

Fasilitas Industri Kreatif Media Cetak di Surabaya

Aditya Denny Pratama, dan Ir. St.Kuncoro Santoso

Prodi Arsitektur, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: denny_fact@yahoo.com ; dosen_pembimbing@petra.ac.id



Abstrak—“Fasilitas industri kreatif media cetak di Surabaya” merupakan fasilitas yang memwadahi minat masyarakat Surabaya dalam hal media cetak khususnya bagi anak muda yang ingin menuangkan kreasinya dan juga membuka usaha dalam bidang media cetak dengan tujuan agar kreasi anak muda ini dapat dihargai dan mempunyai tempat di masyarakat Surabaya. Selain itu juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat Surabaya, dimana masyarakat dapat mengetahui bagaimana proses produksi media cetak itu berlangsung. Fasilitas Industri Kreatif Media Cetak di Surabaya ini terletak pada jalan raya mulyosari yang dekat dengan beberapa universitas besar di Surabaya. Oleh karena itu desain bangunan ini harus sesuai dengan perilaku enterpreanur muda agar dapat menarik minat dari anak muda.

Kata kunci-Industri, kreatif, media cetak

I. PENDAHULUAN

Industri kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta setiap individu. Sehingga Industri kreatif lebih menciptakan alat pemenuh kebutuhan setelah kebutuhan primer terpenuhi.

Saat ini pemerintah sedang giat mendukung pertumbuhan industry kreatif, dukungan pemerintah

tidak terlepas oleh hasil yang di peroleh yaitu ekonomi kreatif yang dapat mendukung system perekonomian negara dan juga menumbuhkan lapangan-lapangan pekerjaan yang baru serta masyarakat yang mandiri.

Istilah Ekonomi Kreatif sendiri mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 Miliar Dollar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan Ekonomi Kreatif, yaitu “The creation of value as a result idea”. Dalam bukunya John Howkins menyimpulkan bahwa kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal rutin yang berulang.

Dalam dunia percetakan, ide-ide kreatif sangat di perlukan mengingat persaingannya dengan media elektronik (Televisi,web,dll). Media cetak dan elektronik memang menjadi suatu persaingan tersendiri, akan tetapi baik media cetak maupun elektronik masih mempunyai eksistensi sendiri-sendiri di dalam masyarakat. Oleh karena

itu sangat dibutuhkan ide-ide untuk meningkatkan minat baca serta menarik investor. Salah satu media cetak di surabaya yang mampu bersaing adalah Jawa pos.

1.2 Tujuan

1.2.1 Tujuan Umum.

Mengajak masyarakat Surabaya untuk lebih mengenal industri media cetak.

1.2.2 Tujuan Khusus

- Memfasilitasi masyarakat Surabaya untuk mengembangkan ide-ide dalam media cetak.
- Mengajak masyarakat untuk melestarikan media cetak.
- Mengajak anak muda Surabaya untuk lebih mengembangkan industry media cetak.
- Mengenalkan industry media cetak kepada anak muda

1.3 Sasaran

Sasaran dari proyek “Fasilitas Industri Kreatif Media Cetak di Surabaya” ini adalah:

- Masyarakat Surabaya yang memiliki minat terhadap media cetak
- Anak-anak, menambah pengetahuan tentang media cetak
- Para pengusaha usaha kecil menengah yang membutuhkan fasilitas dan bergerak dalam usaha yg berhubungan dengan cetak-mencetak.



Gambar 1.1 RDTRK Site

- Lokasi : Jl. Raya Mulyosari
- Kelurahan : Kertajaya
- Kecamatan : Mulyorejo
- Kotamadya : Surabaya
- Provinsi : Jawa Timur
- Batas – batas tapak :
 - Utara :Lahan kosong.
 - Selatan : Perumahan warga.
 - Timur : Jl. Raya Mulyosari.
 - Barat : Lahan kosong.
- Luas Tapak : 21.600 m²
- Batas GSB (Garis Sempadan Bangunan)
 - Utara : 4m
 - Selatan :4m
 - Timur : 4m

Barat : 6m

Pemilihan tapak tidak lepas dari kriteria yang sudah di tentukan.

II. PERANCANGAN

A.Masalah Desain

Bagaimana merancang industri kreatif media cetak sesuai dengan kriteria anak muda. Selain itu juga terkesan terbuka bagi semua kalangan.

B.Program Ruang

Perbedaan perkantoran industri kreatif dengan kantor sewa kebanyakan adalah adanya ruang terbuka yang menjadi tempat untuk mencari inspirasi, Selain itu fasilitas ini juga menjadi sarana edukasi dan tempat bernegoisasi antara pemilik kantor dengan konsumen sehingga diperlukan galeri yang berfungsi sekaligus sebagai katalog dari kantor-kantor yang ada pada fasilitas ini sehingga konsumen dapat memilih kantor mana yang akan digunakan.



Gambar 2.1 contoh kantor industri kreatif.

C. Pendekatan Perancangan

Pendekatan perilaku merupakan salah satu pendekatan yang cocok dengan masalah desain yang ada. Pendekatan perilaku yang digunakan berdasarkan teori Kenneth P. Morse mengenai Enterpreanur Muda.

1. Berintegritas tinggi
2. Berjiwa pemimpin
3. Tidak sabaran
4. Bekerja sebagai sebuah tim
5. Ingin tampil beda

Penerapan kedalam desain berdasarkan teori diatas.

- Kontras dengan sekitar
- Banyak tempat berkumpul
- Sistem sirkulasi yang simple

Bekerja sebagai sebuah tim

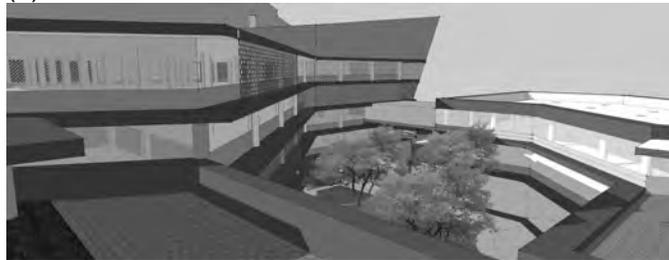
Adanya 2 massa yang membentuk ruang, di fungsikan sebagai tempat berkumpul dan juga dapat berfungsi sebagai tempat kerja on formal



(a)



(b)



(c)

Gambar 2.2 a. Suasana cafe, b. Lobby dan galeri, c. ruang yang terjadi antara 2 massa.

Kontras

Di sekitar site lebih banyak bangunan flat 2-3 lantai (ruko) dan tidak ada permainan facade. Oleh sebab itu pada proyek ini, pada bagian depan di gunakan permainan fasad dan juga di berikan space yang cukup luas pada bagian depan dengan tujuan untuk memberikan kesan yang terbuka dan tidak kaku.

Perbedaan lainnya terdapat pada banyaknya tempat berkumpul yang juga berfungsi sebagai tempat untuk bekerja secara non-formal. Hal ini sejalan dengan tujuan awal untuk memunculkan sebanyak-banyaknya ide kreatif dengan begitu di perlukan tempat bekerja yang rileks dan tidak kaku agar ide_ide kreatif itu dapat muncul.



(a)



(b)

Gambar 2.3 a. Contoh ruang kerja non-formal, b. Taman

Perspektif



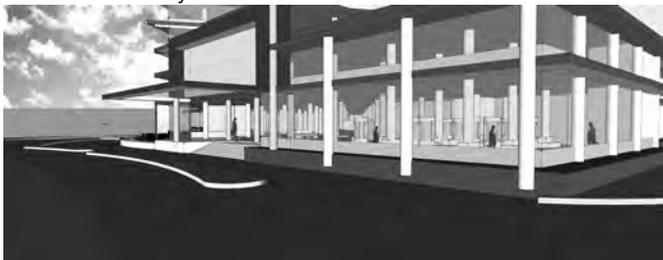
Gambar 3.1 Bird eye view



Gambar 3.2 Bird eye view 2



Gambar 3.3 Bird eye view 3



Gambar 3.4 Main entrance



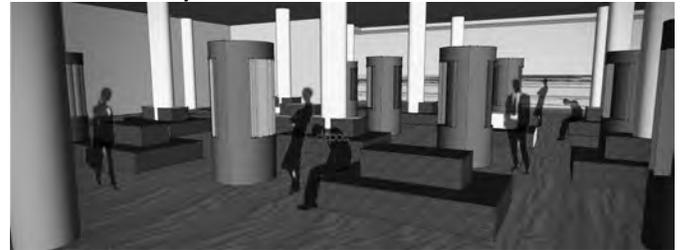
Gambar 3.5 Human view



Gambar 3.6 Main Lobby



Gambar 3.7 Bird eye view



Gambar 3.8 Main Gallery

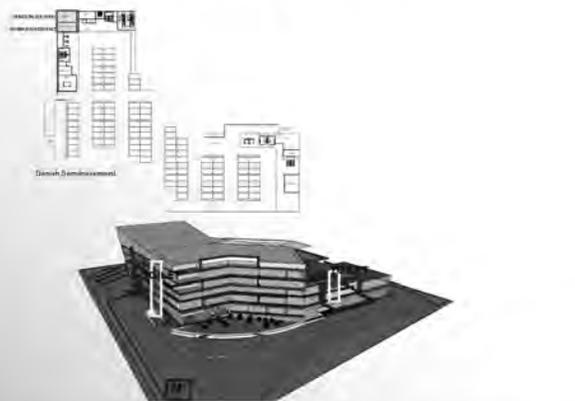
Pada proyek ini juga terdapat galeri sebagai tempat untuk memamerkan karya dari masing-masing kantor sehingga pengunjung dapat memilih kantor mana yang dapat di gunakan sebagai media untuk menyalurkan karya mereka.

Analisa Site



UTILITAS

UTILITAS AIR BERSIH



PDAM — Meteran — Tandon Bawah — Pompa — Toilet / Wastafel

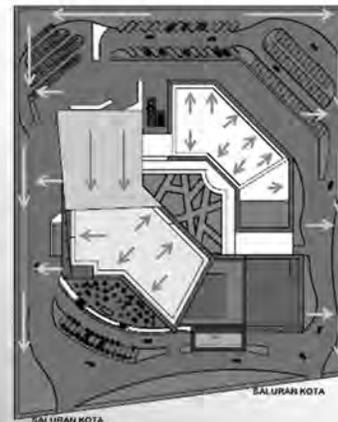
Sistem Utilitas Gedung menggunakan sistem UpFeed, karena tinggi gedung tidak terlalu tinggi.

Sistem utilitas air bersih yaitu : PDAM-Meteran, Tandon Bawah - Pompa - Toilet/Wastafel/Cafe/Foodcourt

Gambar 4.1 Sistem Utilitas Air Bersih

UTILITAS

UTILITAS AIR HUJAN

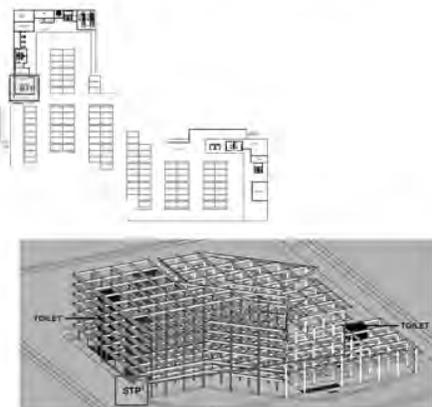


ARAH ALIRAN AIR HUJAN

ATAP --> SALURAN AIR HUJAN --> BAK KONTROL --> SALURAN KOTA

Gambar 4.2 Sistem Utilitas Air Hujan

UTILITAS AIR KOTOR



Sistem Utilitas Air Kotor Bangunan ini menggunakan STP karena jumlah toilet yang cukup banyak dan banyak kegiatan yang berlangsung setiap hari.



Gambar 4.2 Sistem Utilitas Air Kotor

UTILITAS AIR KOTOR



KETERANGAN :

- = Tangga Darurat
- ← = Jalur evakuasi
- ← = Jalur pemadam kebakaran

MEMILIKI 3 TANGGA KEBAKARAN DENGAN JARAK MASING-MASING TIDAK LEBIH DARI 60 METER DAN JARAK KETEPI TIDAK LEBIH DARI 30 METER



Gambar 4.3 Sistem Utilitas Air Kotor

III. KESIMPULAN

Proyek "Fasilitas Industri Kreatif Media Cetak di Surabaya" ini di latarbelakangi oleh menurunnya pamor media cetak dikarenakan perkembangan jenis media lain yang lebih maju dan lebih menarik bagi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya perkembangan yang menarik dari dunia media cetak, diperlukan adanya suatu industri kreatif yang dimotori oleh enterpreanur muda sehingga diharapkan dapat menarik minat masyarakat.

Oleh karena itu, diperlukan tempat untuk anak muda berkreasi dan menampilkan hasil kreasi. Proyek ini mengakomodasi baik anak muda maupun masyarakat surabaya yang ingin berkreasi dan ingin lebih mengerti tentang media cetak .

Sekian laporan perancangan "Fasilitas Industri Kreatif Media Cetak di Surabaya" ini. Semoga masyarakat dapat lebih tertarik dengan media cetak dan lebih banyak berkreasi dalam media cetak. Dengan adanya proyek ini melalui sebuah karya arsitektur, masyarakat dapat memiliki wadah untuk untuk berkreasi dalam media cetak.

Daftar Pustaka

Ching, Francis D.K. *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Tatanan jilid 2*. Jakarta : Erlangga, 2000

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka, 2005

Kipphan, Helmut. *Handbook of print media : Technologies an Production Methods*. Jerman : Heidelberg, 2001

Neufert, Ernest. *Architects' Data 3rd edition*. Oxford : Blackwell Science, 2002

Neufert, Ernest. *Data Arsitek*. Jilid 2. Edisi 33. Trans. Ing Sunarto Tjahjadi. Jakarta : Erlangga, 2002.

"RTRW Kota Surabaya, Perencanaan Tapak Masa Depan Surabaya, Peraturan Bangunan Surabaya kec. Mulyorejo". 18 Juli 2013.

<<http://bappeko.surabaya.go.id/web/index.php>>

"Surabaya, Jawa Timur". Google Earth 2012. 18 Juli 2013.

<<http://googleearth.com>>