik yang kuat, karena mampu merangsang pandangan mata.
4.	Merah		Kehangatan, bahagia, keberanian, semangat, kekuatan, kegairahan, tanda peringatan
5.	Hijau		Kesegaran, representasi warna alam, dedaunan, kesegaran, relaksasi, harmoni, alami, sejuk, bersifat menenangkan.
6.	Hitam		Misteri, depresi, abstrak, berat, kesan sempit, sebagai kontras pada ruang yang didominasi warna putih.
7.	Putih		Kepolosan, kebersihan, keagungan, terang, anggun, bersahaja, luas dan membantu konsentrasi.
8.	Abu – abu		Ketenangan, keteduhanan dan elegan.
9.	Biru		Kesejukan, dingin, damai, dan menenangkan pikiran.

2. Gaya Perencanaan

Gaya perencanaan yang digunakan pada interior *Indonesian Creative Character Center* yaitu gaya *postmodern*. *Postmodernisme* adalah sebuah gerakan arsitektur dan seni dekorasi yang berkembang di dekade 1970-an sebagai reaksi terhadap prinsip *modernisme*, terutama pengaruh dari gaya internasional yang mendorong penggunaan elemen dari gaya vernakular bersejarah serta ilusi, dekorasi, dan kompleksitas yang seringkali penuh canda.⁸²

Pada awalnya *postmodern* adalah istilah untuk menyebut suatu masa atau zaman yang dipakai berbagai disiplin ilmu untuk menguraikan bentuk budaya dari suatu titik pandang dan yang berlawanan atau mengganti istilah *modernisme*. Dikarenakan salah satu ungkapan bentuk fisik kebudayaan adalah seni, termasuk arsitektur, maka dari itu *Postmodern* lebih banyak digunakan di dalam kebudayaan. Dalam Arsitektur titik pandang ini tidak bisa digunakan namun sejak tahun 1970-an istilah ini mulai digunakan untuk menyebut gaya Ekletik yang memilih unsur – unsur lama dari berbagai periode, terutama unsur klasik, yang dikombinasikan dengan bentuk – bentuk yang kelihatan aneh.⁸³ Charles Jenks seorang tokoh pencetus lahirnya arsitektur *postmodern* menyebutkan adanya tiga alasan yang mendasari timbulnya *postmodernisme*, meliputi :

⁸²Francis D.K. Ching, *Kamus Visual Arsitektur Edisi Kedua*,(Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012), hal. 139

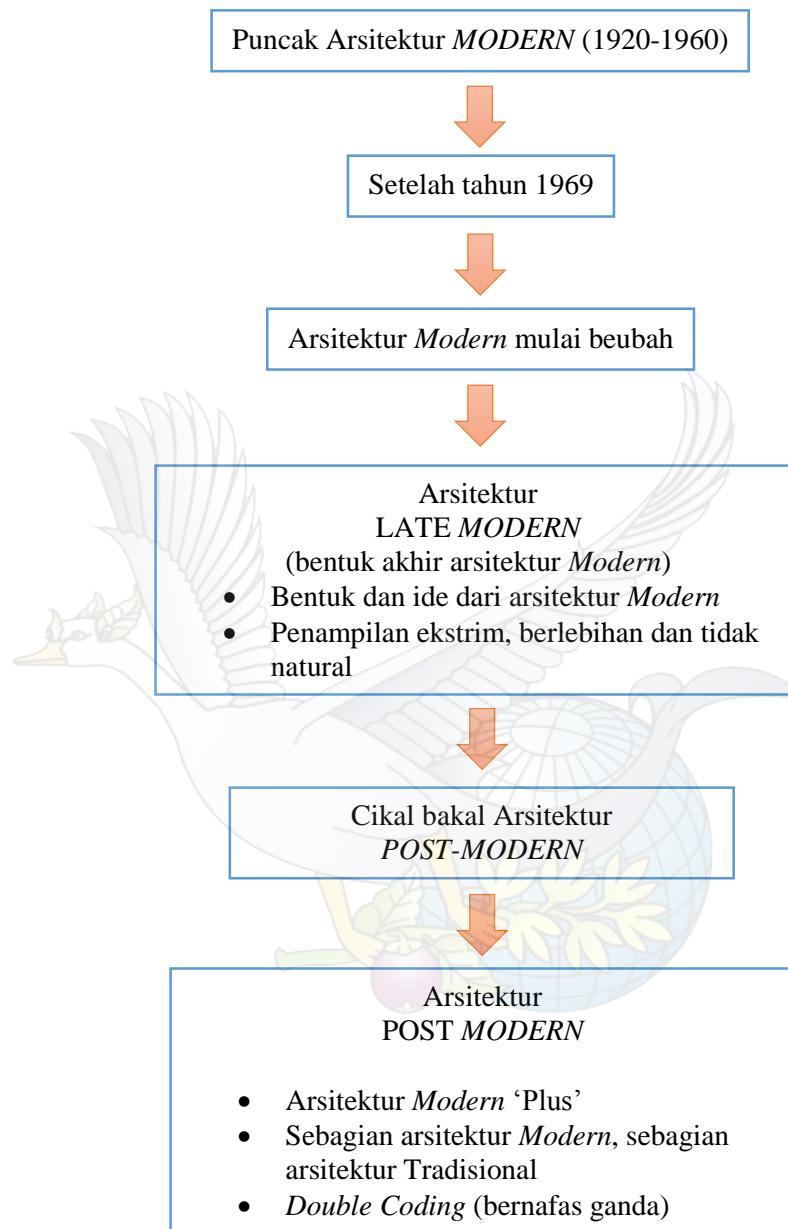
⁸³Julaihi Wahid, Bhakti Alamsyah. *TEORI ARSITEKTUR Suatu Kajian Perbedaan Pemahaman Teori Barat dan Teori Timur*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hal. 51

- a. Kehidupan sudah berkembang dari dunia serba terbatas ke desa – desa (*world village*) yang tanpa batas. Perkembangan ini disebabkan oleh cepatnya komunikasi dan tingginya daya tiru manusia (*instan eclesism*).
- b. Canggihnya teknologi telah memungkinkan dihasilkannya produk – produk yang bersifat pribadi, lebih dari sekedar produksi massal dan tiruan massal yang merupakan ciri khas dari *modernism*.
- c. Adanya kecenderungan untuk kembali kepada nilai – nilai tradisional atau daerah, sebuah kecenderungan manusia untuk menoleh kebelakang.

Dengan demikian, interior *postmodern* adalah percampuran antara tradisional dengan non tradisional, gabungan setengah *modern* dengan setengah non *modern*, perpaduan antara lama dan baru. *Postmodern* mempunyai *style* yang *hybrid* atau perpaduan dua unsur dan bermuka ganda atau sering disebut sebagai *double coding*.⁸⁴ Gaya *postmodern* dalam hal ini memiliki persamaan dengan desain kreatif karakter yang memadukan unsur lokal dengan *modern* sehingga gaya *postmodern* sesuai untuk diterapkan pada perencanaan desain interior *Indonesian Creative Character Center*.

⁸⁴Agus Dharma, *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*, (Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma, 2012) hal. 2

a. Sejarah Lahirnya Arsitektur *Post-Modern*



Gambar 34. Skema Sejarah Lahirnya Arsitektur Post *Modern*
(Sumber : Ir. Wahyu Prastowo. “Diktat Perkembangan Arsitektur 3”. Hal 5)

b. Ciri – Ciri Gaya *Postmodern*

Gaya interior *postmodern* menurut Budi Sukada memiliki sepuluh ciri meliputi :

1. Mengandung unsur – unsur komunikatif yang bersifat lokal atau popular
2. Membangkitkan kembali kenangan historik
3. Berkonteks urban
4. Menerapkan kembali teknik ornamentasi
5. Bersifat representasional
6. Berwujud metafora (dapat berarti bentuk lain)
7. Dihasilkan dari partisipasi
8. Mencerminkan aspirasi umum
9. Bersifat *plural*
10. Bersifat eklektik⁸⁵

Untuk dapat dikategorikan sebagai Arsitektur *Post-Modern* tidak harus memenuhi kesepuluh ciri diatas. Sebuah karya arsitektur yang mempunyai enam atau tujuh ciri di atas sudah dapat dikategorikan ke dalam Arsitektur *Post-Modern*.

Charles A Jencks dalam bukunya *Late Modern, Architecture and Other Essays* mengklasifikasikan perbedaan antara arsitektur *Modern*, *Late Modern*, dan *Post Modern* kedalam beberapa variabel⁸⁶, yaitu:

⁸⁵ Agus Dharma, *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*, (Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma, 2012), hal. 4

⁸⁶ Charles A Jencks, *Late- Modern Architecture and Other Essays*, (Rizzoli : First American Edition, 1980), hal. 32

Tabel 10. Perbedaan Arsitektur *Modern*, *Late Modern* dan *Post Modern*

MODERN (1920-1960)		LATE MODERN (1960-)	POST-MODERN (1970-)
IDEOLOGICAL			
1	<i>One International style, or 'no style'</i>	<i>Unconscious style</i>	<i>Double – coding of style</i>
2	<i>Utopian and idealist</i>	<i>Pragmatic</i>	<i>'Populer' and pluralist</i>
3	<i>Deterministic form, functional</i>	<i>Loose fit</i>	<i>Semiotic form</i>
4	<i>Zeitgeist</i>	<i>Late-Capitalist</i>	<i>Traditions and choice</i>
5	<i>Artist as prophet/healer</i>	<i>Suppressed artist</i>	<i>Artist/client</i>
6	<i>Elitist/for 'everyman'</i>	<i>Elitist professional</i>	<i>Elitist and participative</i>
7	<i>Wholistic, comprehensive redevelopment</i>	<i>Wholistic</i>	<i>Piecemeal</i>
8	<i>Architect as saviour/doctor</i>	<i>Architect provides service</i>	<i>Architect as representative and activist</i>
STYLISTIC			
9	<i>'Straightforwardness'</i>	<i>Supersensualism/Silk-Tech/High-Tech</i>	<i>Hybrid expression</i>
10	<i>Simplicity</i>	<i>Complex simplicity-oxymoron: ambiguous reference</i>	<i>Complexity</i>
11	<i>Isotropic space (Chicago frame, Domino)</i>	<i>Extreme isotropic space (open office planning, 'shed space' redundancy and flatness)</i>	<i>Variable space with surprises</i>
12	<i>Abstract from</i>	<i>Sculptural form, hyperbole, enigmatic form</i>	<i>Conventional and abstract form</i>
13	<i>Purist</i>	<i>Extreme repetition and purist</i>	<i>Eclectic</i>
14	<i>Inarticulate 'dumb box'</i>	<i>Extreme articulation</i>	<i>Semiotic articulation</i>
15	<i>Mechine aesthetic, straightforward logic, circulation, mechanical, technology and structure</i>	<i>2nd Mechine Aesthetic extreme logic, circulation, maechnical, technology and structure</i>	<i>Variable mixed aestetic depending on context : expression of contendand semantic appropriateness towards</i>
16	<i>Anti-ornament</i>	<i>Structure and construction as ornament</i>	<i>Pro-organic and applied ornament</i>
17	<i>Anti-respresentational</i>	<i>Respresent logic, circulation, mechanical, technology and structure frozen movement</i>	<i>Pro-respresentation</i>
18	<i>Anti-methapor</i>	<i>Anti-metaphor</i>	<i>Pro-metaphor</i>
19	<i>Anti historical memory</i>	<i>Anti-hirostical</i>	<i>Pro-hirostical reference</i>

20	<i>Anti humour</i>	<i>Unintended humour, malapropism</i>	<i>Pro-humour</i>
21	<i>Anti-symbolic</i>	<i>Unintended symbolic</i>	<i>Pro-Symbolic</i>
DESIGN IDEAS			
22	<i>City in park</i>	<i>'Monument' in park</i>	<i>Contextual urbanism and rehabilitation</i>
23	<i>Functional separation</i>	<i>Functions within a 'shed'</i>	<i>Functional mixing</i>
24	<i>'Skin and bones'</i>	<i>Slick skin with Op effects wet look distortion. sfumato</i>	<i>'Mannerist and baroque'</i>
25	<i>Gesamtkunstwerk</i>	<i>Reductive, elliptical gridism 'irrational grid'</i>	<i>All rhetorical means</i>
26	<i>Slab, point block</i>	<i>Extrude building, linearity</i>	<i>Street building</i>
27	<i>Transparency</i>	<i>Literal transparency</i>	<i>Ambiguity</i>
28	<i>Asymmetry and 'regularity'</i>	<i>Tends to symmetry and formal rotation mirroring and series</i>	<i>Tends to assymetrical symmetry (Queen Anne-Revival)</i>

c. Tokoh – Tokoh Postmodern

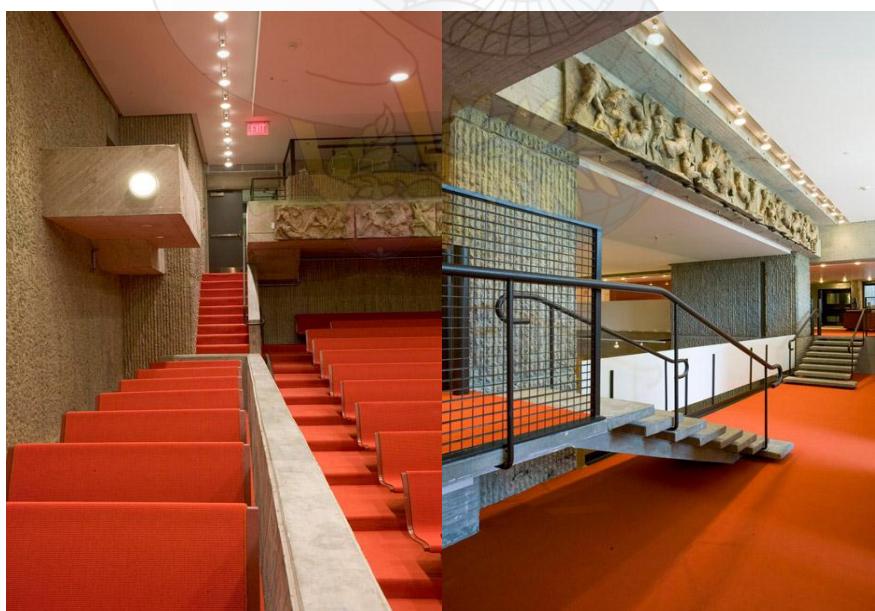
Tokoh – tokoh yang berperan dalam *Postmodern* antara lain :

- 1) Michel Graves (1934-2015), dengan karyanya *Portland Building*, 1982
- 2) Charles Moore (1925-1993), dengan karyanya *Plazza de Italia*, 1978
- 3) Paul Marvin Rudolph (1910-1997), dengan karyanya *School Of Art* di Yale, 1963
- 4) Paolo Soleri (1919-2013), dengan kota idealnya Arcosanti, Cordes Juntion, Arizona, 1970
- 5) Louis Kahn (1901-1974), dengan *Salk Institute, La Jolla*, California, 1965 dll.

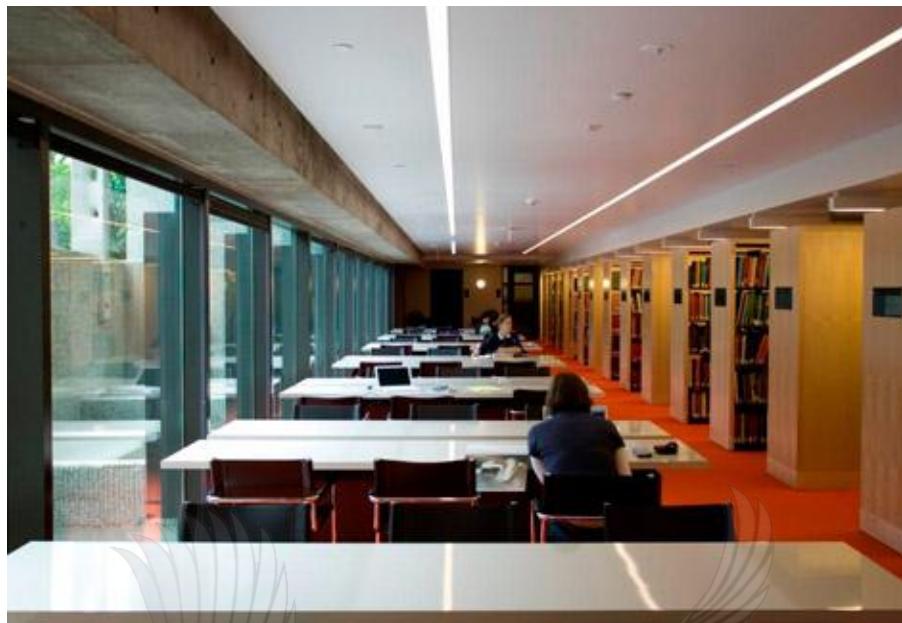
Salah satu contoh karya dari Arsitektur dan Interior gaya *Postmodern* adalah *School Of Art di Yale* oleh Paul Rudolph.



Gambar 35. *Yale Art and Architecture Building 1*
(Sumber : <http://www.dezeen.com/yale-art-building-paul-rudolph/>, 2014)



Gambar 36. *Yale Art and Architecture Building 2*
(Sumber : <http://www.dezeen.com/yale-art-building-paul-rudolph/>, 2014)



Gambar 37. *Yale Art and Architecture Building 3*
(Sumber : <http://www.dezeen.com/yale-art-building-paul-rudolph/>, 2014)

Karya desain interior *postmodern* lainnya yaitu dari Masquespacio sebuah studio desain di Valencia, Spanyol dengan ciri khas desain *postmodern*.



Gambar 38. *A Postmodern Makeover at Masquespacio 1*
(Sumber : <http://www.thewellappointedcatwalk.com>, 2016)



Gambar 39. *A Postmodern Makeover at Masquespacio 2*
(Sumber : <http://www.thewellappointedcatwalk, 2016>)



Gambar 40. *A Postmodern Makeover at Masquespacio 3*
(Sumber : <http://www.thewellappointedcatwalk, 2016>)

Perencanaan interior gaya *postmodern* yang dihadirkan pada *Indonesian Creative Character Center* yaitu mengakomodasi berbagai elemen seperti simbolisme, dekoratif, tradisi, serta penambahan unsur etnik yang akan dikemas secara setengah *modern*. Perpaduan dua unsur antara lama dan baru akan diterapkan menggunakan desain *hi tech* seperti penggunaan kaca, metal, *stainless steel* dan aksesoris dengan aksen pencahayaan yang berpusat pada simbolisme dan dekorasi.

3. Morfologi Bentuk

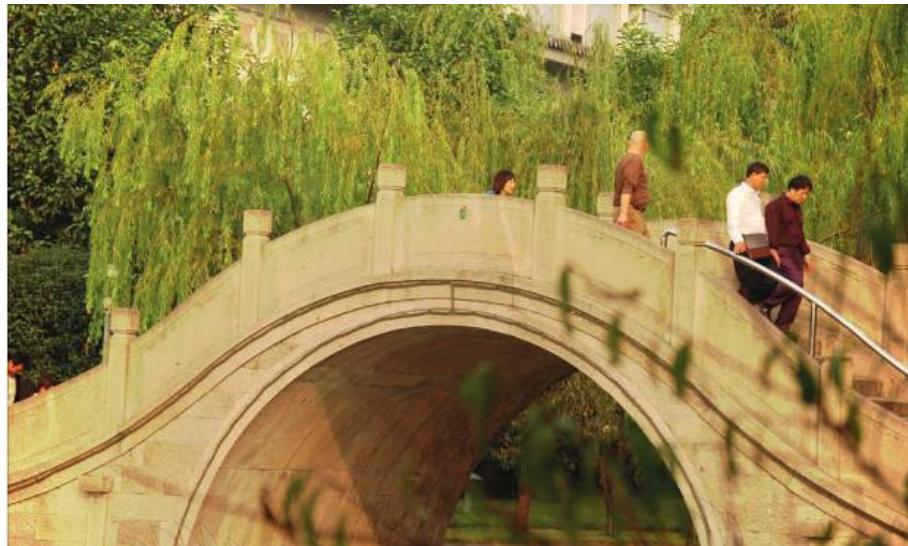
Pada dasarnya desainer memulai mendesain sesuatu dengan sebuah bentuk dasar yang kemudian dikembangkan hingga mendapat bentuk akhir yang diinginkan. Perubahan bentuk dari bentuk asal menjadi bentuk baru inilah yang disebut dengan morfologi bentuk. Morfologi bentuk sendiri terdiri dari transformasi bentuk, evolusi bentuk, distorsi bentuk, dan deformasi bentuk.⁸⁷

a. Transformasi Bentuk

Transformasi bentuk adalah perubahan bentuk dari bentuk asal menjadi bentuk lain dengan mengubah dimensinya, baik pengurangan maupun penambahan elemen – elemen terhadap bentuk asli.⁸⁸

⁸⁷ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, “Dasar – Dasar Desain”, (Depok:Griya Kreasi,2013), hal. 84

⁸⁸ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, “Dasar – Dasar Desain”, (Depok:Griya Kreasi,2013), hal.84



Gambar 41. Jembatan di Hangzhou dari Transformasi Bentuk Punggung Naga
(Sumber : Andie Wicaksono, Endah Tisnawati, 2014:73)

b. Evolusi Bentuk

Evolusi bentuk adalah perubahan bentuk secara berangsur dan teratur dari bentuk asal menjadi bentuk lain yang menyerupai bentuk asal atau dapat juga meninggalkan bentuk asal tersebut.⁸⁹ Proses perubahan ini memerlukan waktu yang lama (bisa dalam hari, bulan, tahun, bahkan abad). Di dalam desain, perubahan bentuk yang secara berangsur dan teratur ini disebut gradasi. Hasil akhir dari evolusi bentuk asalnya pun akan menjadi kontras. Contoh evolusi bentuk yang ada di alam.

- 1) Fauna : telur katak – berudu – kecebong – katak

⁸⁹ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, *Dasar – Dasar Desain*, (Depok : Griya Kreasi, 2013), hal.85

- 2) Flora : suatu pohon mulai dari biji, kemudian tumbuh tunasnya. Seiring dengan berjalananya waktu maka tunas tadi makin lama makin besar dan akhirnya menjadi pohon yang besar.

c. Distorsi bentuk

Di dalam distorsi bentuk terjadi penyimpangan perwujudan, dengan maksud menyederhanakan bentuk tersebut. Hasil dari penyederhanaan bentuk masih tetap memegang bentuk asal secara keseluruhan, atau dengan kata lain perwatakan bentuknya tetap. Proses perubahannya dengan cara membuang detail – detail yang ada, kemudian diolah dan disesuaikan dengan tujuan desain.⁹⁰Tujuan dari distorsi bentuk ini adalah apabila seseorang melihat hasilnya maka langsung mengerti atau membayangkan tujuan dari desain tersebut.



Gambar 42. Distorsi bentuk pria dan wanita
(Sumber : Bambang Irawan , Priscilla Tamara, 2013:90)

⁹⁰ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, *Dasar – Dasar Desain*, (Depok : Griya Kreasi, 2013), hal.89

d. Deformasi Bentuk

Deformasi bentuk adalah perubahan bentuk asal menjadi bentuk lain yang jauh meninggalkan bentuk asal. Dalam hal ini, dapat terjadi perubahan watak bentuk pada hasilnya. Deformasi bentuk umumnya berkonotasi negatif, atau dengan kata lain hasil akhirnya tidak lebih baik dari bentuk asalnya.⁹¹ Contoh sederhana pada perubahan watak misalnya sebuah gelas kaca yang jatuh ke lantai. Gelas tersebut akan hancur berantakan tanpa dikenali bentuk asalnya, dan tidak berfungsi lagi.

Contoh deformasi bentuk yang perwatakan bentuknya tetap adalah, apabila sebuah mobil bertabrakan dengan mobil lain atau menabrak pohon. Bagian depan mobil tersebut memang penyok, tapi kita masih dapat melihat bahwa itu memang mobil.

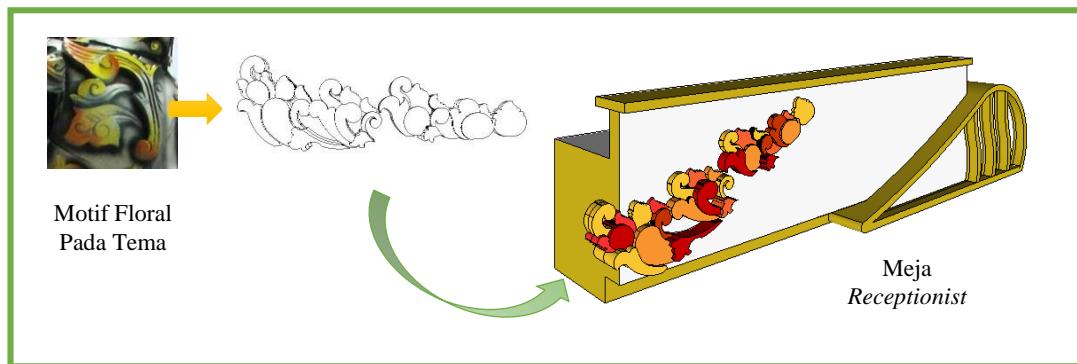
e. Modifikasi Bentuk

Dalam modifikasi bentuk perubahan yang terjadi tidak merubah perwatakan bentuk asal. Pada dasarnya, modifikasi bentuk ini terjadi dalam distorsi bentuk dan deformasi bentuk.⁹²

Pada perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* ini menggunakan teori transformasi bentuk yang ada pada karakter Garudaman diantaranya :

⁹¹ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, *Dasar – Dasar Desain*, (Depok : Griya Kreasi, 2013), hal. 90

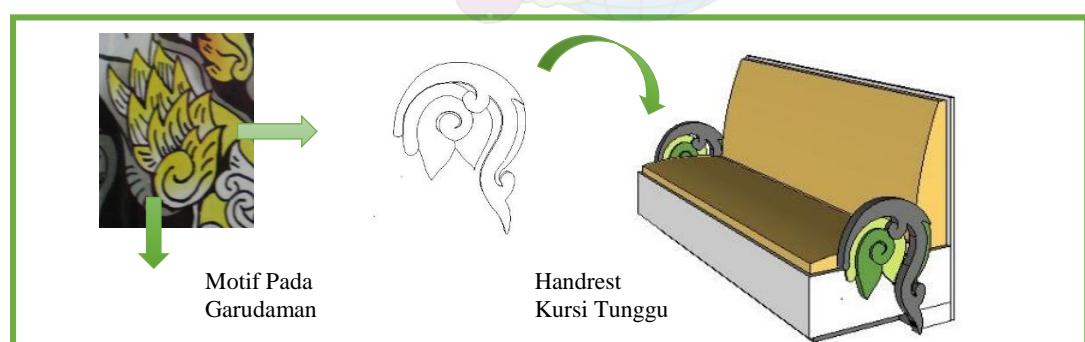
⁹² Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, *Dasar – Dasar Desain*, (Depok : Griya Kreasi, 2013), hal. 91



Gambar 43: Aplikasi Motif Floral pada Meja *Receptionist*



Gambar 44. Transformasi Bentuk Ikat Pinggang Kemurnian menjadi Meja Baca



Gambar 45. Transformasi Bentuk Ornamen pada Tema menjadi *Hand rest Kursi Tunggu*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

A. Pengertian Judul

Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung secara umum dapat diartikan sebagai proses merencanakan ruang dalam dari sebuah bangunan yang menjadi pusat pembuatan karakter kreatif Indonesia atau lokal serta tempat berkumpulnya para komunitas dan pecinta karakter Indonesia baik dalam bentuk animasi, ilustrasi, komik, game, *cosplay* dan lain – lain yang terletak di Kota Bandung. Perencanaan Interior *Indonesian Creative Character Center* di Bandung akan dijadikan sebagai pusat rekreasi dengan beberapa fasilitas yang memiliki fungsi edukasi, informasi, apresiasi dan komersil dalam bidang *pop culture* khususnya penciptaan karakter sebagai wujud dukungan terhadap desain karakter Indonesia.

B. Site Plan

Pelatakan *Indonesian Creative Character Center* (ICCC) di kawasan Bandung Timur Sub Wilayah Kota (SWK) Gedebage mengacu pada peraturan daerah kota Bandung nomor 18 tahun 2011-2031 tentang tata ruang wilayah kota Bandung. Direncanakan pada pasal 24 ayat 4 bahwa Gedebage akan dilengkapi paling kurang oleh fasilitas pendidikan, kesehatan, peribadatan, bina sosial, olahraga / rekreasi, pemerintahan, perbelanjaan/niaga dan transportasi. Pada fasilitas olahraga / rekreasi dijabarkan akan adanya komplek olahraga, gedung

hiburan dan rekreasi, gedung kesenian, taman kota, dan gedung seni tradisional.¹¹²

Pada penjabaran fasilitas tersebut ICCC masuk ke dalam kategori gedung hiburan dan rekreasi yang berbasis industri kreatif serta mengandung unsur pendidikan di dalamnya.

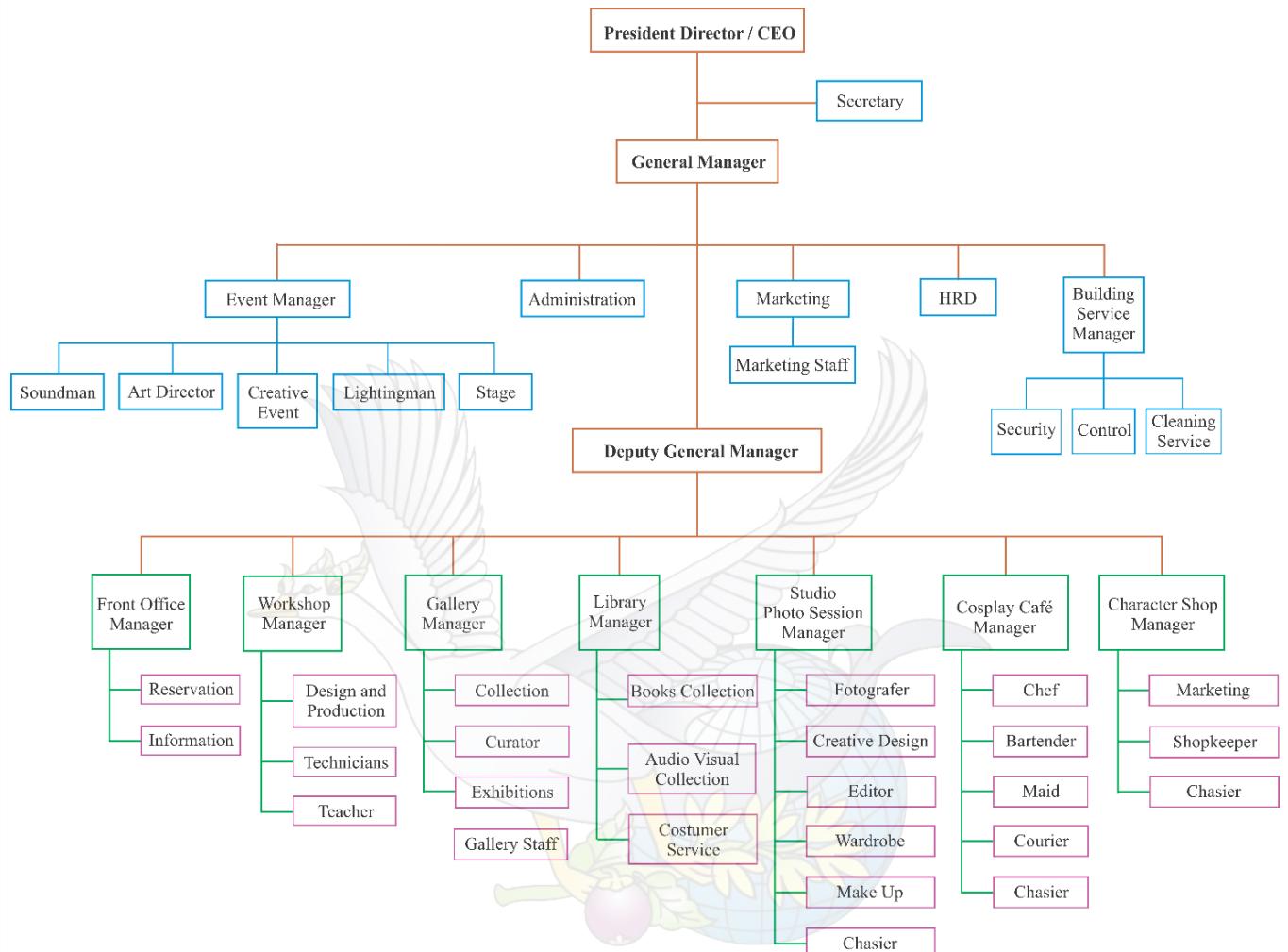
Lahan yang digunakan sebagai area ICCC adalah lahan yang masih kosong, dengan keluasan bangunan yang digunakan adalah 3214,15 m² dan berlokasi di Jl.Cimincrang, Gedebage.



Gambar 80. Site Plan Indonesian Creative Character Center
(Sumber : Penulis, 2016)

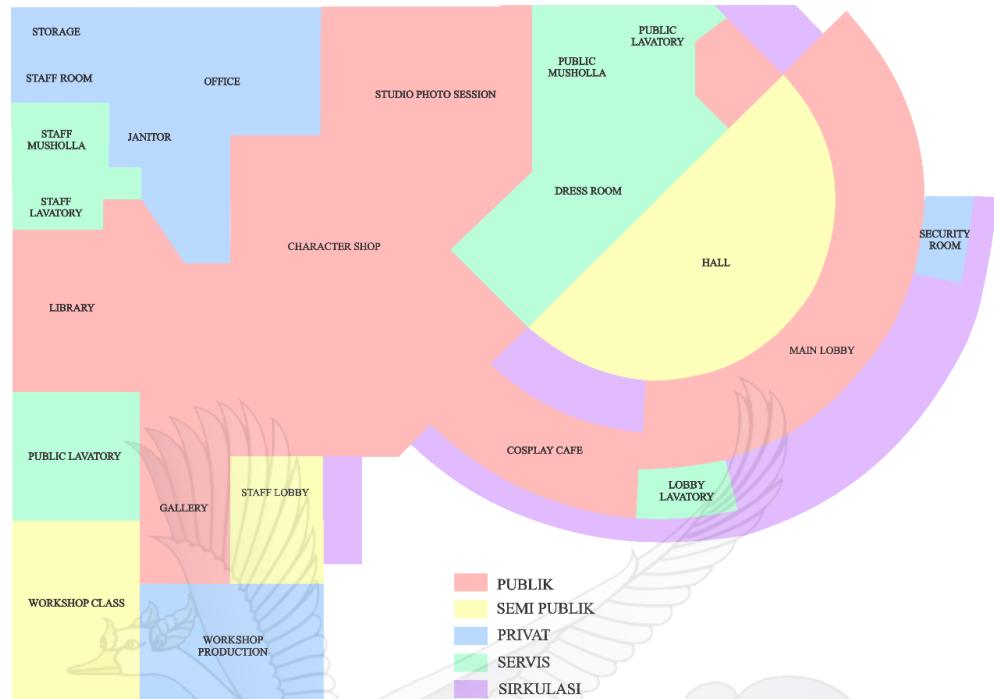
¹¹² Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor : 18 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung 2011 -2031, hal.19 – 24

C. Struktur Organisasi



Gambar 81. Struktur Organisasi *Indonesian Creative Character Center*
(Analisis penulis dari berbagai sumber, 2016)

D. Zoning Grouping

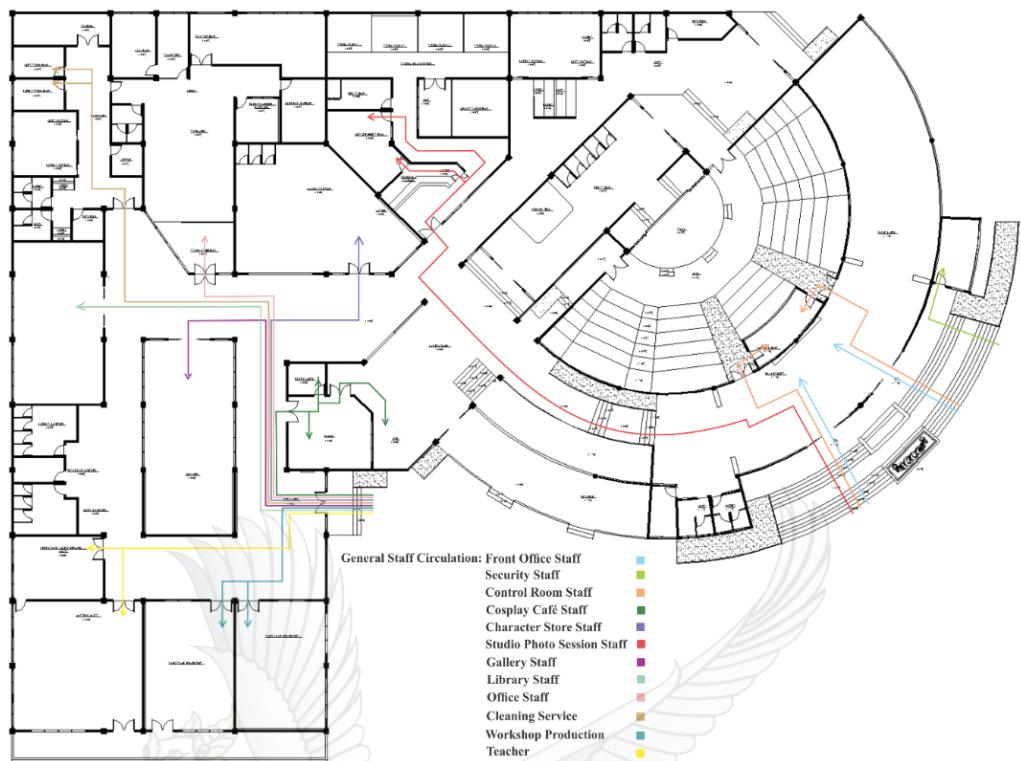


Gambar 82. *Zoning Grouping*
(Sumber : Penulis, 2016)

E. Sirkulasi

1. General Staff Circulation

General staff terdiri dari semua *staff* yang ada di *Indonesian Creative Character Center* seperti *front office staff*, *security staff*, *control room staff*, *cosplay café staff*, *character store staff*, *studio photo session staff*, *gallery staff*, *library staff*, *office staff*, *cleaning service*, *workshop production*, dan *teacher*. Masing-masing divisi memiliki sirkulasi kerja yang berbeda-beda.



Gambar 83. *General Staff Circulation*
(Sumber : Penulis, 2016)

2. *Visitors Circulation*

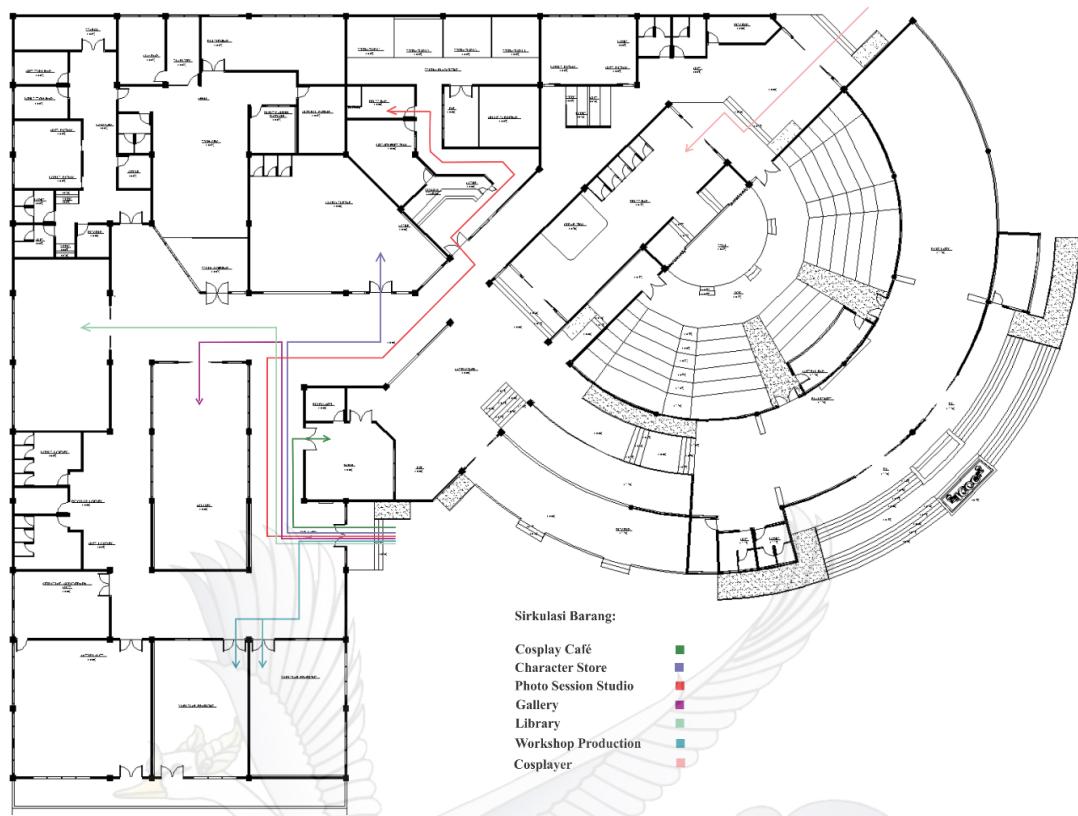
Visitors Circulation terdiri dari *lobby visitors*, *hall*, *cosplay café*, *character store*, *studio photo session*, *library*, *gallery*, *workshop class* dan *cosplayer*. Berikut adalah tampilan sirkulasi pengunjung di *Indonesian Creative Character Center*.



Gambar 84 . *Visitors Circulation*
 (Sumber : Penulis, 2016)

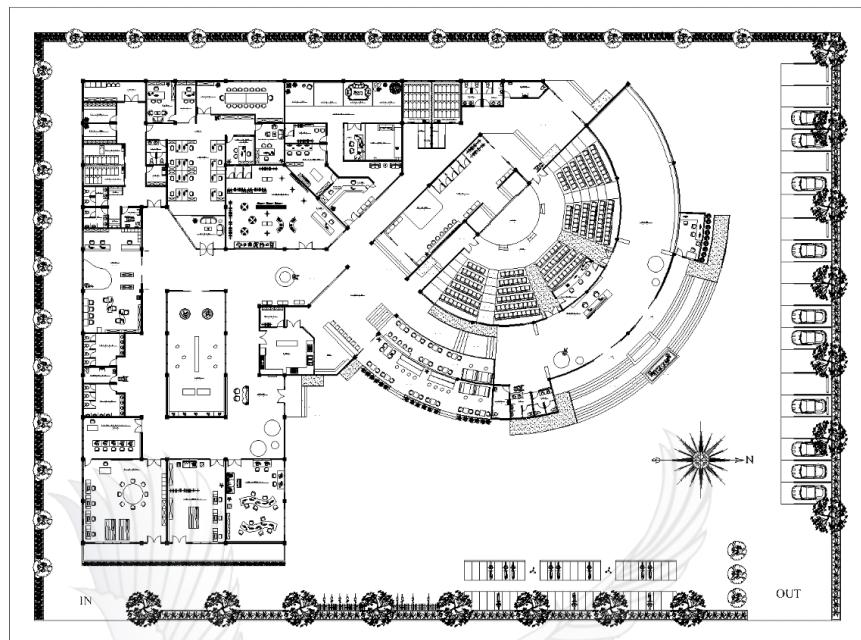
3. Sirkulasi Barang

Sirkulasi barang terdiri dari sirkulasi barang pada *cosplay café*, *character shop*, *photo session studio*, *gallery*, *library*, *workshop production* dan sirkulasi barang untuk *cosplayer*. Berikut adalah tampilan sirkulasi barang di *Indonesian Creative Character Center*.



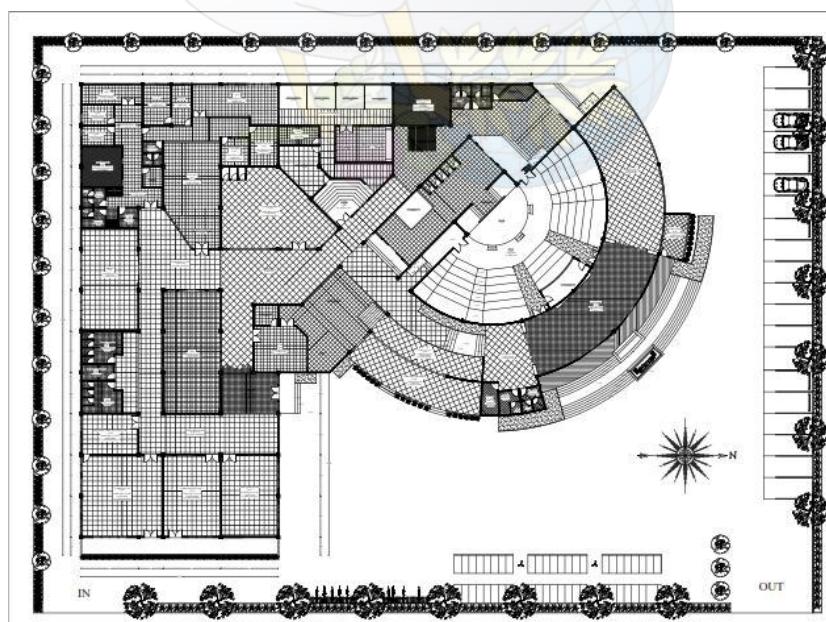
Gambar 85. Sirkulasi Barang
(Sumber : Penulis, 2016)

F. Layout



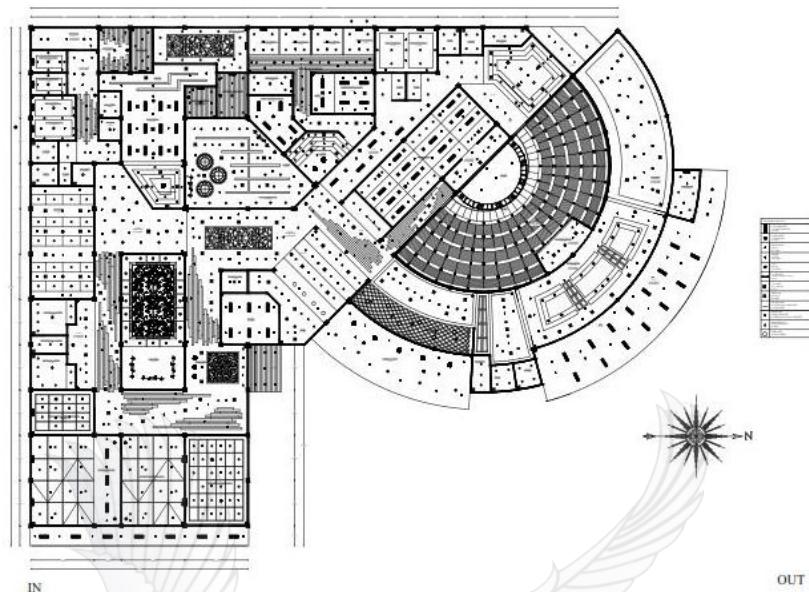
Gambar 86. Layout Indonesian Creative Character Center
(Sumber : Penulis, 2016)

G. Lantai



Gambar 87. Lantai Indonesian Creative Character Center
(Sumber : Penulis, 2016)

H. Ceiling

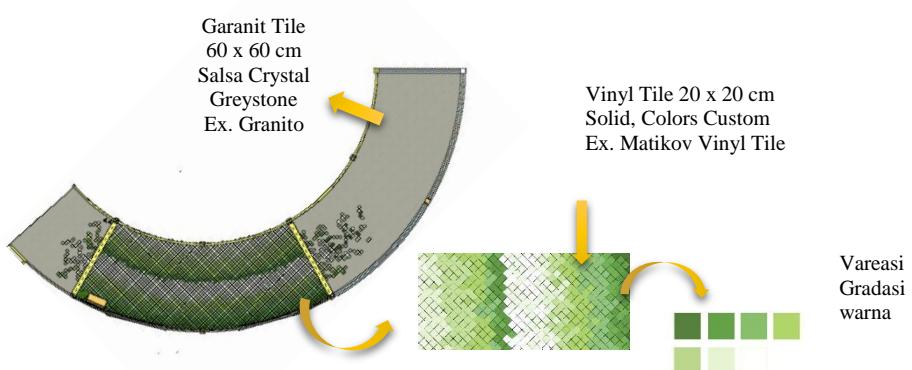


Gambar 88. Ceiling Indonesian Creative Character Center
(Sumber : Penulis, 2016)

I. Hasil dan Pembahasan Desain

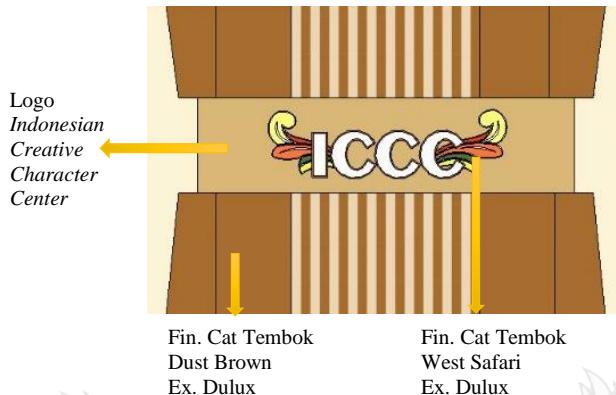
1. Main Lobby

a. Lantai



Gambar 89. Skema Lantai pada Main Lobby

b. Dinding

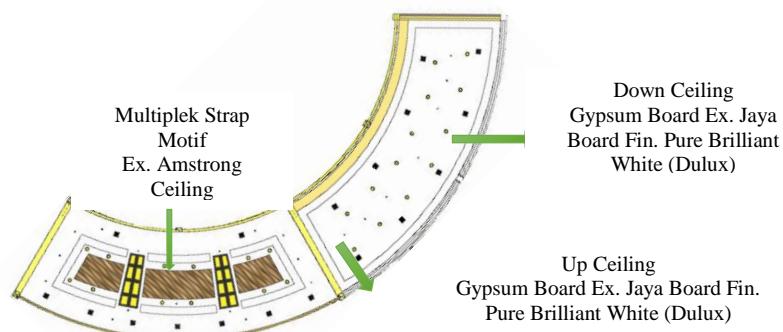


Gambar 90. Skema Backwall Receptionist Area pada Main Lobby



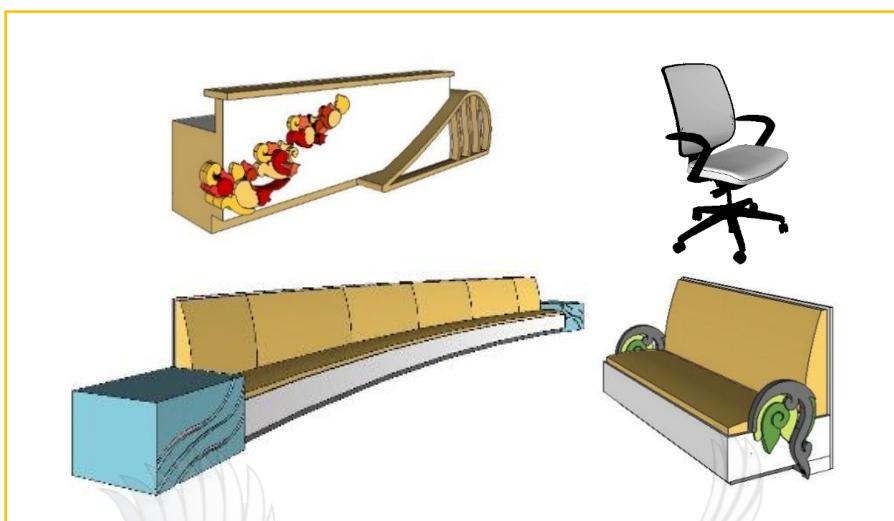
Gambar 91. Desain Pengolahan Dinding pada Area Tunggu

c. Ceiling



Gambar 92. Desain Ceiling pada Main Lobby

d. Furniture



Gambar 93. Furniture Terpilih pada *Main Lobby*

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang untuk *lobby* menggunakan cahaya alami yang dapat dari jendela dan cahaya buatan. Cahaya buatan diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite serta LED *ceiling light* 17,2 watt dari produk Iglo. Untuk penghawaan menggunakan AC Cassette produk LG, sedangkan akustik menggunakan *speaker ceiling*.

f. Hasil Desain



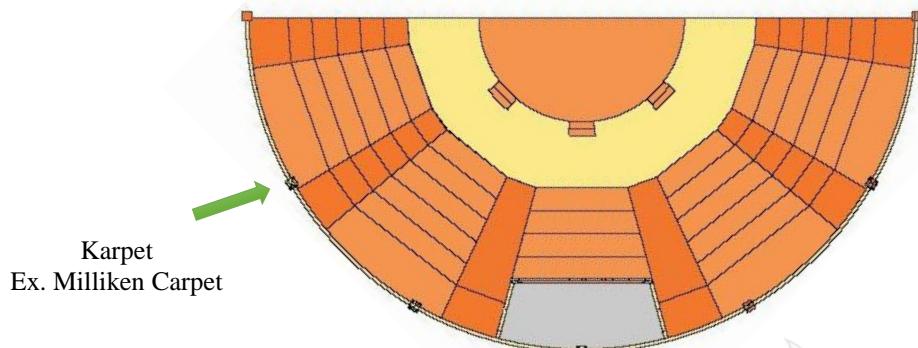
Gambar 94. Hasil Desain Area *Receptionist* pada *Main Lobby*
(Sumber : Penulis, 2016)



Gambar 95 . Hasil Desain Area Ruang Tunggu
(Sumber : Penulis, 2016)

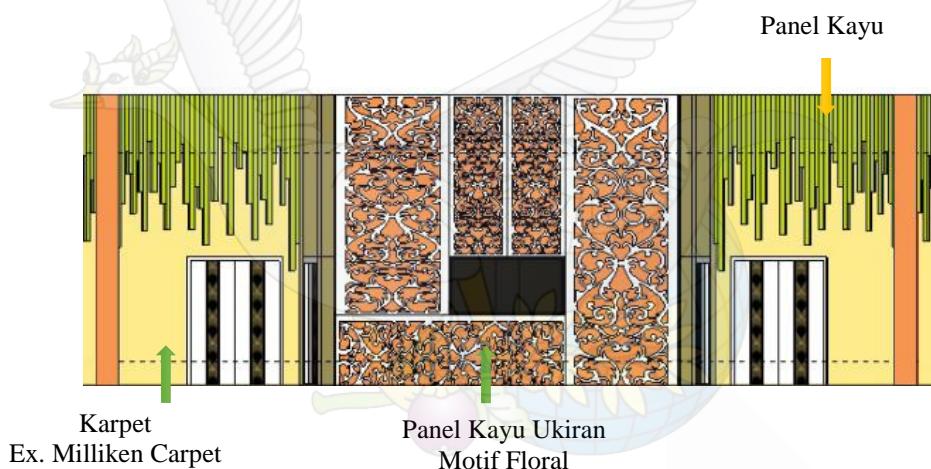
2. Hall

a. Lantai



Gambar 96. Desain Lantai pada *Hall*

b. Dinding

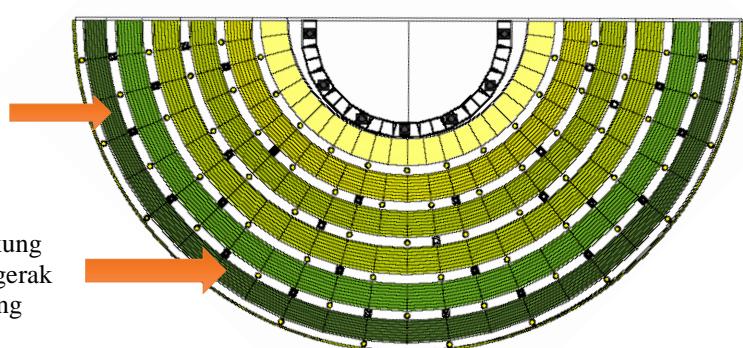


Gambar 97. Desain Dinding pada *Hall*

c. Ceiling

Ceiling Akustik bahan
Gypsum
Ex. Jaya Board
Fin. Cat Dinding Dulux

Permukaan ceiling melengkung
dan memiliki level yang bergerak
naik dari depan ke belakang



Gambar 98. Desain Ceiling pada *Hall*

d. Furniture

Tabel 55. Kursi Penonton pada *hall*


Ukuran : 45 cm x 40 cm x 85 cm Bahan : Besi dan busa yang dilapisi kain polyester

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *hall* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite. Untuk pencahayaan panggung menggunakan *Spot Light*, *Pinspot* dan Lampu PAR LED. Penghawaan menggunakan AC Cassette produk LG. Sedangkan akustik menggunakan studio *speaker* dari produk JBL.

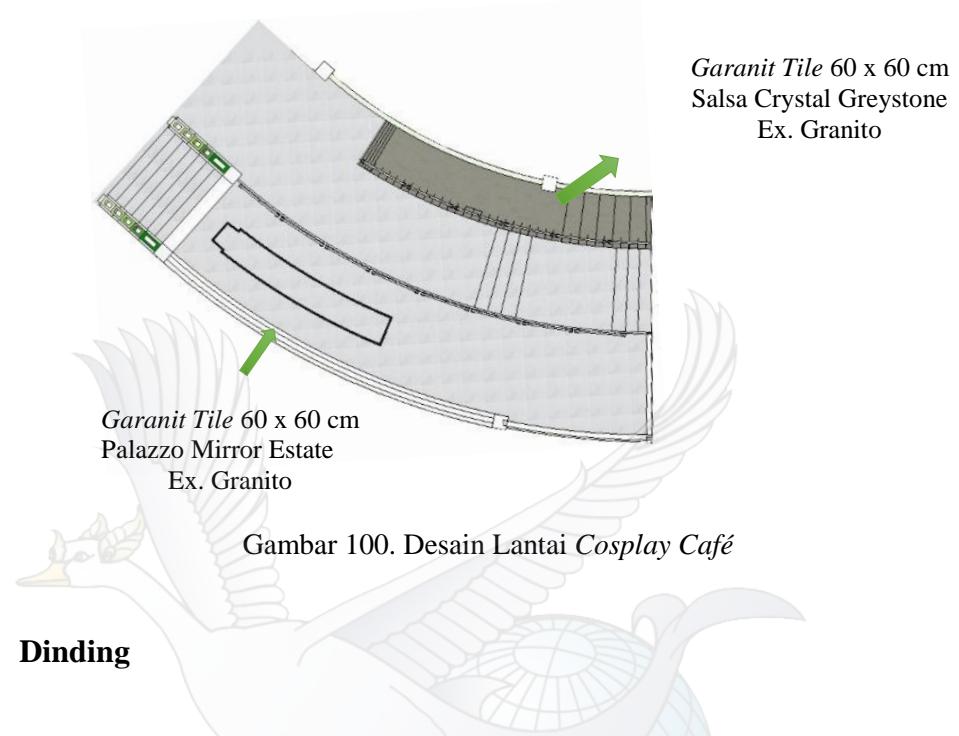
f. Hasil Desain



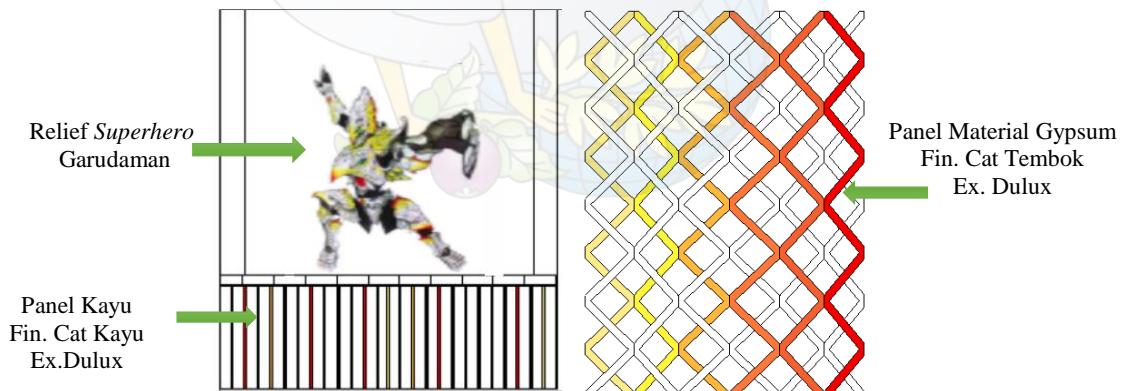
Gambar 99. Hasil Desain *Hall*

3. Cosplay Café

a. Lantai

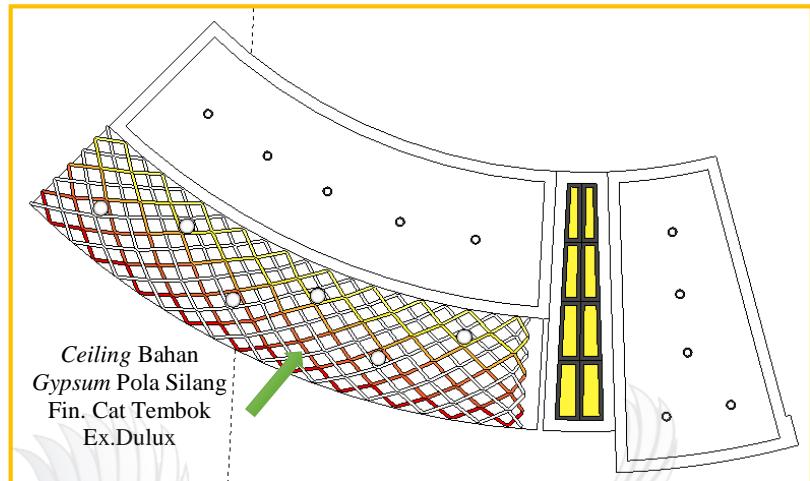


b. Dinding



Gambar 101. Desain Dinding Cosplay Café

c. *Ceiling*



Gambar 102. Desain *Ceiling Cosplay Café*

d. *Furniture*

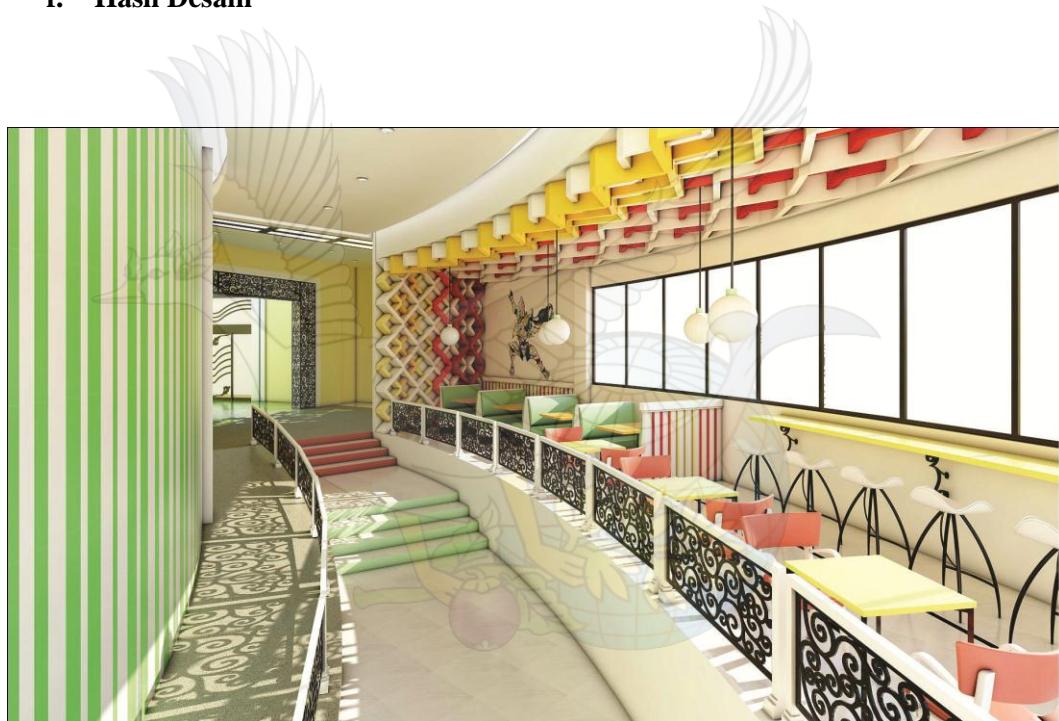


Gambar 103. *Furniture Terpilih pada Cosplay Café*

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *cosplay cafe* menggunakan cahaya alami dari jendela dan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite dan *pendan lamp* dari produk DLX *Lighting*. Sedangkan akustik menggunakan *ceiling speaker*.

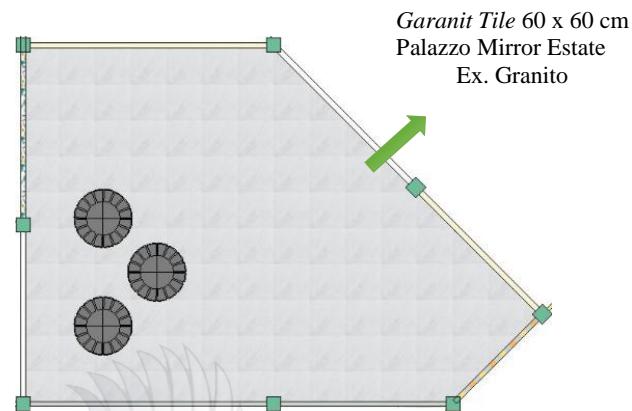
f. Hasil Desain



Gambar 104. Hasil Desain *Cosplay Cafe*
(Sumber : Penulis, 2016)

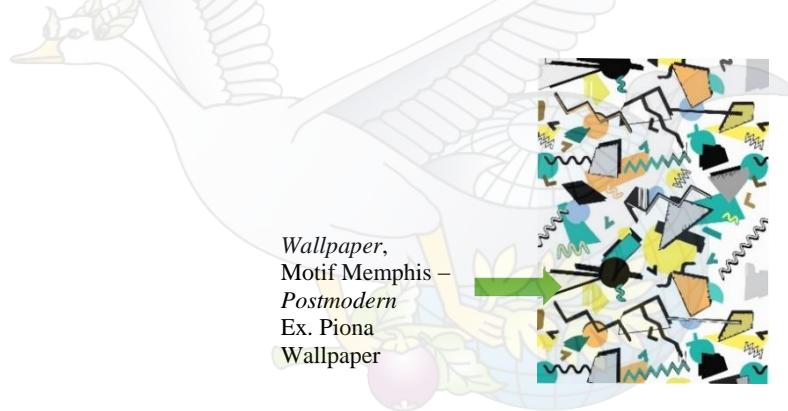
4. Character Shop

a. Lantai



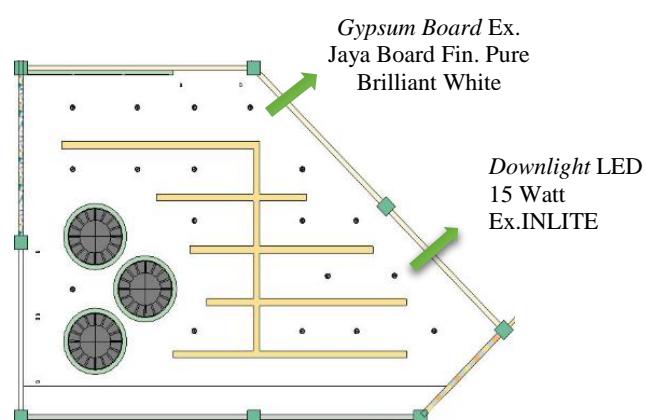
Gambar 105. Desain Lantai pada *Character Shop*

b. Dinding



Gambar 106. Desain Dinding pada *Character Shop*

c. Ceiling



Gambar 107. Desain Ceiling *Character Shop* Alternatif 2

d. Furniture



Tabel 108. Furniture pada Character Shop

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *character shop* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite dan *spot light*. Penghawaan pada ruang menggunakan AC Cassette, sedangkan akustik menggunakan *ceiling speaker*.

f. Hasil Desain



Gambar 109. Perspektif Character Shop view 1 dan view 2

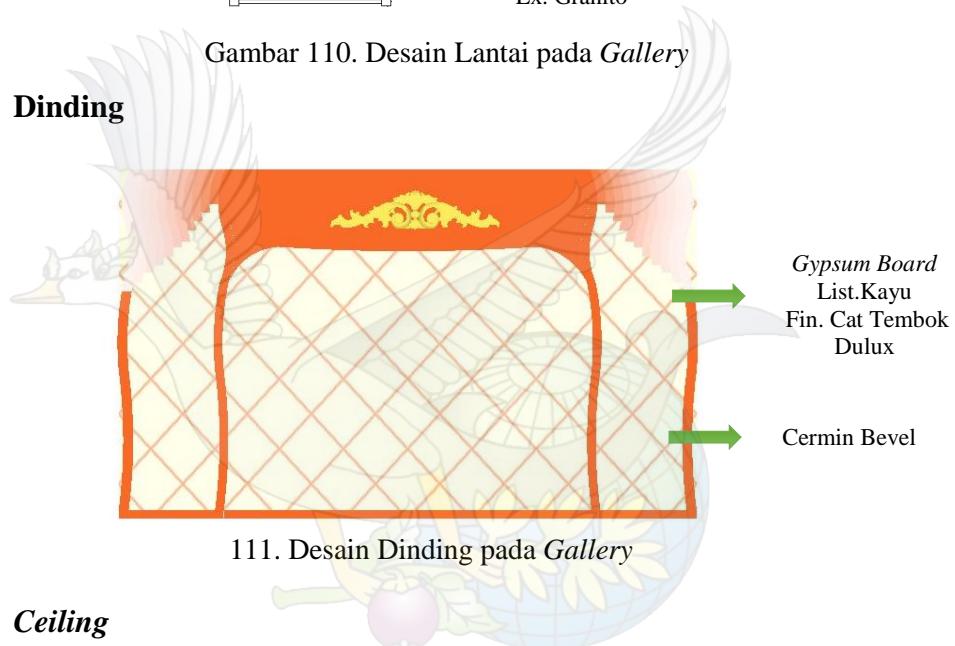
5. *Gallery*

a. Lantai



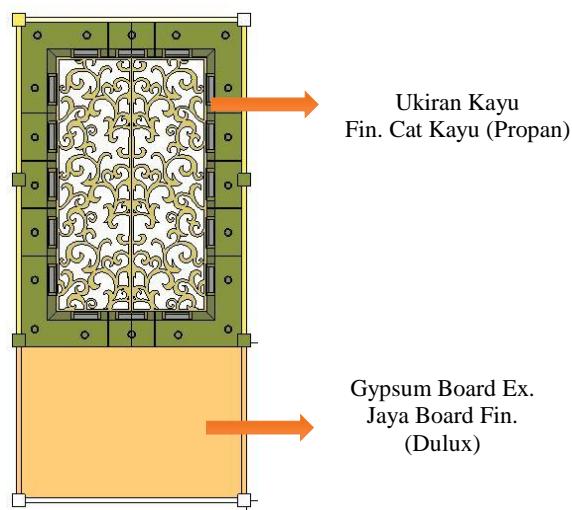
Gambar 110. Desain Lantai pada *Gallery*

b. Dinding



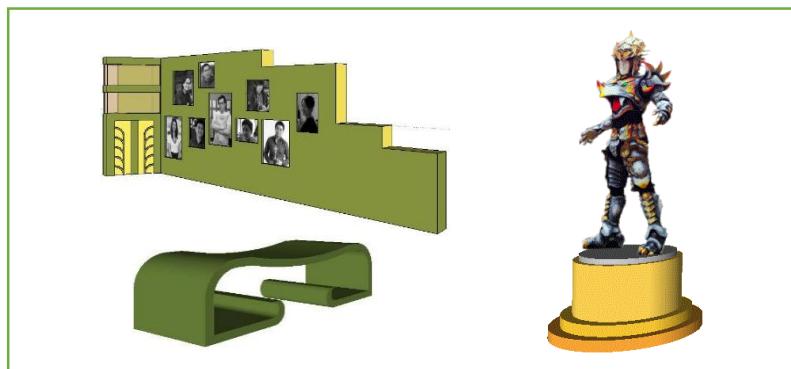
111. Desain Dinding pada *Gallery*

c. Ceiling



Gambar 112. Desain *Ceiling* pada *Gallery*

d. Furniture



Gambar 113. *Furniture* pada *Gallery*

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *gallery* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite dan spot light. Penghawaan pada ruang menggunakan AC Cassette, sedangkan akustik menggunakan *ceiling speaker*.

f. Hasil Desain



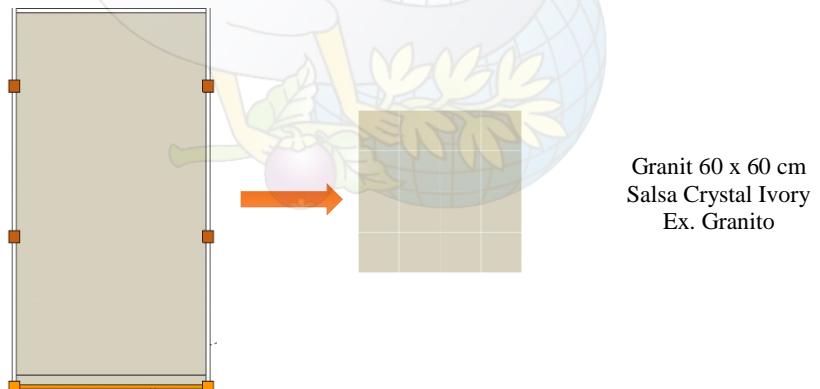
Gambar 114. Perspektif *Gallery* 1



Gambar 115. Perspektif *Gallery 2*

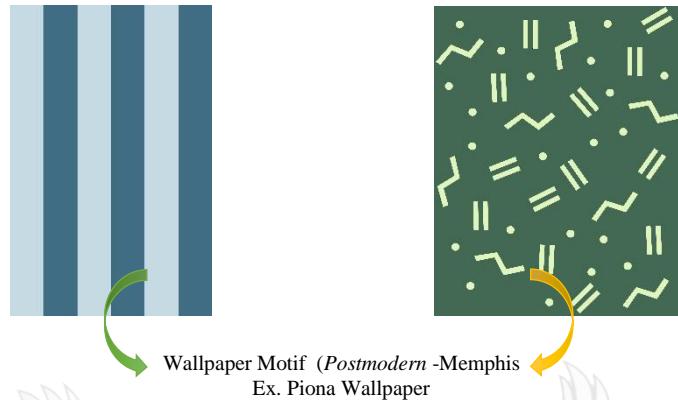
6. *Library*

a. Lantai



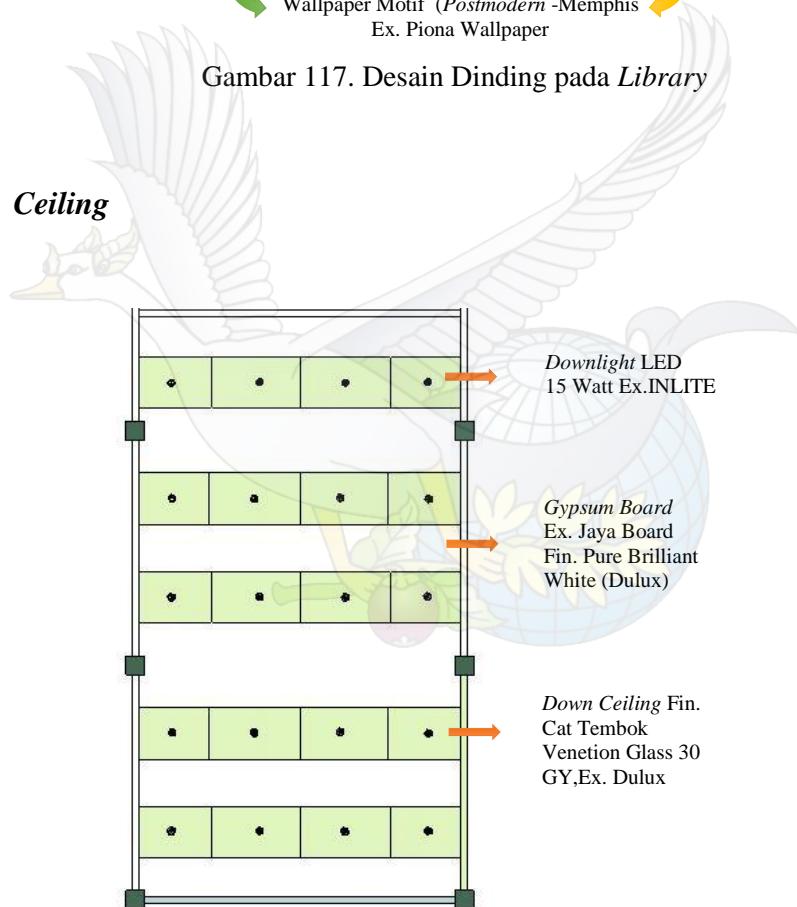
Gambar 116. Desain Lantai Pada *Library*

b. Dinding



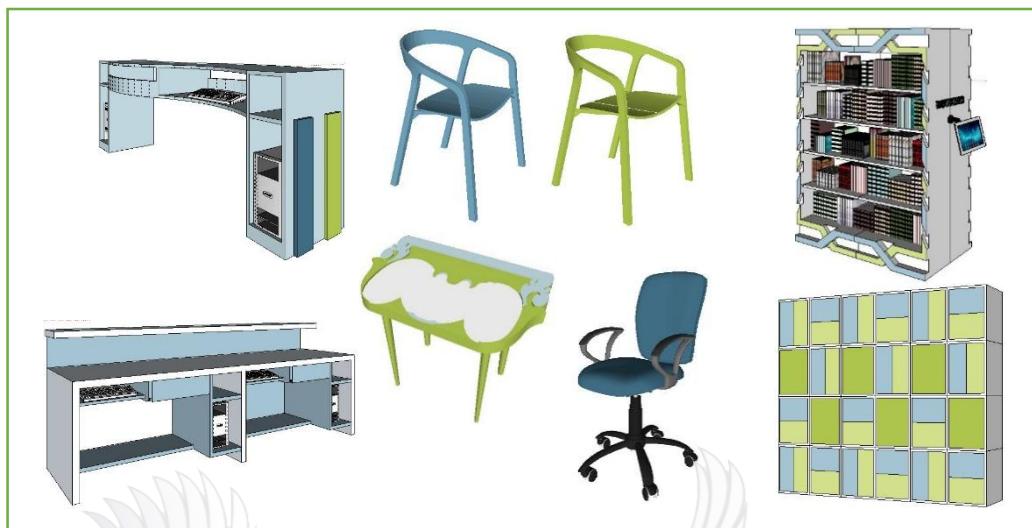
Gambar 117. Desain Dinding pada Library

c. Ceiling



Gambar 118. Desain Ceiling Pada Library

d. Furniture



Gambar 119. Furniture pada Library

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *gallery* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite. Penghawaan pada ruang menggunakan AC Cassette, sedangkan akustik menggunakan *ceiling speaker*.



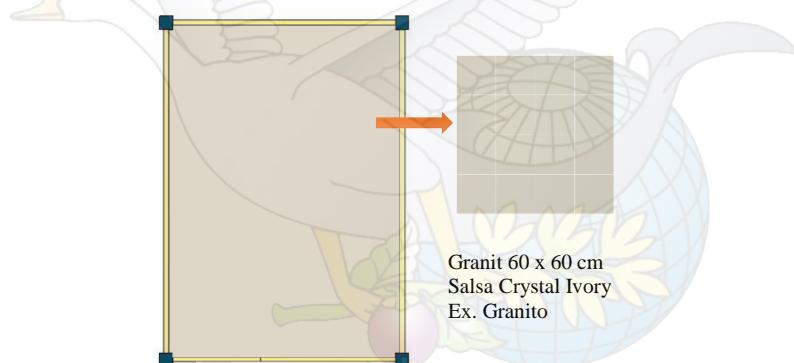
Gambar 120. Perspektif Library 1



Gambar 121. Perspektif *Library 2*

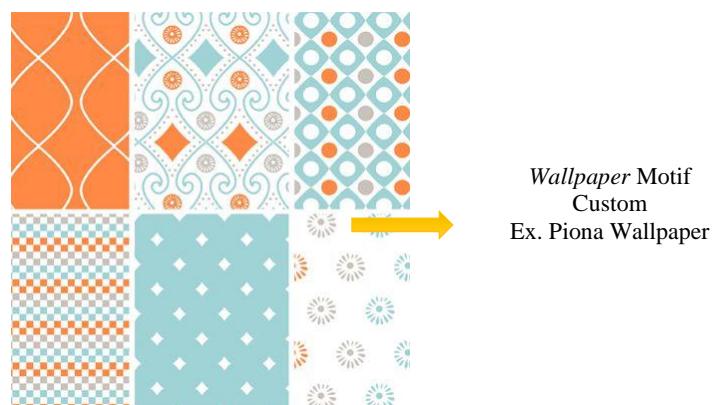
7. Ruang Workshop

a. Lantai



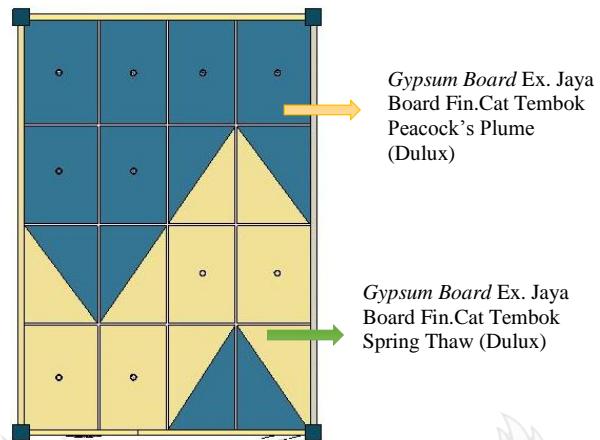
Gambar 122. Desain Lantai Pada Ruang *Workshop*

b. Dinding



Gambar 123. Desain Dinding Ruang *Workshop*

c. *Ceiling*



Gambar 124. Desain *Ceiling* Ruang Workshop

d. *Furniture*



Gambar 125. *Furniture* pada Ruang Workshop

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *gallery* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk Inlite. Penghawaan pada ruang menggunakan AC Cassette, sedangkan akustik menggunakan *ceiling speaker*.

f. Hasil Desain



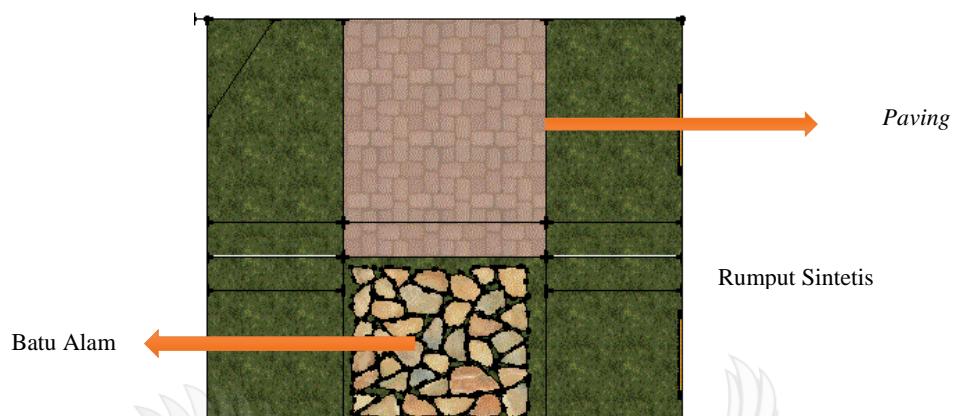
Gambar 126. Perspektif Ruang *Workshop*



Gambar 127. Perspektif Ruang *Workshop*

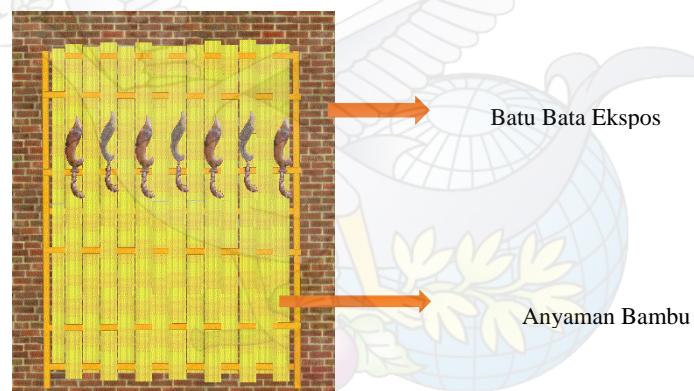
8. Photo Session Studio

a. Lantai



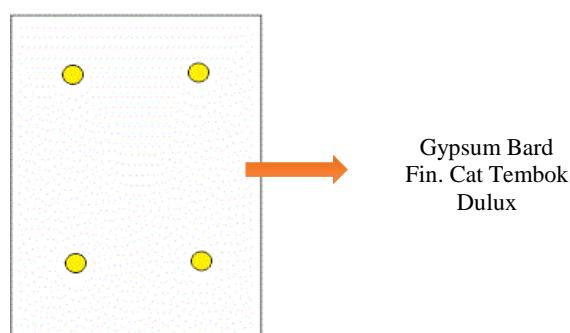
Gambar 128. Desain Lantai *Photo Session Studio* Tema Sunda

b. Dinding



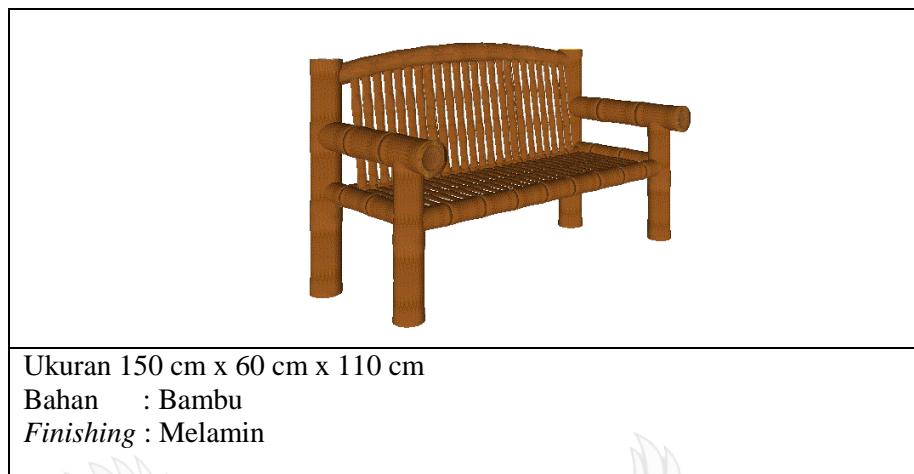
Gambar 129. Desain Dinding *Photo Session Studio* Tema Sunda

c. Ceiling



Gambar 130. Desain Ceiling *Photo Session Studio* Tema Sunda

d. Furniture



Ukuran 150 cm x 60 cm x 110 cm

Bahan : Bambu

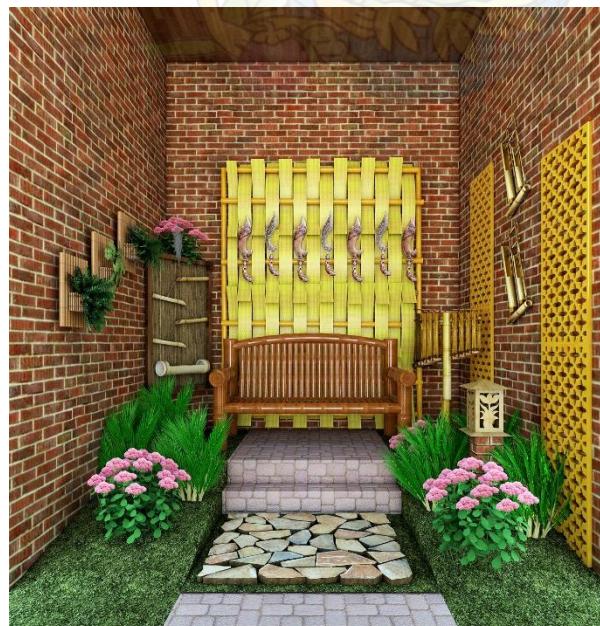
Finishing : Melamin

Gambar 131. Desain Dinding *Photo Session Studio* Tema Sunda Alternatif 1

e. Pengkondisian Ruang

Pengkondisian ruang pada *Photo Session Studio* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight*, *spot light* dan *Soft Box*.

f. Hasil Desain



Gambar 132. Perspektif *Photo Session Studio* Tema Sunda

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Perencanaan *Interior Indonesian Creative Character Center* di Bandung merupakan sebuah perencanaan yang difungsikan sebagai pusat pengembangan karakter kreatif Indonesia dengan sentuhan budaya lokal, serta tempat berkumpulnya para komunitas. Komunitas pecinta karakter seperti komunitas komik, animasi, *game*, ilustrasi, *cosplay* serta *action figure* dapat melakukan *gathering* dan diskusi seputar bidang mereka masing - masing. *Indonesian Creative Character Center* (ICCC) sekaligus sebagai Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan dikelola sendiri secara mandiri. Usaha ini bergerak di bidang pelayanan masyarakat serta sebagai pusat rekreasi dalam bidang *pop culture* khususnya karakter Indonesia. ICCC yang termasuk ke dalam kategori rekreasi dan hiburan menyediakan fasilitas utama dengan beberapa fungsi yaitu fungsi edukasi, informasi, apresiasi, dan komersil.

Fungsi ICCC didasarkan pada kegiatan utama yang dilakukan di dalam gedung meliputi menciptakan dan mengembangkan karakter kreatif Indonesia, membuat film animasi dan film laga *fantasy* yang menggunakan *special effect* dalam bentuk web serial, membuat komik dalam bentuk digital, membuat *game*, membuat kostum *cosplay* dan kostum *original* karakter, belajar membuat kostum, *game* dan animasi dengan mengikuti kelas, membuat *merchandise* dan *action figure*, pertunjukan *Indonesian cosplay performance* baik itu dalam bentuk *cosplay*

cabaret, band, fashion show, maupun kegiatan lainnya, *cosplay photo session*, , seminar dan *workshop*, pemutaran film animasi dan laga *fantasy* Indonesia, pertemuan komunitas sera penyelenggaraan *event pop culture* Indonesia. Untuk memenuhi sarana tersebut maka dibutuhkan fasilitas ruang meliputi *lobby, hall, cosplay café, character shop, gallery, workshop, studio photo session, library, service area, serta operational office.*

Tema yang dipilih pada perencanaan interior yaitu *Superhero Garudaman* yang merupakan salah satu dari *superhero* Indonesia. Pemilihan tema tersebut bertujuan untuk membangkitkan kembali karakter – karakter *superhero* lokal serta mengenalkannya kepada masyarakat luas sampai mancanegara. Sedangkan gaya yang dipilih yaitu gaya *postmodern* yang merupakan percampuran antara tradisional dengan non-tradisional. Gaya tersebut sangat sesuai dengan konsep perencanaan yaitu memasukkan kembali unsur lokal ke dalam *pop culture*.

Pemilihan peletakan ICCC di kota Bandung dikarenakan Bandung merupakan kota yang sangat berpotensi untuk mengembangkan industri kreatif. Selain itu tingginya pecinta budaya *pop culture* di Bandung juga menjadi salah satu faktor dalam pemilihan lokasi perencanaan.

B. SARAN

Perencanaan Interior *Indonesian Character Center* di Bandung merupakan sebuah peluang besar untuk mengenalkan karakter lokal kepada masyarakat luas. Pengembangan secara berkelanjutan menjadi sebuah langkah awal untuk mengangkat budaya lokal ke dalam budaya populer saat ini. Maka dari itu terdapat beberapa saran yang harus dipertimbangkan, antara lain:

1. Mulai berpikir untuk mengembangkan budaya lokal sehingga menjadi suatu aset yang dapat memperkenalkan Indonesia dengan ciri khas tersendiri ke mancanegara.
2. Menyaring budaya luar yang masuk di Indonesia menjadi sebuah kegiatan positif dengan tetap mempertahankan budaya sendiri.
3. Lebih mendukung karya anak bangsa agar karya – karya mereka terakui dengan melakukan promosi, seminar serta pendekatan kepada masyarakat secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arindita, Widya. 2011. *Desain Interior Sekolah Musik Purwa Caraka Surabaya dengan Gaya Postmodern dan Tema Orkestra Jawa*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Ching,Francis D.K. 2011. *Ilustrasi Desain Interior Dengan Ilustrasi*. Jakarta: PT Indeks
- Ching,Francis D.K. 2012. *Kamus Visual Arsitektur Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Departemen Pekerjaan Umum. 2008. *Persyaratan Teknis Sistem Proteksi Kebakaran Pada Bangunan Gedung dan Lingkungan*. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor : 26/PRT/M/2008
- Dharma, Agus. 2012. *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*. Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma
- Doelle, L Leslie. 1986. "Akustik Lingkungan". Jakarta : Penerbit Erlangga
- Herawati, Tuty dkk. 2014. "Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif". *Epigram*, Vol.11 No.2
- Hudrita, Restu Primawati. 2013. *Perancangan Buku Panduan Cosplay dengan Gaya Penceritaan Manga*. Bandung : Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
- Irawan, Bambang dkk. 2013. *Dasar – Dasar Desain*. Depok : Griya Kreasi
- Jencks, Charles A. 1980. *Late- Modern Architecture and Other Essays*. Rizzoli : First American Edition
- Karoline, Gelarie. 2005. *Perencanaan dan Perancangan Interior Jakarta Comics Center*. Surakarta : Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret
- Laksmi. 2006. *Evaluasi Ergonomi dalam Perancangan Desain*. Jurnal desain interior, Vol, 1, No. 1, Juni
- Lotecki, Ashley. 2012. *Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play*. Canada : Theses and dissertations Ryerson University
- Mahke, Fark. 1975. *Color and Lightman Made Environment*. New York : Mc Graw Hill
- Maryati, Kun. 2001. *Sosiologi untuk SMA dan MA Kelas XI*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Mitchel, Lou. 1996. *The Shape on Space*. New York : Nostrand Reinhold

Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor : 18 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung 2011 -2031

Standar Nasional Indonesia. 2000. *Tata Cara Perencanaan Sistem Proteksi Pasif Untuk Pencegahan Bahaya Kebakaran Pada Bangunan Rumah Dan Gedung.* Bandung : SNI 03-1736-2000

Suptandar, Pamudji. 1999. *Disain Interior Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur*. Jakarta: Djambatan

Syfaruddin. 2012. *Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Medan : Perdana Publishing

Wahid, Julaihi dkk. 2013. *TEORI ARSITEKTUR Suatu Kajian Perbedaan Pemahaman Teori Barat dan Teori Timur*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Wibowo, Heru Paul. 2012. *Masa Depan Kemanusiaan: Superhero dalam Pop Culture*. Jakarta : LP3ES

Widigdy, Ganendra. 2013. *Komunitas Cosplay : Tantangan Bagi Identitas Sosial Indonesia*. Yogyakarta : Laporan penelitian Jurusan Ilmu Hubungan International Universitas Muhammadiyah

INTERNET

Aji. 2011. *Apa sih COSPLAY itu?*, dalam <http://jayapoken.blogspot.co.id/2011/10/apa-sih-cosplay-itu.html>, diakses 9 April 2016, 20:46 WIB

Anibee. 2014. “*WCS 2014 : Liputan dan Foto – Foto Eksklusif*”, dalam <http://www.anibee.tv/news/id/cosplay/3980/wcs-2014-liputan-dan-foto-foto-eksklusif>, diakses 27 Mei 2015, 08:07 WIB

Bb3. 2016. *Patahan Lembang Potensi Gempa Besar* dalam <http://www.balebandung.com/patahan-lembang-berpotensi-gembaga-kuatan-besar/>, diakses 13 Juni 2016, 23:26 WIB

Betaotaku. 2016. “*World Cosplay Summit 2016 : Indonesia Boyong Juara 1 dan Segudang Kejutan*”, dalam <https://www.akibanation.com/world-cosplay-summit-2016-indonesia-boyong-juara-1-dan-segudang-kejutan/>, diakses 4 Oktober 2016, 10:25 WIB

Dhiko, “*Cosplay Beyond Hobby Culture and Self*”, 2010, dalam <http://dhiko.blogspot.com/2010/05/cosplay-beyond-hobby-culture-and-self.html>, diakses 27 Mei 2015, pukul 08:25 WIB

Dinas Perindustrian dan Energi Provinsi DKI Jakarta. 2015. *Macam – macam Industri Kreatif di Indonesia*, dalam <http://disperindgi.jakarta.go.id/macam-macam-industri-kreatif-di-indonesia/>, diakses 24 April 2016, 23:41 WIB

Hatnanto, Khairil Tri. 2015. *Bandung dan Solo Layak Kota Kreatif*, dalam <http://www.varia.id/2015/03/05/bandung-dan-solo-layak-kota-kreatif>, diakses 25 November 2015, 03:20 WIB

Herdiana, Iman. 2016. *Bandung Seperti Kota Meksiko, Rawan Gempa*, dalam <http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/bandung-seperti-kota-meksiko-rawan-gempa-1606033.html>, diakses 4 Oktober 2016, 16:54 WIB

Khoiril Tri Hatnanto. 2015. “*Bandung dan Solo Layak Kota Kreatif*”, dalam <http://www.varia.id/2015/03/05/bandung-dan-solo-layak-kota-kreatif>, diakses 25 November 2015, 03:20 WIB

Leonhart, Figaro. 2014. “*Jakarta Cosplay Parade Bangkitnya Karakter Nusantara*”, dalam <http://cosplayjakarta.com/jakarta-cosplay-parade-bangkitnya-karakter-nusantara/>, 1 Juni 2015, 02:38 WIB

Linggaasari, Yhohannie. 2014. “*Superhero Lokal Ramaikan Pesta Budaya Populer*”, dalam <http://m.ccnindonesia.com/hiburan/20140922112033-241-3889/superhero-lokal-ramaikan-pesta-budaya-populer>, diakses 28 Mei 2016, 22:00 WIB

Mangkoko. 2016. *Psikologi Warna Biarkan Warna Berbicara*, dalam http://mangkoko.com/ruang_baca/psikologi-warna-biarkan-warna-berbicara, diakses 13 April 2016, 21:26 WIB

Nanjung. 2012. “*Lomba Desain Karakter Your Fantasy Of Indonesian Heroes*”, dalam <http://kolonifanartist.deviantart.com/journal/LOMBA-DESAIN-KARAKTER-321841705>, diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB

Pratama, Rangga. 2011. “*Character Design*”, dalam <https://ranggawahyudiarta.wordpress.com/2011/01/05/materi-character-design/>, diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB

Siska, “*Mengulas Komunitas Cosplay di Indonesia*”, 2013, dalam <https://siskailkom12.wordpress.com/2013/02/20/komunitas-cosplay/>, diakses 6 Juni 2015, pukul 11:56 WIB

Siswadi, Anwar. 2015. *Riset Terbaru: Panjang Sesar Lembang 29 Kilometer Potensi Gempa Cukup Besar*, dalam <https://m.tempo.co/read/news/2015/10/20/058711088/riset-terbaru-panjang-sesar-lembang-29-kilometer-potensi-gempa-cukup-besar>, diakses 11 Juni 2016, 23:18 WIB

- Surahman, Usep. 2016. *Sistem Penanggulangan Bahaya Kebakaran I*, dalam <http://file.upi.edu/> / Direktori / FPTK / JUR.PEND.TEKNIK ARSITEKTUR /197605272005011-USEP — SURAHMAN /Mekanikal_Elektrikal_(e-learning, diakses 16 Mei 2016, 10:21 WIB
- Tis. 2014. “*Karakter Animasi Indonesia Diakui Dunia Internasional*”, dalam <http://www.tabloidkabarfilm.com/berita/389/389.html>, diakses 30 Mei 2016, 21:58 WIB
- Wulandiani, Rahmi. 2014. *Superhero Candidates*, dalam <http://campaign.grazera.com/beraninulis/read/190/superhero.candidates>, diakses 13 April 2016, 1:48 WIB

DAFTAR NARASUMBER

- Dhoa Revalino, 22 tahun, Bandung, *costume maker, founder Stars Art Production, cosplayer*, 17 Desember 2015
- Diyah Ayu W, 21 tahun, Jakarta, *cosplayer* dan mahasiswa Arsitektur Universitas Jakarta, 9 April 2015
- Heggy Alfonso, 25 tahun, Surakarta, karyawan swasta, *maker cosplay armor* dan *cosplayer*, 28 Maret 2015
- Ismail Eka S, 22 tahun, Surakarta, *cosplayer*, Ketua VOC (*Visual Shock Community*) tahun 2011 – 2014 dan mahasiswa Hukum Universitas Sebelas Maret, 29 Maret 2015
- M A Rahmansyah, 22 tahun, Gresik, *Project Drafter Construction* di perusahaan swasta, *cosplayer* dan mahasiswa TV dan Film Institut Seni Indonesia Surakarta, 11 April 2015
- Natalia Christina, Bandung, CEO *artnice event (contractor, promotor, consultant)*, S2 Teknik Industri ITB, Bandung, 22 November 2015
- Nawa Rie Eda , 39 tahun, Jogjakarta, *Founder JTOKU Indonesia*, 12 Mei 2016
- Ocha Christya Mahardika, 22 tahun, Blitar, *cosplayer* dan mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Jawa Universitas Negeri Surabaya, 2 April 2015
- Toriq, 20 tahun, Malang, *founder Cosplay Center Indonesia*, 4 April 2015
- Zefanya L Y, 20 tahun, Jakarta, *cosplayer* dan karyawan di Sevel Mall Artha Gading, 3 April 2015