Peracancangan Creative Hub Seni kulit Manding dengan Pendekatan Creative Placemaking

Achika Sandra Ryanti M
20512038

Stefy Prasasti anggraini, S.T., M.Arch., IAI



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

76 YEARS 1987-2023 ARCHITECTURE UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

RIBA Architecture.com

CANBERRA ACCORD

BOARD OF ARCHITECTS MALAYSIA
LEMBAGA ARKITEK MALAYSIA

KAAB 한국건축학교육인증원 Korea Architectural Accrediting Board

UNGGUL

Studio Akhir Desain Arsitektur

REKA RUPA RUANG

p C

Percancangan Creative Hub Seni kulit Manding dengan Pendekatan Creative Placemaking

D C C C

C C C C D C D

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ARCHITECTURE UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

RIBA Architecture.com

CANBERRA ACCORD

BOARD OF ARCHITECTS MALAYSIA LEMBAGA ARKITEK MALAYSIA

한국건축학교육인증원 Korea Architectural Accrediting Board

UNGGUL

DF D D

REKA RUPA RUANG

h Qp

Design of Manding Leather Craft's Creative Hub With Creative Placemaking Architectural Approach

D C C C

C C C C D CD

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

75 YEARS 1987-2023

ARCHITECTURE UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

RIBA Architecture.com

CANBERRA ACCORD

BOARD OF ARCHITECTS MALAYSIA LEMBAGA ARKITEK MALAYSIA

KAAB 한국건축학교육인증원 Korea Architectural Accrediting Board

UNGGUL

Studio Akhir
Desain Arsitektur

LEMBAR PENGESAHAN

Studio Akhir Desain Arsitektur yang berjudul:
Final Architecture Design Studio Entitled:

Perancangan *Creative Hub* Seni Kulit Manding dengan Pendekatan *Creative Placemaking*

Design of Manding Leather Craft's Creative Hub With Creative Placemaking Architectural Approach

Nama Lengkap Mahasiswa : **Achika Sandra Ryanti Mahieu**
Student's Full Name
Nomor Mahasiswa : **20512038**
Student's Identification
Telah Diuji dan Disetujui pada : Yogyakarta, 14 Agustus 2024
Has been Evaluated and agreed on *Yogyakarta, August 14th 2024*

Pembimbing :	Penguji 1 :	Penguji 2 :
Supervisor:	*Examiner*	*Examiner*
Ar. Stefy Brasasti Anggraini, S.T., M.Arch., IAI.	Ir. Rini Darmawati, M.T.	Prof. Ar. Noor Cholis Idham, S.T., M.Arch., Ph.D.,IAI

Diketahui oleh / Acknowledge by,
Ketua Program Studi S1 Arsitektur
Head of Undergraduate Program in Architecture

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
YOGYAKARTA

Hanif Budiman, MT., Ph.D

CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Penilaian Buku Studio Akhir Desain Arsitektur :
Final Architecture Design Studio Book Assessment:

Perancangan *Creative Hub* Seni Kulit Manding dengan Pendekatan *Creative Placemaking*

Design of Manding Leather Craft's Creative Hub With Creative Placemaking Architectural Approach

Nama Lengkap Mahasiswa : **Achika Sandra Ryanti Mahieu**
Student's Full Name
Nomor Mahasiswa : **20512038**
Student's Identification
Kualitas Buku Studio Akhir Desain Arsitektur :
Has been Evaluated and aggred on

Sedang*) Baik*) Sangat Baik*)

Sehingga,
Direkomendasikan / Tidak Direkomendasikan (*)
untuk menjadi acuan produk Studio Akhir Desain Arsitektur (*)
Dilingkasi salah satu

Pembimbing :
Supervisor:

Ar. Stefy Prasasti Anggraini, S.T., M.Arch., IAI.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:
Final Architecture Design Studio Book Assessment:

Nama Lengkap Mahasiswa : **Achika Sandra Ryanti Mahieu**
Student's Full Name

Nomor Mahasiswa : **20512038**
Student's Identification

Program Studi : **Yogyakarta, 14 Agustus 2024**
Department *Bachelor Of Architecture*

Judul Perancangan : **Perancangan *Creative Hub* Seni Kulit Manding dengan Pendekatan *Creative Placemaking***
Design Title
Design of Manding Leather Craft's Creative Hub
With Creative Placemaking Architectural Approach

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh bagian dari karya ini merupakan hasil karya saya sendiri. Jika terdapat kutipan yang berasal dari karya orang lain, kutipan tersebut telah dicantumkan sebagai refrensi dengan sumber yang jelas. Dalam proses pembuatan karya ini tidak ada bantuan dari pihak lain baik sebagian ataupun keseluruhan dalam proses pembuatannya. Saya juga mnyatakan bahwa tidak adanya konflik kepemilikan intelektuan atas karya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat, hasil akhir sepenuhnya diserahkan kepada Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia untuk dapat digunakan bagi kepentingan pendidikan dan publikasi

Yogyakarta, 18 Agustus 2024
Penulis.



Achika Sandra Ryanti Mahieu

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin puji syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Studio Akhir Desain Arsitektur (SADA) yang berjudul "Perancangan *Creative Hub* Seni Kulit Manding dengan Pendekatan *Creative Pacemaking*". Penulisan laporan SADA ini bertujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Arsitektur sebagai mahasiswa program S1 pada Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.

Semoga laporan SADA ini dapat memberikan manfaat dalam pembelajaran dan pengembangan ilmu arsitektur. Laporan SADA ini dapat selesai berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Laporan SADA ini hingga selesai, ucapan tersebut penulis tujukan kepada:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan segala berkah, rahmat dan karunia-Nya, sehingga proyek akhir sarjana ini dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Jan Leonard Mahieu, ST dan Ibu Ellya Shanti, ST, serta saudara saya Juan Ryan Bastiano Mahieu juga Putu Anggi Pramesti Dewi dan Ketut Artini selaku wali yang menjaga saya sedari kecil yang selalu memberikan dukungan, do'a restu, dan perhatian serta motivasi selama proses perkuliahan ini.
3. Ibu Stefy Prasasti Anggraini, S.T, M.Arch, IAI selaku dosen Pembimbing SADA yang telah memberikan bimbingan, kritik, saran, arahan dan ilmunya selama proses berjalannya SADA.
4. Bapak Prof.Ar. Noor Cholis Idham, S.T., M.Arch., Ph.d.,IAI dan Ibu Ir Rini Darmawati, MT., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan arahan selama SADA.
5. Bapak Aryo Akbar Aldiansyah., S.T., M.Arch. selaku koordinator SADA.
6. Teman seperjuangan SADA, Muhammad Rizki Renaldo & teman seperjuangan sada lainnya Yang selalu menjadi pendorong dan pemberi semangat sehingga dapat menyelesaikan proyek akhir ini.
7. Teman-teman terdekat Ammadhea Putri, Faiz Aflaha, Adinda Hasna, juga mahasiswa DTM yang tidak dapat disebut namanya, yang selalu menyemangati tanpa henti serta mendengar segala keluh kesah sepanjang proses menyelesaikan proyek tugas akhir
8. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah mendukung dan membantu selama ini.

Penulis,

Achika Sandra Ryanti Mahieu

K K

Perancangan berupa *Creative Hub* yang akan difungsikan sebagai wajah baru dari ruang retail Seni Kulit Manding. Bangunan ini dirancangan sebagai one stop shopping yang akan menyediakan fasilitas pendukung berupa ruang edukasi seperti workshop dan kelas khusus pembuatan seni kulit. Terdapat juga dan ruang produksi serta umkm dan kuliner khas Manding yang akan menjadi daya tarik tambahan. Berlokasi di Jl. Parangtritis No.11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul dengan luas 8.274 m² diharap mampu menjadi destinasi wisata ketika akan berlibur ke Pantai Parangtritis. Yogyakarta yang kini mulai menjadi kota tujuan berlibur tentu menjadi sebuah peluang untuk dapat berkembang di berbagai sektor seperti seni, budaya, makanan, juga keindahan alam. Seni dan budaya khas Yogyakarta tentu tidak perlu di ragukan lagi, salah satunya ialah Seni Kulit khas Manding yang sudah ada sejak 1957. Tetapi semenjak 4 tahun terakhir Manding menunjukan jumlah pengunjung yang semakin menurun. Potensi yang besar dan dapat dijadikan peluang ini membuat adanya pemikiran untuk merancang sebuah wadah baru bagi Manding berupa *Creative Hub* yang akan disesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Manding. Untuk memenuhi tujuan dalam perancangan ini, maka akan dilakukan dengan beberapa cara seperti perancangan tata massa, tata ruang, tata lanskap, dan juga fasad pada bangunan agar sesuai dengan yang dibutuhkan juga tidak menghilangkan ciri khas kegiatan kreatif di Manding. *Creative placemaking* menjadi sebuah pendekatan yang cocok digunakan dengan tujuan percancnagn ini. Maka dengan tema perancangan di atas, diharapkan mampu membuat Manding kembali berjaya dan memperbaiki perekonomi yang menyusut sejak 4 tahun terkahir. Selain itu akan juga tercipta pengrajin-pengrajin baru yang akan meneruskan kejayaan Manding.

Kata Kunci : Creative Hub, Manding, Creative Placemaking

K K

It’s about creative hub’s planning that being a new face for Manding Leather Craft’s retail space. This place will be a one stop shopping who has another facility, especially an education center like workshop and courses. Production room also the culinary around will be here too. The location is in Parangtritis Street, no 11, Manding, Bantul with a 8.274 m² were planned to be a new destination. Since a few last year, Yogyakarta is a new destination so it has a change to develop the culture, art, and culinary. We all know the city because of the unique culture and art, Manding was one of them who had been here since 1957. However, since the last 4 years, Manding has shown a decreasing number of visitors. Big potential become an opportunity to planning a new space for Manding (Creative Hub) which will be adapted to what the need and the characteristic. To fulfill the objectives of this design, it will be carried out in several ways, such as designing the mass layout, spatial layout, landscape layout and also the facade of the building so that it matches what is needed and does not eliminate the characteristics of creative activities in Manding. Creative placemaking is an approach that is suitable for this planning purpose. So with the design theme above, we hoped that it will be able to make Manding back to the way it was before also improve the economy which has been shrinking for the last 4 years. The other hope was there will be a new craftsmen who will continue the glory of Manding.

keyword: Creative Hub, Manding, Creative Placemaking

E

E

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS
LEMBAR PENGESAHAN
KATA PENGANTAR
PERNYATAAN KEASLIAN
ABSTRAK
ABSTRACT
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang
1.2 Pernyataan Masalah
1.3 Metode Uji Desain
1.4 Metode Perancangan
1.5 Peta Perancangan Persoalan
1.6 Keunggulan, Originalitas, dan Kebaruan

BAB II PENELUSURAN PERSOALAN
2.1 Kajian Lokasi dan Konteks
2.2 Kajian Tema Perancangan
2.3 Kajian Konsep dan Fungsi Bangunan
2.4 Presedent
2.5 Peta Persoalan

BAB III PEMECAHAN PERSOALAN PERANCANGAN
3.1 Eksplorasi Konteks Site
3.2 Eksplorasi Konsep Tema Perancangan
3.3 Eksplorasi Konsep Fungsi
3.4 Konsep Figuratif Rancangan

BAB IV HASIL EKSPLORASI RANCANGAN
4.1 SITUASI
4.2 SITEPLAN
4.3 RENCANA LANDSEKAP
4.4 DENAH
4.5 TAMPAK
4.6 POTONGAN
4.7 DENAH PARSIAL
4.8 POTONGAN PARSIAL
4.9 DETAIL RANCANGAN
4.10 SISTEM STRUKTUR
4.11 AKSONOMETRI STRUKTUR
4.12 PEMECAHAN MASALAH
4.13 PERPSKETIF INTERIOR
4.14 PERSPEKTIF EKSTERIOR
4.15 SISTEM BARRIER FREE
4.16 SISTEM SANITASI
4.17 SISTEM KESELAMATAN BANGUNAN
4.18 SISTEM KESELAMATAN DALAM BANGUNAN
4.19 PENCAHAYAAN ALAMI
4.20 KONSEP ART DAN BUDAYA MEMBANGUN
4.21 HASIL UJI DESAIN

BAB V EVALUASI PERANCANGAN
5.1 PROSES DAN TRANSFORMASI PENYELESAIAN PERMASALAHAN KHUSUS 1 DAN 2, (BERKAITAN ASPEK QUALITY OF PLACE)?
5.2 TUNJUKKAN JALUR SIRKULASI PENGUNJUNG, PENJUAL DAN PENGELOLA.
5.3 TUNJUKKAN DENAH INTERIOR RUANG-RUANG PENTING DAN PERPEKTIFNYA.
5. DAFTAR PUSTAKA

E
1.1 Gambar Jumlah Pengunjung Destinasi Pariwisata Asal Wisatawan, Kapanewon, dan Kalurahan Dinas Pariwisata
1.2 Gambar Musium Kerajinan Kulit Manding
1.3 Gambar Creative Hub
1.4 Gambar Creative Spaces Activities
1.5 Gambar Sanggar
1.6 Gambar Jakarta Creative Hub
1.7 Gambar Creative Placemaking
1.8 Gambar Jenis Kulit
1.9 Gambar Peta Pemecahan Persoalan
2.1 Gambar Daerah Istimewa Yogyakarta
E
2.2 Gambar Kabupaten Bantul
2.3 Gambar Desa Wisata Manding
2.4 Gambar Regulasi Site
2.5 Gambar Visualisasi Site
2.6 Gambar Vast Skatepart Jogja
2.7 Gambar Cimory On the Valley Semarang
2.8 Gambar La Valle Village Paris
2.9 Gambar Simpul Space
2.10 Gambar Peta Persoalan
2.11 Gambar Ekpolasi konsep Makro Tata Landskap berdasarkan Social Opportunity berupa Ruang Baru Bagi Seni Kulit Manding
2.12 Gambar Ekpolasi konsep Messo Tata Massa berdasarkan Quality of Place berupa Konektifitas dan Integrasi
2.13 Gambar Ekpolasi konsep Messo Tata Massa berdasarkan Quality of Place berupa Visibilitas
2.14 Gambar Ekpolasi konser Messo Tata Massa berdasarkan Physical Form berupa Identitas Lokal
E
2.15 Gambar Eksplorasi konser Mikro Struktur berdasarkan Physical Form berupa Identitas Lokal
2.16 Gambar Ekpolasi konser Mikro Tata Ruang berdasarkan Quality Of Place berupa Konektifitas dan Integrasi
2.17 Gambar Ekpolasi konser Mikro Tata Ruang berdasarkan Social Opportunity berupa Ruang Baru Bagi Manding
2.18 Gambar Ekpolasi konser Mikro Tata Ruang berdasarkan Quality Of Place berupa Visibilitas
3.1 Gambar Analisa Respon Regulasi
3.2 Gambar Analisa Respon Matahari
3.3 Gambar Analisa Respon Angin dan Penghawaan
3.4 Gambar Gubahan Massa
3.5 Gambar Eksplorasi Konsep Creative Placemaking
E
3.6 Gambar Eksplorasi Tata Ruang
3.7 Gambar Konsep Selubung Bangunan (Atap)
3.8 Gambar Konsep Selubung Bangunan (Fasad)

E E

1.1 LATAR BELAKANG

Creative Hub

Creative hub merupakan kata dalam bahasa inggris yang jika di terjemahkan memiliki pengertian berupa pusat kreatif yang merupakan intii dalam penciptaan suata hal yang tidak hanya menyangkut fisik namun juga komunitas yang diciptakan dari pelaku kreatif. *Creative hub* denga centre akan menjadi pilihan kali ini. berisikan 27 penggiat retail, 10 pengrajin, beberapa kuliner lokal, juga fasilitas penunjang lainnya

Desa Manding

Merupakan salah satu desa wisata penghasil kerajinan kulit terbesar di Indonesia juga dikenal hingga manca negara. Desa Manding berada di Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo No.118, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Manding dikenal dengan kerajinan kulit seperti tas, jaket, sepatu, dan sandal dengan ciri khas berupa kulit nabati diolah menggunakan teknik tatah timbul.

Creative Placemaking

Creative Placemaking merupakan turunan dari placemaking. Fungsi dari creative placemaking ialah membuat lingkungan lebih berwarna dan memiliki andil dalam kehidupan. Identitas suatu titik geografis dapat ditonjolkan dan dibanggkan. *Placemaking* ialah suatu penghubung antara manusia dengan lingkungan.

1.1 LATAR BELAKANG

1.1.1 Pariwisata

Berdasarkan UU RI Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah Daerah serta pengusaha. Saat mendengar kata pariwisata di Indonesia tentu yang akan terlintas ialah Bali dan Yogyakarta. Yogyakarta sendiri dikenal dengan budaya dan seni lokal yang masih sangat kental dan tradisional.

1.1.2 Ekonomi Kreatif

Indonesia merupakan negara dengan sumber daya manusia yang berlimbah tentu hal ini menjadi sebuah kelebihan yang perlu dimanfaatkan. Salah satunya ialah manusia menjadi modal dari ekonomi kreatif, manusia menjadi sumber ide dan gagasan dari ekonomi kreatif. Aktivitas-aktivitas yang dicipitakan oleh individu menjadi bukti keterampilan dan bakat yang dimilikinya. Aktivitas ini dapat berupa kecakapan, pengetahuan, motivasi, dan lain hal yang menjadi upaya dalam menciptakan kekayaan intelektual berupa hak paten, royalty, hingga desain. Terdapat lima macam keterampilan dan kecakapan sebagai upaya membentuk ekonomi kreatif yaitu keterampilan konspetual, keterampilan mengorganisir, keterampilan manajerial, keterampilan wirausaha, dan keterampilan personal (Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., ... & Sudarmanto, E, 2020).

1.1.3 Retail

Retail diartikan sebagai penjualan barang eceran dengan berbagai jenis tempat seperti pasar, kios, butik, dan hal-hal lain. Retail sendiri mulai berkembang di Indonesi pada tahun 1962 yang ditandai dengan adanya Toserba Sarinah. Sedangkan pada tahun 1990 “Sogo yang merupakan retail Jepang mulai masuk ke Indonesia.

Retail di bagi menjadi 2 yaitu retail tradisional dan retail moder. Retail tradisional biasanya merujuk pada pasar tradisional. Ketentuan retail modern di Indonesia di atur pada Kepres no. 99 tahun 1998 yang kemudian menyebabkan pasar modern di Indonesia berkembang pesat dengan adanya department store, factory outlet, mall, trade center, dan jenis-jenis lainnya. Retail berada di tahap terakhir rantai pasokan distribusi sebeluum konsumen yang mengakibatkan harga yang lebih tinggi dibandingkan grosir.

1.1.4 Home Industri

Home industry atau yang dikenal sebagai industri rumahan merupakan sebuah istilah bagi bisnis kecil yang biasa menggunakan rumah untuk produksi, penjualan, dan aktivitas jual-beli lainnya. Pada Undang-undang nomor 9 tahun 1995 home industri atau usaha kecil adalah aktivitas perekonomian masyarakat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sejumlah Rp. 200.000.000, kekayaan tersebut tidak termasuk bangunan dan tanah yang menjadi tempat usaha.

Pada undang-undang no 3 tahun 2014 disebutkan pula kriteria home industri yaitu:

- a. Industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usahaIndustri rumah tangga: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 1-4 orang, Industri kecil: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 5-19 orang.
- b. Industri menengah yaitu industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) atau paling banyak 10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.Dan jumlah pegawai 20-100 orang.

Home industri dibagi menjadi 2 jenis berdasarkan buku Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Dimulai dari Halaman Masjid karya Nashar yaitu :

- Produk yang dihasilkan
- Proses produksi barang

1.1.5 UMKM Manding

Manding Bantul, Yogyakarta ialah sebuah pusat karya seni berbahan dasar kulit yang sangat terkenal bahkan hingga mancanegara. Manding memulai kejayaannya di tahun 1957 denga sang pelopor yaitu Retno dan 2 temannya. Pada saat itu manding menjadi eksportir pertama dikarenakan pembelinnya merupakan warga dari mancanegara seperti India, Belgia, dan Autralia. Manding semakin dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara, tetapi mengalami pasang surut dengan titik terendah saat gempa jogja 2006 dan pandemi covid-19 di tahun 2020.



sumber data : https://data.bantulkab.go.id

Berdasarkan data dari satu data bantul ditemukan pengunjung yang sempat meningkat di tahun 2022 tetapi hanya 113 pengunjung di setiap minggunya dan turun drastis kembali di tahun 2023 dengan total 24.

Berdasarkan data dari satu data bantul ditemukan pengunjung yang sempat meningkat di tahun 2022 tetapi hanya 113 pengunjung di setiap minggunya dan turun drastis kembali di tahun 2023 dengan total 24. Dari data di internet yang beredar di temukan penuturan dari para pedangan bahwa pada tahun 2021 Manding terbilang sangat sepi bahkan beberapa pedangang memilih untuk menjual kios dan memberhertikan para pekerjanya. Disaat musim liburan pun kondisi masih sama dan tidak berubah. Kegiatan ekspor di tahun 2021 juga berhenti secara total, pengrajin kecil yang pada umumnya memiliki omset 50.000 di setiap harinya kini turun menjadi 10.000. Pada 2019 didirikan sebuah Museum Kerajinan Kulit Manding yang didirikan oleh kelompok sadar wisata Manding. Pada museum ini disajikan alat-alat yang digunakan untuk mengolah kerajinan kulit manding juga membuka kelas bagi pengunjung untuk membuat kerajinan kulit mudah seperti dompet dan ikat pinggang.

Museum dibuka mulai pukul 08.00 hingga 17.00 dengan tiket gratis namun sayangnya, museum masih sangat sepi dikarenakan tempatnya yang kecil dan kurang menarik. Berdasar berita yang tersebar pengrajin kulit asli warga Manding sudah jarang dan sangat berkurang, pada tahun 2007 ada sebanyak 20 orang sedang saat 2021 tersisa 10 orang. Saat ini jumlah penjual di Manding hanya tersisa 27 toko. Sebagian sisanya kini tidak lagi aktif dan sebagian menjual rukonya.



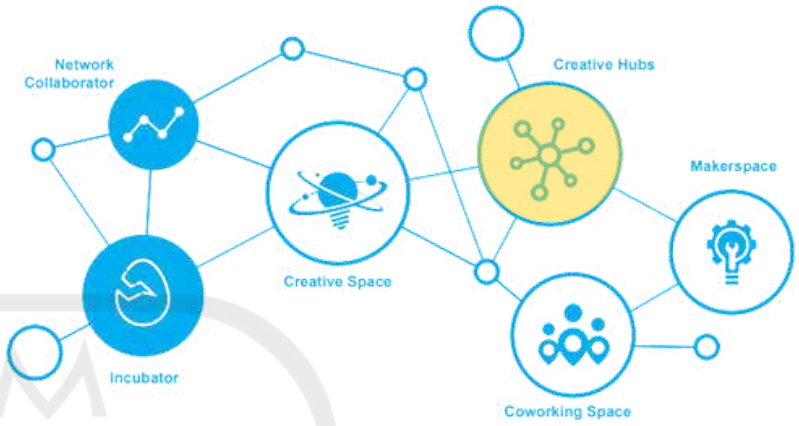
Sumber data: dokumentasi Penulis, 2024

27 toko yang kini tersisa umumnya terbagi menjadi 2 jenis ruko yaitu besar dan kecil. Ruko besar biasanya memiliki luasan sekitar 45 m2 dengan nama brand yang telah dikenal masyarakat seperti Edward, Eny N Leather, dan Astraea. Ruko besar umumnya memiliki ketersedian sekitar 100 barang dengan tas menjadi barang terbanyak. **Ruko kecil umumnya berukuran sekitar 15 m2,** ruko berukuran kecil ini lebih banyak ditemukan dibandingkan ruko besar. Barang yang dijual umumnya berasal dari pengrajin yang sama namun dengan merk yang sesuai dengan nama tokonya. Barang barang ini berupa tas, dompet, gantungan kunci, ikat pinggang, dan barang lainnya. Berdasarkan wawancara dengan pengurus Museum Kerajinan Kulit Manding didapatkan fakta berupa permasalahan utama yang dialami 4 tahun terakhir ialah peminat kerajinan kulit yang semakin menurun dikarenakan maraknya tas buatan luar negeri dengan merk yang terkenal. Hal lain yang juga dirasakan ialah penjualan online tanpa pajak yang menyebabkan penjualan di toko semakin sepi pengunjung.

Kerajinan Kulit Manding didapatkan fakta berupa permasalahan utama yang dialami 4 tahun terakhir ialah peminat kerajinan kulit yang semakin menurun dikarenakan maraknya tas buatan luar negeri dengan merk yang terkenal. Hal lain yang juga dirasakan ialah penjualan online tanpa pajak yang menyebabkan penjualan di toko semakin sepi pengunjung. Lahan parkir juga menjadi permasalah Manding sedari awal. Sejak tahun **1967 Desa Wisata Manding telah merencanakan perancang sebuah ruang besar yang mampu menampung para pengrajin juga pengiat retail,** tetapi permasalahan menjadi penghambat utama. Sebagai bentuk merealisasikan rencana tersebut, para pengurus Manding membuat 2 bangunan yang digunakan sebagai ruang pertemuan bagi pengunjung dalam skala besar, mereka juga membuat klinik kesehatan bagi para pengrajin kulit. Dalam wawancara yang dilakukan, para penjual mengeluh adanya penjualan online yang disalah gunakan oleh oknum-oknum. Pada tahun 2020 pemerintah telah menghimbau dan memberikan sosialisasi terkait penjualan online, tetapi hal ini kemudian dimanfaatkan bagi para oknum untuk mengambil keuntungan pribadi dengan pemesanan khusus di pengrajin yang kemudian dijual di situs online.

1.1.6 *Creative Hub*

Creative hub merupakan kata dalam bahasa inggris yang jika di terjemahkan memiliki pengertian berupa pusat kreatif yang merupakan dasar pokok dari daya cipta. Secara fisik creative hub merupakan sebuah tempat dengan gabungan ruang yang mencangkup para penggiat seni dalam sebuah komunitas. Fungsi dari creative hub ini ialah untuk menambah jaringan pengetahuan, pertemanan, dan pemikiran. Fungsi lainnya ialah menjadi wadah untuk mengembangkan industri kreatif, ruang bagi pekerja seni untuk menunangkan ide dan berbisnis, bahkan dapat digunakan untuk berbagi kemampuan dan belajar bersama. Berdasarkan penjelasan diatas, creative hub menjadi sebuah ruang yang sesuai dengan kebutuhan Manding. Dengan fungsi mengembangkan industri kreatif tentu sesuai dengan Manding yang ingin mengembalikan masa kejayaannya. Ruang besar yang menyatukan bagi para penggiat seni untuk berkarya menjadi cita-cita manding yang telah direncanakan sejak 1967. Jumlah pengrajin Manding yang menyusut tentu membutuhkan sebuah ruang yang dapat menarik minat bagi pengunjung untuk mencoba langsung cara membuat yang kemudian diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengrajin.



sumber data: Enabling Space: Making Creative Space in Indonesia

Menurut British Council's Mapping Creative Hub in Indonesia, Creative hub dibagi menjadi 3 bentuk berdasarkan fungsinya:

- *Creative Space* ; Ruang yang bergerak pada bidang seni dan budaya dengan penggerak berupa individu atau komunitas seni yang bertujuan menciptakan ruang untuk membuat dan menampilkan sebuah karya.
- Coworking Space : Memiliki perbedaan fungsi dengan creative space, coworking space tidak hanya menyediakan ruang fisik untuk bekerja tetapi juga menjadi wadah antar individu dan komunitas dalam menciptakan produk.
- Markerspace : Berbentuk serupa dengan coworking space namun, markerspace memiliki fasilitas peralatan yang lebih lengkap dibanding coworking space yang hanya berupa peralatan kantor

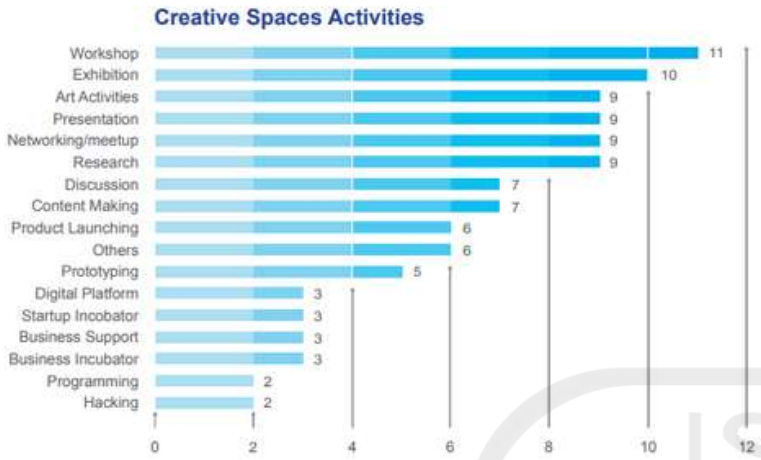
British Council's Mapping Creative Hub in Indonesia juga membagi creative hub berdasarkan bentuknya yaitu :

- Studio

Kumpulan individu atau usaha dalam skala kecil dengan ruang kerja berupa co-working space

- *Centre*

Bangunan skala besar dengan dengan fasilitas penunjang di dalamnya (cafe, toko, ruang pameran, bioskop)



sumber data: Enabling Space: Making Creative Space in Indonesia

Centre umumnya banyak ditemukan dimasa seperti saat ini, sebuah ruang seni yang terbentuk akibat adanya komunitas kini mulai merambah menjadi ruang bisnis yang sangat berkembang dan menarik perhatian. Dengan perancangan centre kebutuhan ruang suatu komunitas yang membutuhkan ruang produksi, workshop, dan aktivitas kreatif lainnya akan terpenuhi juga akan terfasilitasi dengan penunjang lainnya seperti cafe, toko yang menjual hasil produksi, rumah makan, dan ruang ruang komersil lainnya.

- *Network*

Kelompok bisnis yang tersebar dan terhubungan dengan jaringan tertentu bersarkan sebuah faktor

- Cluster

Kelompok pribadi kreatif dalam sebuah titik geogratis

- Online Platform

Creative hub dengan metode online seperti web dan media sosial

- Altenative

Creative hub yang terfokus pada percobaan sebuah area, komunitas, dan keuangan yang baru

Creative hub diatas memiliki 2 jenis wujud yaitu fisik pada creative hub studio dan centre, sedangkan non fisik pada network, cluster, online platform, dan alternative.

Selain jenis di atas, di Indonesia juga terdapat jenis creative hub lainnya yaitu :

- Taman Budaya

Ruang dengan konsep outdoor dan indoor yang digunakan sebagai tempat budaya dan aktivitas seni lainnya yang umunya digunakan oleh lembaga formal dan aktor nasional

- **Sanggar**

Sanggar merupakan sebuah workshop tradisional yang digunakan untuk workshop, pelatihan, dan pembelajaran juga terdapat ruang pentas didalamnya.



Sumber data: google, 2024

Sanggar biasanya di identik dengan seni dan bangunan tradisional. Sanggar yang sangat umum ditemukan ialah sanggar tari, rias, dan theater. Saat ini bangunan sanggar yang terkesan kuno mulai banyak diwarnai dengan corak modern untuk menambah daya tarik tapi dengan tidak kehilangan jati dirinya.

- Gelanggang Olahraga Remaja

Ruang indoor yang umunya digunakan untuk olahraga dan acara musik dengan pengguna berupa remaja dan lokasi di tengah kota.

Tanpa kegiatan kreatif di dalamnya, pusat kreatif hanya berupa ruang kosong yang tidak bernilai. Dalam hal ini, warga Manding diharap menjadi hal terpenting dalam kegiatan ekonomi kreatif di dalamnya. Sebagaimana nantinya diharapkan, dengan adanya creative hub ini, mampu menaikkan nilai-nilai ekonomi.

Tren saat ini yang menciptakan sebuah ruang dengan pelaku-pelaku ekonomi kreatif di dalamnya menjadi faktor utama creative hub menjadi kembali banyak dibicarakan. Maka dari creative hub ini tidak hanya menjadi wadah kegiatan kreatif tetapi juga mampu mengembangkan perekonomian dnegan tempat yang layak dan promosi yang berjalan.



sumber data: CNN Indonesia, 2024

1.1.7 Creative Placemaking

Placemaking diartikan sebagai sebuah prinsip dalam perancangan yang menekankan pada pembentukan ruang, yang mengutamakan interaksi antar manusia dan bangunan, serta interaksi bangunan dengan konteks lingkungannya (Rapaport, 1998). Kualitas ruang dengan kualitas manusia harus seimbang dengan ruang public menjadi konsep utama placemaking. Bagaimana placemaking mampu merubah suatu fungsi utama dari sebuah lingkungan menjadi lingkungan baru yang dapat beradaptasi dengan kebutuhan. Creative Placemaking merupakan turunan dari placemaking. Fungsi dari creative placemaking ialah membuat lingkungan lebih berwarna dan memiliki andil dalam kehidupan. Identitas suatu titik geografis dapat ditonjolkan dan dibanggkan.

Placemaking ialah suatu penghubung antara manusia dengan lingkungan. Tujuan dari creative placemaking ialah membuat sebuah ruang menjadi lebih bermakna yang disebabkan oleh kegiatan kreatif di dalamnya. Terdapat 3 indikator keberhasilan dalam pendekatan creative placemaking yaitu :

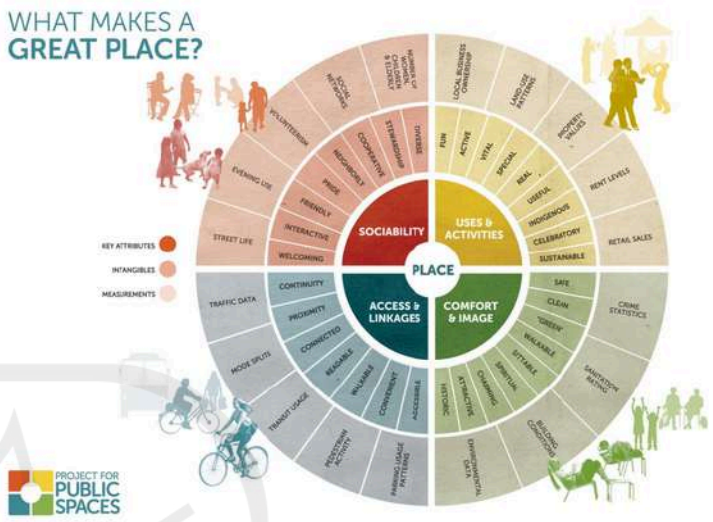
- Social Opportunity

Social opportunity merupakan potensi di lingkup sosial berupa seni dan kebudayaan yang menjadi sasaran dari creative placemaking physical form. **Isu yang ada berupa dibutuhkannya ruang baru bagi pekerja kreatif. Maka hal ini bisa diselesaikan dengan ruang baru dengan fasilitas ruang ruang yang dibutuhkan.**

- Physical Form

Physical form merupakan bentuk fisik yang menampung kreatifitas masyarakat. Seperti dalam buku D.K.Ching yaitu berupa bentuk, ruang dan tatanan yang mengatakan bahwa antar elemen saling berhubungan element tersebut ialah ruang, struktur, dan keberdekatan :

1. Pola organisasi, hubungan, kejelasan, hirarki
2. Definisi spasial dan citra bentuk
3. Kualitas bentuk, warna, tekstur, skala, dan proporsi



sumber data: archdaily, 2024

perancangan ini dirancangan untuk memenuhi kebutuhan warga Manding, maka ruang baru ini diharapkan sesuai dengan ke-khas-an Manding. Fokusnya akan berhubungan dengan social opportunity tetapi tidak boleh lepas dari ciri khas Manding.

- Quality Place

Quality Place bermakna tempat yang memiliki kualitas untuk membuatnya lebih bermakna. Wyckoff menuliskan terdapat tolak ukur terhadap kuliatas sebuah tempat dalam tulisannya Definition of Placemaking yaitu:

1. Keselamatan
2. Terkoneksi dan Integrasi
3. Menyambut atau Menerima
4. Pengalaman Lokal
5. Kemudahan Akses

Quality of Place merupakan kuliatas ruang yang menjadi target dalam meciptakan rasa sebuah tempat. Dalam hal ini yang diperlukan ialah koneksi dan integrasi untuk memudahkan pengguna. Juga visitabilitas sebagai standart keamanan dan kenyamanan.

1.1.8 Kulit

Kulit sapi menjadi trend utama dalam pembuatan produk dengan bahan dasar kulit. Produk seperti dompet, tas, dan sepatu menjadi lebih terkesan elegan. Terdapat beberapa jenis kulit sapi yang digunakan untuk pembuatan tas, antara lain

1. Kulit Nabati

Jenis kulit ini merupakan kulit sapi yang ramah lingkungan dan di proses secara alami dan tidak ada bahan kimia yang diguanakan selama proses penyamakan.



Kulit ini cenderung kaku dan berwarna merah muda. SIfat kaku ini merupakan kelemahan dari kulit ini. Namun, kelebihan dari kulit ini termasuk murah dan mudah ditemukan juga di berbagai tempat

2. Kulit Pull Up

Kulit ini merupakan jenis paling dikenal dan banyak idgunakan sebagai bahan baku utama pembuatan *leather goods.*



Berbeda dengan kulit nabati, kulit ini diproses dengan bahan kimia dengan sifat lebih lentur sehingga banyak digunakan untuk pembuatan tas kulit.

3. Kulit Suede

Bertekstur serabut dan lembut saat disentuh, hal ini di akibatkan dari kulit yang diolah merupakan kulit bagian dalam.



Proses pembuatannya dengan diamplas dan disikar sehingga berbulu dan halus. Namun, suede memiliki kekurangan yaitu mudah kotor dan berubah warna saat terkena air

4. Kulit Full Grain

Jenis ini mudah dibedakan karena teksturnya yang tidak merubah struktur aslinya. Pori-pro terlihat jelas dan terlihat natural.



Proses penyamakan hanya dilakukan dengan finishing yang ringan dengan penambhan anilin dalam jumlah kecil.

5. Kulit Nubuck

Jenis ini berbentuk mirip dengan suede tetapi dengan permukaan berserat dan tekstur yang lembut.



Pada prosesnya dilakukan amplas dan sikat sebagai finishing sehingga teksturnya menjadi halus dan rata. Proses ini berlangsung lama dan membutuhkan kecermatan tinggi

6. Kulit Krom

Kulit ini merupakan jenis dengan harga termahal, dikarenakan proses pembuatannya yang rumit. Ciri khasnya berupa permukaan halus, licin, dan mengkilap dan warna lebih terang.



Memiliki kenuntungan berupa sangat lentur dan mudah diolah, juga lebih mudah dibersihkan

Tas dengan brand ternama umumnya menggunakan jenis kulit krom dan full grain, yang membuat mereka berbeda dengan tas brand lokal yang umumnya menggunakan kulit nabati.

1.2 PERNYATAAN MASALAH

1.2.1 Permasalahan Umum

Bagaimana merancang Creative Hub Seni Kulit Manding dengan pendekatan Creative Placemaking?

1.2.2 Permasalahan Khusus

1. Bagaimana menata tata ruang bangunan yang mampu mengimplementasikan creative hub dengan pertimbangan ruang produksi, ruang retail, ruang edukasi, ruang pameran, juga fasiltas penunjang lainnya sesuai dengan kegiatan kreatif didalamnya?
2. Bagaimana merancang tata masa bangunan yang sesuai dengan kebutuhan creative hub berdasarkan kegiatan kreatif didalamnya?

1.2.3 Tujuan

Merancang Creative Hub Seni Kulit Manding dengan pendekatan Creative Placemaking?

1.2.4 Sasaran

1. Menata tata ruang bangunan yang mampu mengimplementasikan creative hub dengan pertimbangan ruang produksi, ruang retail, ruang edukasi, ruang pameran, juga fasiltas penunjang lainnya sesuai dengan kegiatan kreatif didalamnya
2. Merancangan tata masa bangunan yang sesuai dengan kebutuhan creative hub berdasarkan kegiatan kreatif didalamnya

1.3 METODE UJI DESAIN

1.3.1 Ceklis Variabel Creative Placemaking

Melakukan ceklis dari variabel Creative Placemaking yang merespon 3 aspek utama.

1.3.2 Uji Kelayakan Desain

Pemberian kuisioner kepada para penggurus, pengrajin, penggiat retail untuk merancang tata ruang dan tata masa pada *Creative Hub* yang dirancangan

1.4 METODE PERANCANGAN

Perancangan Creative Hub didasari oleh isu retail Seni Kulit Manding yang menurun juga potensinya yang sangat besar. Dengan isu diatas dapat diselesaikan dengan menciptakan sebuah wadah baru yang dapat digunakan untuk menarik wisatawan dengan tujuan mengembalikan kejayaan Manding. Perancangan ini dihrapkan sesuai dengan identitas Manding juga sesuai dengan kebutuhan ruang-ruang yang diperlukan. Makan dengan perancangan di atas pendekatan yang sangat sesuai ialah Creative Placemaking.

Dalam Creative Placemaking terdapat 3 variabel berupa :

A. Sosial Opportunity

potensi di lingkup sosial berupa seni dan kebudayaan yang menjadi sasaran dari creative placemaking physical form. **Isu yang ada berupa dibutuhkannya ruang baru bagi pekerja kreatif. Maka hal ini bisa diselesaikan dengan ruang baru dengan fasilitas ruang ruang yang dibutuhkan.**

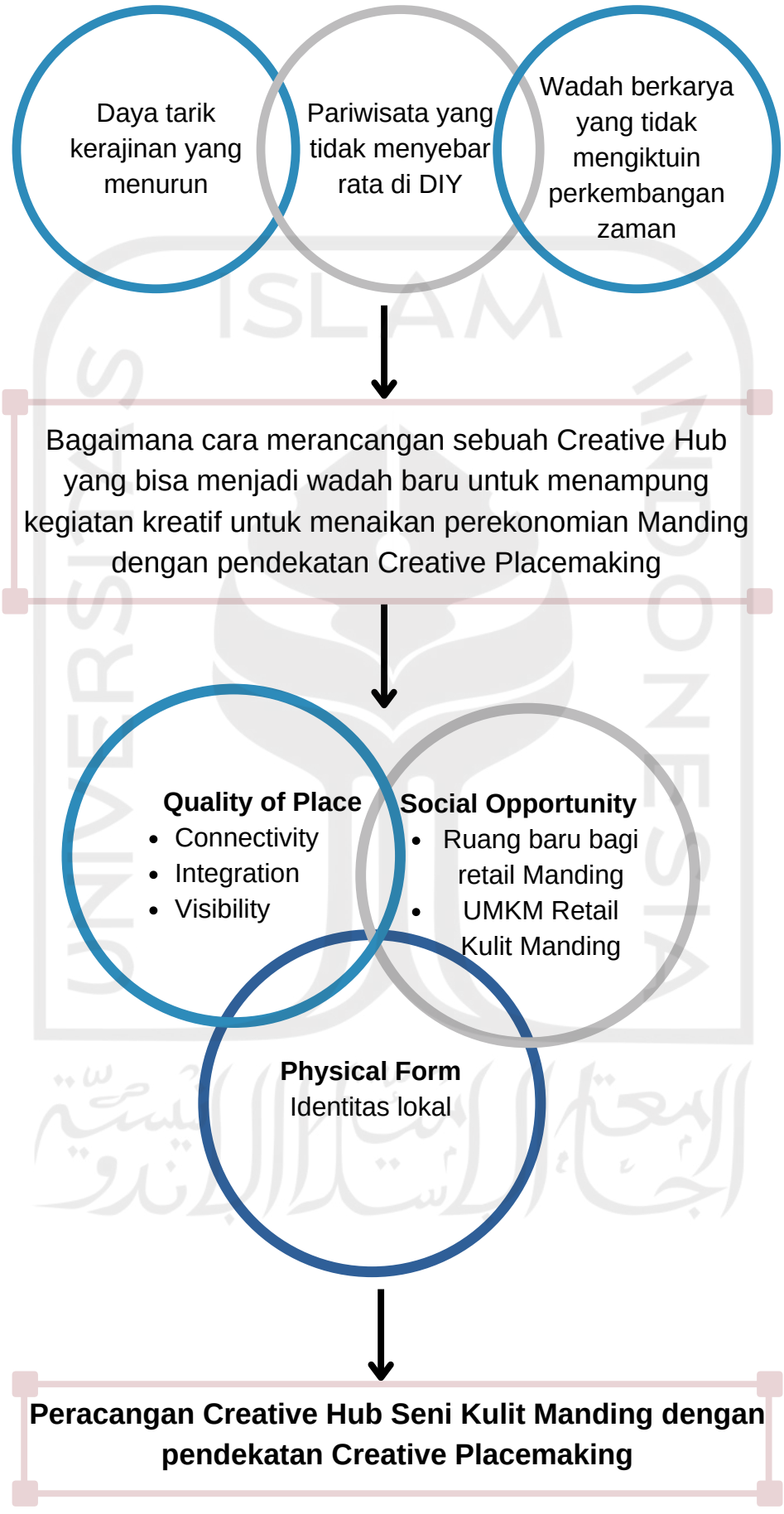
B. Physical Form

Bentuk fisik yang menampung kreatifitas masyarakat. Seperti dalam buku D.K.Ching yaitu berupa bentuk, ruang dan tatanan yang mengatakan bahwa antar elemen saling berhubungan element tersebut ialah ruang, struktur, dan keberdekatan. **Perancangan ini dirancangan untuk memenuhi kebutuhan warga Manding, maka ruang baru ini diharapkan sesuai dengan ke-khas-an Manding.**

C. Quality Place

Quality of Place merupakan kuliatas ruang yang menjadi target dalam meciptakan rasa sebuah tempat. Dalam hal ini yang diperlukan ialah koneksi dan integrasi untuk memudahkan pengguna. Juga visitabilitas sebagai standart keamanan dan kenyamanan. **Perancangan ini dirancang untuk mengaikatkan antar ruang yang berhubungan juga menciptakan kenyamanan di dalamnya.**

1.5 PETA PEMECAHAN PERSOALAN



1.6 KEUNGGULAN, ORIGINALITAS, DAN KEBARUAN

1.6.1 Keunggulan

Perancangan Creative Hub Seni Kulit Manding dengan pendekatan Creative Placemaking ini menjadi wadah baru bagi penggiat retail, kuliner sekitar, juga pengrajin dengan konsep yang tidak lepas dari ke-khas-an Manding.

1.6.2 Originalitas dan Keterbaruan

JUDUL	PENULIS	INSTITUSI	PERMASALAHAN	PERBEDAAN
Perancangan Ruang Komunitas dengan Pendekatan Creative Placemaking di Tepian Mahakam, Samarinda	Kevin Fadilla Muadzin	UII	Tingginya nilai kenakalan remaja di Samarinda akibat kurangnya wadah untuk menyalurkan emosi dan bakat juga industri kreatif yang meningkat, namun tidak memiliki wadah untuk pemberdayaan.	Perancangan berupa community space bagi remaja yang berlokasi di Samarinda.
Perancangan Pusat Pameran Seni dan Kebudayaan Bantul dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular dan Ruang Terbuka Hijau di Kabupaten Bantul	Pandu Dewanata	UII	Nilai budaya lokal yang menurun	Perancangan berskala besar dengan pendekatan Arsitektur Neo-Vernakular
Perancangan Creative Hub dengan Pendekatan Regionalisme Kritis di Prambanan, Klaten	Fidzin Arsli Muzady	UII	Potensi wisata budaya di Prambanan dan ekonomi kreatif Klaten yang berkembang juga menurunnya nilai kebudayaan yang tergantikan oleh hal-hal modern	Pendekatan perancangan berupa regionalisme kritis yang berlokasi di Prambanan Klaten

E

E E

2.1 KAJIAN LOKASI DAN KONTEKS

2.1.1 DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



sumber data: google, 2024

DIY atau yang biasa dikenal Jogjakarta merupak salah satu daerah setingkat provinsi yang dipimpin oleh seorang Raja secara turun-temurun. Daerah Istimewa Yogyakrta merupakan penggabungan/peleburan Negara Kasultanan Yogyakrta dan Negara Kadipaten Paku Alaman. Berada di bagian selatan Pulau Jawa dengan luas wilayah sebesar 3.186 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 3,689 juta.

Yogyakarta dikenal sebagai salah satu destinasi wisata utama di Indonesia. Budaya dan adat yang kental menjadi ciri khas Jogja, dengan keramahan warga lokal yang menjadi daya tarik Kota Pelajar ini. Pembagian wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu berupa Propinsi D I Yogyakarta, Kotamadya D I Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul, dan Kabupaten Kulon Progo. Daya tarik lain dari kota ini ialah batik dnegan corak khas yang dibuat dengan tangan menggunakan teknik lukis dan cetak.

2.1.2 KABUPATEN BANTUL



sumber data: google, 2024

Merupakan salah satu bagian dari DIY dengan ibu kota Kapanewon Bantul, Luas Bantul sebesar 506,8 km² dengan semboyan Projotmanasari (Produktif-Professional, Ijo Royo-royo, Tertib, Aman, Sehat, dan Asri).

Kabupaten Bantul berbatasan dengan Gunung KIdul di bagian timur, Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman di bagian utara. Kabupaten Kulon Progo di bagian barat dan Samudra Hindia di bagian selatan. Bantul memiliki 57 desa wisata dengan 16 lokasi warisan budaya juga 87 wisata alam. Bantul dikenal dengan Pantai Parangtritis, Hutan Pinus, Kuliner Olahan Kambing, dan banyak hal-hal lain. Bantul juga dikenal dengan kerajinan kulit di Desa Wisata Manding yang sangat berjaya di tahun 2000an.

D D D

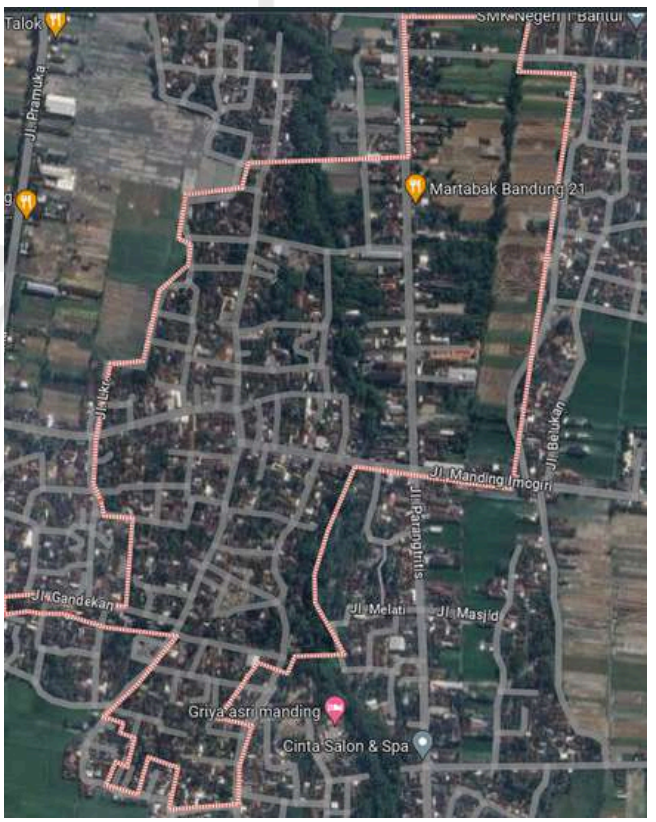
Luas Site : 8.274 m²

Titik Koordinat : -7.894781, 110.352626

Site peracangan kali ini berada di Jl. Parangtritis No.11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, DIY



sumber data: peta satelit yang telah diedit penulis, 2024



sumber data: peta satelit yang telah diedit penulis, 2024

C C

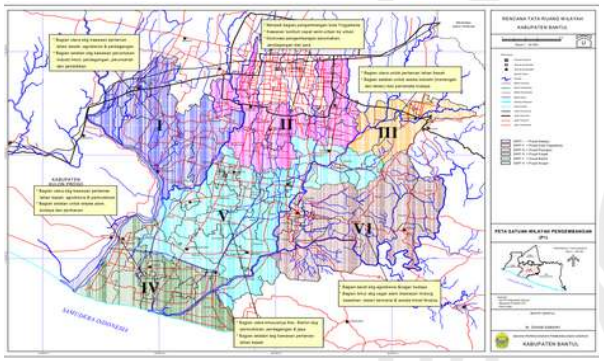
berdasarkan PERDA-04-2011 RTRW 2010-2030 pasal 81 ditetapkan :

KDB = 50% - 70%
KLB = Lebih dari 3 lantai
Sempadan Muka Bangunan =

- jalan kolektor primer minimal 6 meter.
- jalan lokal primer minimal 6 meter.

Sempadan Samping Bangunan =

- bangunan deret sampai dengan ketinggian 3 lantai dapat berimpit.
- bangunan tunggal tidak bertingkat dapat berimpit atau bila berjarak minimal 1,5 meter



sumber data:
dmpt.bantulkab.go.id

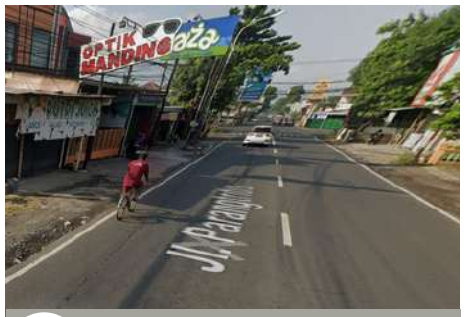


sumber data: peta satelit yang telah diedit penulis, 2024

C C



1 Site Terpilih



1 Jalan Utama Site



2 Area Retail



2 Area Retail



3 Rumah Pengrajin



3 Rumah Pengrajin



4 Museum Manding



4 Museum Manding

2.2 KAJIAN TEMA PERANCANGAN

C C

Tema perancangan adalah “Perancangan Creative Hub Seni Kulit Manding dengan Pendekatan Creative Placemaking”

C C

Secara fisik creative hub merupakan sebuah tempat dengan gabungan ruang yang mencangkup para penggiat seni dalam sebuah komunitas. Fungsi dari creative hub ini ialah untuk menambah jaringan pengetahuan, pertemanan, dan pemikiran. Fungsi lainnya ialah menjadi wadah untuk mengembangkan industri kreatif, ruang bagi pekerja seni untuk menunangkan ide dan berbisnis, bahkan dapat digunakan untuk berbagi kemampuan dan belajar bersama. Creative hub denga centre akan menjadi pilihan kali ini. berisikan 27 penggiat retail, 10 pengrajin, beberapa kuliner lokal, juga fasilitas penunjang lainnya

C C

C C

Isu yang ada berupa dibutuhkannya ruang baru bagi pekerja kreatif. Maka hal ini bisa diselesaikan dengan ruang baru dengan fasilitas ruang ruang yang dibutuhkan.

C C

Perancangan ini dirancangan untuk memenuhi kebutuhan warga Manding, maka ruang baru ini diharapkan sesuai dengan ke-khas-an Manding. Fokusnya akan berhubungan dengan social opportunity tetapi tidak boleh lepas dari ciri khas Manding.

C C C

Quality of Place merupakan kuliatas ruang yang menjadi target dalam meciptakan rasa sebuah tempat. Dalam hal ini yang diperlukan ialah koneksi dan integrasi untuk memudahkan pengguna. Juga visitabilitas sebagai standart keamanan dan kenyamanan.

Dengan pendekatan creative placemaking, maka akan tercipta ruang yang sesuai dengan ke-khas-an Manding. Hal ini disebabkan oleh tujuan creative placemaking yang menggabungkan masyarakat, budaya, ekonomi, juag pertumbuhan komunitas dengan basis lokal sebagai orientasinya.

Pengolahan masa bangunan ini didasarkan oleh 3 aspek yaitu bentuk masa bangunan, jumlah massa bangunan, dan juga organisasi ruang.

1. Bentuk massa bangunan

Menurut D.K. Ching (2008) bentuk dasar bangunan dibagi menjadi 3 yaitu segiempat, segitiga, dan lingkaran. Pemilihan bentuk berdasarkan kebutuhan agar dapat efektif digunakan.

- **Segiempat**



Bersifat formal dan tidak mersudut pada satu titik sehingga terkesan monoton. Ruangan berbentuk segiempat memberikan kesan kebebasan bergerak dan efisien dalam pemakaiannya

- **Segitiga**



Bersifat dinamis dan kompleks, namun terjadi pergerakan yang kurang bebas, arah pandangan pada bangunan berbentuk segitiga tidak tersudut pada satu titik, penggunaan ruang kurang efisien

- **Lingkaran**



Bersifat dinamis dan kebebasan bergerak yang maksimal, pandangan tertuju pada segala arah, namun pemakaian ruang yang tidak efektif

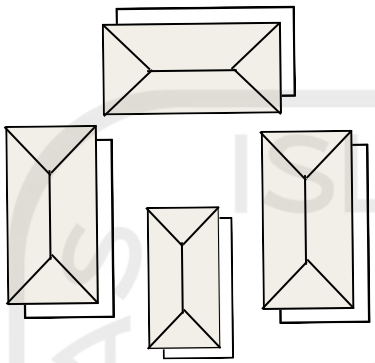
Berdasarkan jenis-jenis bentuk massa diatas, rancangan ini akan memilih bentuk dasar segiempat, dikarenakan dianggap dapat lebih efektif dalam penggunaan ruangnya.

2. Jumlah Masa Bangunan

Menurut D.K.Ching (2208) tata masa bangunan dibagi menjadi 3 yaitu, massa jamak, massa tunggu, dan massa tunggal berbentuk kantung. Pemilihan jumlah massa ini berdasarkan kualitas dan kuantitas bangunan.

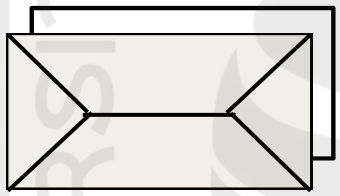
Massa Banyak dan Menyebar

Terkesan bebas dan kurang menyatu, interaksi didalam ruang kurang menyatu. Bangunan dinamis dan orientasi menyebar. Aliran udara lancar dan tingkat kenyamanan tinggi.



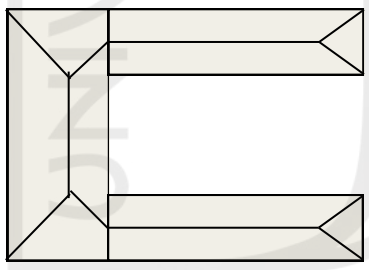
Massa Tunggal

Terkesan formal dan monoton, interaksi dalam bangunan maksimal. Orientasi dalam bangunan terbatas dan aliran udara kurang nyaman



Massa Tunggal Bentuk Kantung

Bangunan terkesan semi formal dengan interaksi yang cukup, bangunan juga terlihat dinamis, orientasi memusat sehingga terkontrol dengan aliran udara cukup



Berdasarkan jenis-jenis jumlah massa, dimungkingkan akan diupil bangunan banyak dan menyebar agar dapat memaksimalkan kenyamanan bangunan

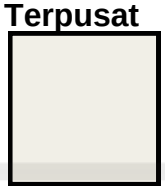
3. Organisasi Ruang

Menurut D.K.Ching (2208) organisasi ruang terbagi menjadi lima, terpusat, linera, radial, cluster, dan grid. Pemilihan berdasarkan jumlah pengguna dan kegiatan di dalamnya.

3. Organisasi Ruang

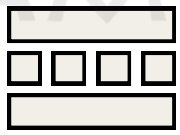
Menurut D.K.Ching (2208) organisasi ruang terbagi menjadi lima, terpusat, linera, radial, cluster, dan grid. Pemilihan berdasarkan jumlah pengguna dan kegiatan di dalamnya.

Terpusat



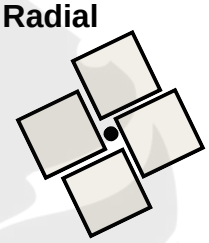
Ruang dominan terpusat dengan sejumlah ruang sekunder. Dimensi ruang ini lebih kecil dan hubungan antar kegiatan kurang kompak.

Linear



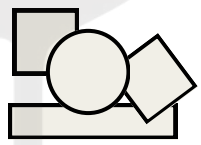
Suatu urutan dan satu garis dan berulang. Bersifat bebas dan menyesuaikan topograsi tapak. Dapat berbentuk lurus, melengkung, juga bersegmen.

Radial



Ruang pusat sebagi acuan ruang lainnya yang berkembang berdasarkan arah jari jari. Ruang ini memadukan linear dengan pusat

Cluster



Ruang-ruang yang berdasarkan kedetakan hubungan dengan ciri yang sama. Dibuat mengikuti fungsi ruang dan bersifat lebih bebas

Grid



Ruang-ruang yang terstuktur da;am tiga dimensi (grid). Ruangan bersifat teratur dan dibagi berdasarkan skala.

Berdasarkan organisasi ruang diatas akan dipiih bentuk terpusat berupa ruang retail yang berbentuk seperti grid dengan ruang-ruang retail.

Dengan ini nantinya, bangunan yang menjadi **wadah baru bagi Manding** berupa **ruang yang berbentuk segiempa**t dengan **beberapa massa bangunan** yang **terpusat dengan bentuk grid** yang merupakan **gabungan ruang-ruang retail** juga dengan **ruang sekunder di sekelilingnya** yang digunakan sebagai **fasilitas penunjang**

2.3 KAJIAN KONSEP FUNGSI BANGUNAN

C C C

1. Ruang Retail

Ruang retail ini digunakan untuk memasarkan produk yang akan diperjual belikan.

2. Kios UMKM Kuliner & Makanan

Pedoman dasar atas kios di pasar ialah tempat stragtegis dalam aksesisibilitas dengan peletalan setiap blok terdiri dari 1 deret kios yang berdekatan.

3. Koridor

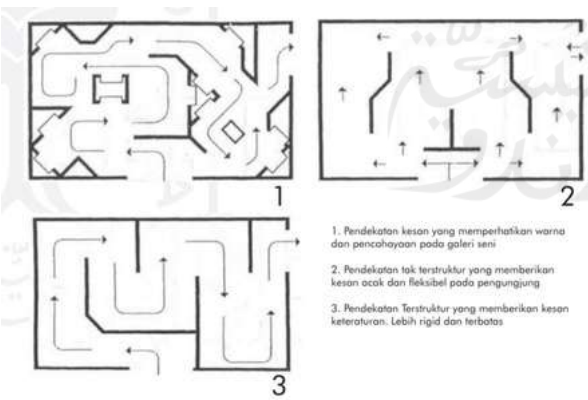
Koridor untuk akses utama memiliki lebar ideal 2-3 meter

C C

1. Ruang Pameran Karya Manding

Ruang pameran ialah ruang yang difungsikan untuk mengkomunikasian dan mempertunjukan sebuah hasil karya seni kepada masyarakat umum. Ruang ini digunakan untuk mempertunjukan hasil karya seni kulit Manding para pengrajin juga siswa.

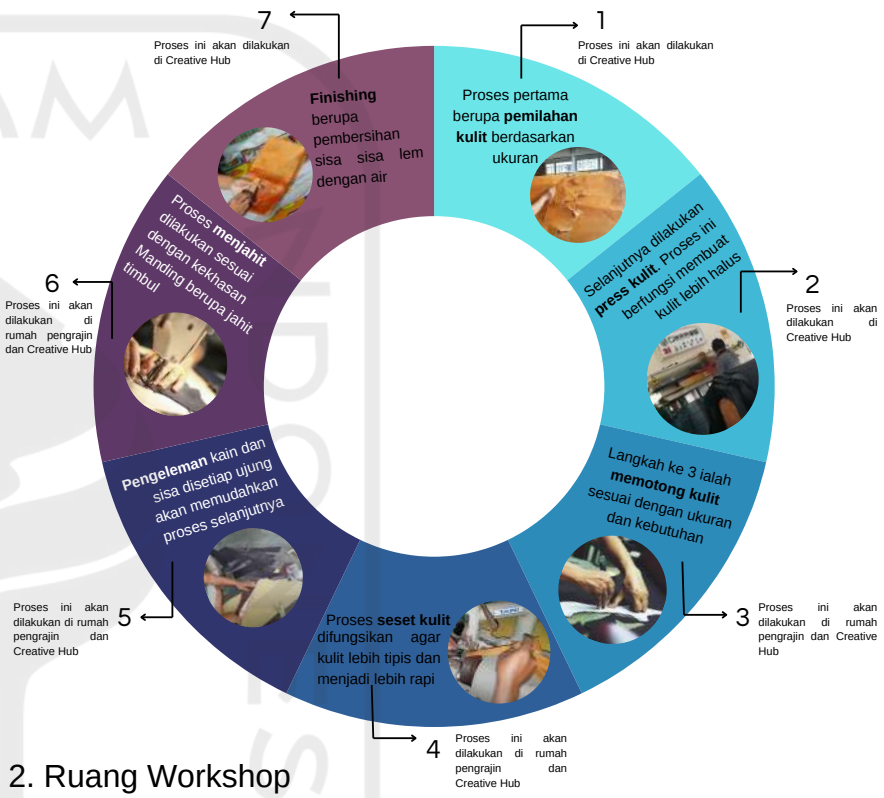
Untuk memberikan kenyamanan pada sudut pandang karya 2 dimensi maupun 3 dimensi. Standar peletakan dan penataan sebuah karya seni dapat dirancang untuk membuatnya terlihat lebih menarik dan nyaman dilihat. Sudut pandang manusia normal terhadap objek adalah 40 derajat di bawah, 70 derajat di atas, dan 30 derajat di bawah, 50 derajat di atas (Ernst Neufert, Data Arsitek).



C C C C C

1. Ruang Pengrajin

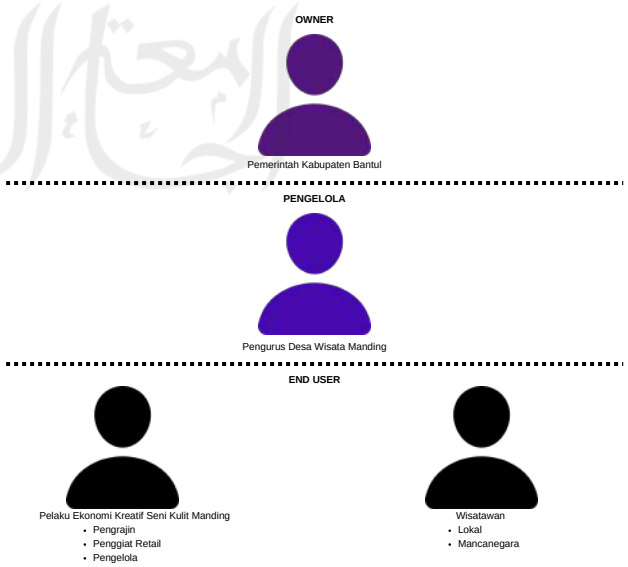
Ruangan ini di fungsikan sebagai tempat para pengrajin Manding untuk melakukan kegiatan didalam creative hub yang disediakan. Sebagian besar proses pembuatannya dapat dilakukan di tempat ini. Proses pembuatan karya seni kulit Manding antara lain sebagai berikut.



2. Ruang Workshop

Ruangan ini di fungsikan sebagai tempat bagi para masyarakat umum yang tertarik dalam pembuatan proses seni kulit Manding dapat mengikuti workshop dan pelatihan di tempat ini.

C C C



2.4 Presedent

2.4.1 Vast Skatepark, Jogja



sumber data: google, 2024

Vast Skatepark merupakan sebuah tempat di Jl. Selokan Mataram, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman. Awal mulanya vast merupakan sebuah toko sepatu one brand sepatu skate yang kemudian diperluas dengan menambahkan area skate yang ramai pengunjung. Melihat peluang yang besar pemilik vast memutuskan untuk membuat bebarapa ruko di sisi timur arena skate, yang saat ini difungsikan sebagai coffeshop, toko baju, restaurant pizza, dan toko-toko menarik lainnya

2.4.2 Cimory On the Valley, Semarang



sumber data: google, 2024

Cimory yang dikenal merupakan sebuah perusahaan minuman kemasan melakukan sebuah ide baru yang menarik berupa sebuah tempat rekreasi yang menyediakan restaurant juga shopping center produk khusus Cimory. Hal ini menjadi hal yang sangat menarik, Cimory memiliki 8 tempat serupa Salah satunya ialah Cimory dairyland on the valley yang berada di Semarang. Tempat ini tidak pernah sepi pengunjung baik di hari biasa maupun di hari libur. Dairy On The Valley menjadi salah satu destinasi wisata tujuan keluarga di Jawa Tengah

2.4.3 La Vallee Village, Paris



sumber data: google, 2024

Berada di 3 Cous de la Garonne, 77700 Serris, atau sekitar 30 kilometer sebelah timur Paris, tempat ini menjadi salah satu destinasi wajib wisatawan pecinta barang branded. Beberapa brand besar seperti Chanel, Prada, Louis Vuitton, Givenchy, Balenciaga, Burberry, Dior, Roberto Cavalli, Lacoste, Hermes, Gucci dan Hugo Boss. La Vallee Village memiliki desain unik yang berbentuk pedesaan dengan toko-toko berbentuk rumah yang vintage dengan warna pastel. Mereka juga menyediakan rumah makan yang berjejeran dengan fungsi sebagai food court sehingga dapat membuat pengunjung merasa terfasilitasi.

2.4.4 Simpul Space

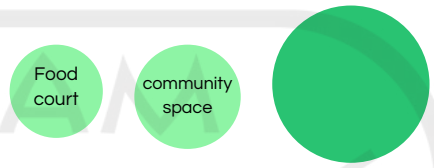
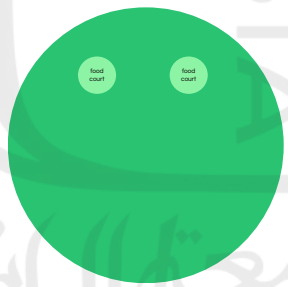
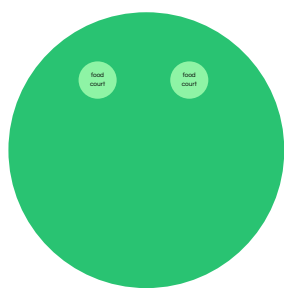


sumber data: google, 2024

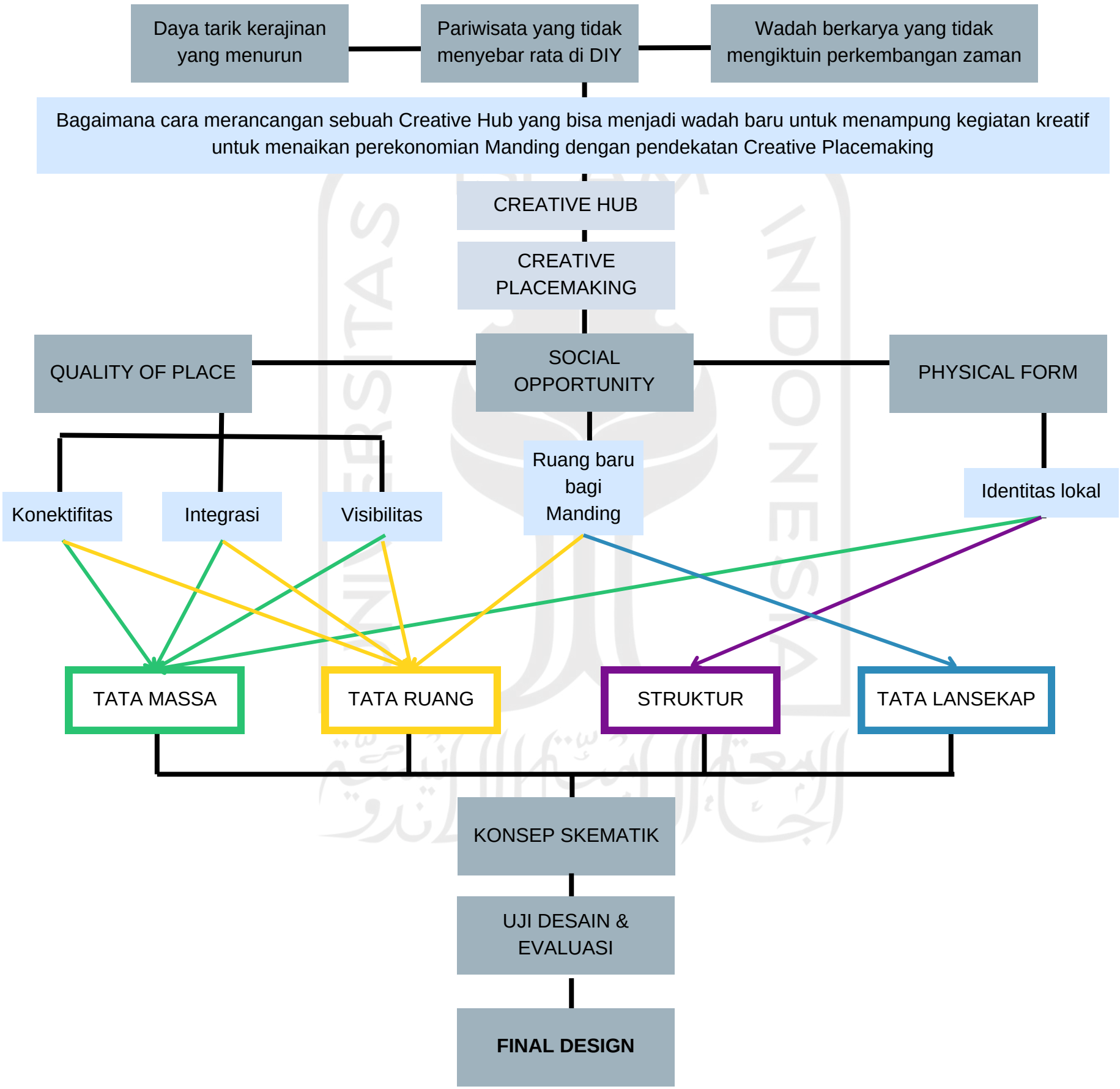
Simpul space berlokasi di Jalan Braga no 3, Bandung. Lokasi strategis ini di manfaatkan sebagai tempat Bandung Creative City Forum ntuk berkembang. BCCF merupakn gabungan dari 50 individu penggerak kreatifitas di Kota Bandung. Pada Simpul Space disediakan fasilitas penunjang berupa coffeshop, ruang retail, ruang baca, ruang pameran, hingga ruang berkarya. BCCF didirikan pada tahun 2008 dengan Ridwan Kamil yang merupakan seorang arsitek dan walikota bandung (2013-2018) sebagai ketua. Tujuan dari forum ini ialah melestarikan budaya jawa barat yang sudah mulai memudar. Saat ini BCCF menjadi salah satu perhatian masyarakat dikarenakan dianggap mampu mengubah sisi kreatifitas kota Bandung menjadi lebih dikenal.

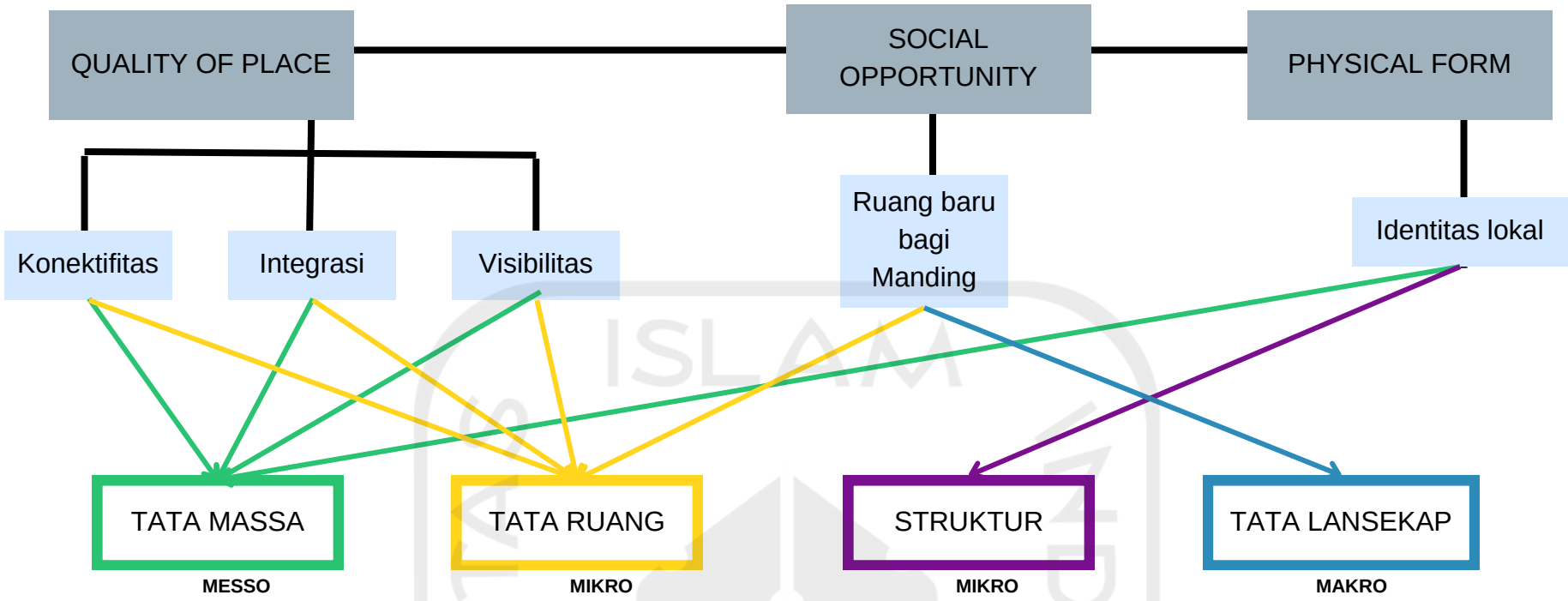
2.4.5 Lesson Learn Presedent

Berdasarkan beberapa presendent yang telat di jelaskan, ditemukan lesson learn yang dapat diambil berupa:

NO	PROYEK	TATA RUANG	Zona	Arsitektural
1	**Vast Skatepark, Jogja**	Ruang utama berupa retail, didukung fungsi pendukung menggunakan produk yang dijual		Fasilitas pendukung yang disediakan menjadi daya tarik bagi pengunjung sehingga mampu membuat peningkat minat pada produk yang di jual
2	**Cimory On the Valley, Semarang**	Ruang utama berupa pabrik besar, dilanjutkan dengan penjualan experience bagi pengunjung		Fasilitas pendukung digunakan untuk meyakinkan konsumen akan produk yang di jual juga menyediakan experience baru bagi pengunjung
3	**La Vallee Village, Paris**	Ruang utama berupa retail dengan menawarkan experience khas Paris		Suasana yang dibangun menjadi daya tarik bagi pengunjung
4	**Simpul Space, Bandung**	Ruang utama merupakan ruang pameran dan workshop pagi penggiat seni		Adanya fasilitas pendukung membuat bangunan menjadi lebih terbuka bagi pengunjung yang tidak tertarik pada seni.

2.5 Peta Persoalan




QUALITY OF PLACE
SOCIAL OPPORTUNITY
PHYSICAL FORM
Konektifitas
Integrasi
Visibilitas
Ruang baru bagi Manding
Identitas lokal
TATA MASSA
MESSO
TATA RUANG
MIKRO
STRUKTUR
MIKRO
TATA LANSEKAP
MAKRO

Ekpolasi konsep Makro **Tata Landskap** berdasarkan **Social Opportunity** berupa **Ruang Baru Bagi Seni Kulit Manding**





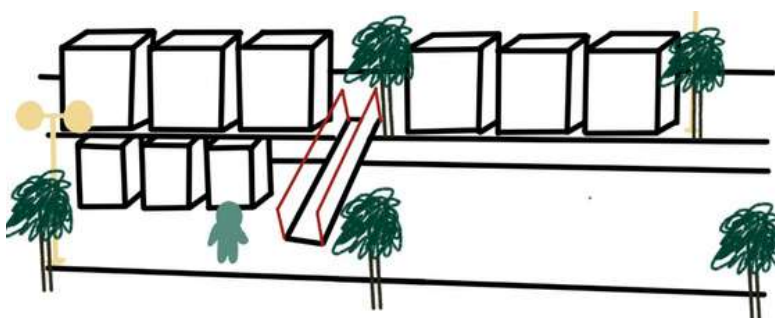
Penataan landskap pada proyek ini dilakukan berdasarkan peluang peluang yang ada, adanya peluang besar di Manding yang tergeser akibat faktor-faktor ekstenal. Maka adanya ruang baru yang dapat memberikan fasilitas dan suasana baru akan mengembalikan kejayaan Manding.

Penataan ruang retail dibuat berundak agar dapat diakses dan diliat secara keseluruhan dari entrace.

Ruang yang berkaitan dibuat berdekatan



Merancang landskap dengan konektivitas dan intregasi dengan akses yang bisa menjangkau seluruh bagian massa (Project For Public Space, 2007)

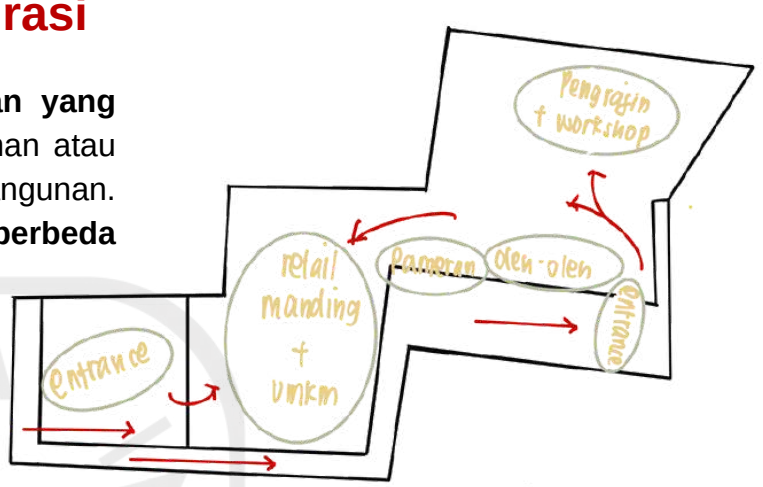


Sesuai dengn Permen PU, 2018 adanya ketentuan untuk menyediakan fasilitas keamanan, vegetasi, street furniture, juga ramah difabel

Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Konektifitas dan Integrasi**

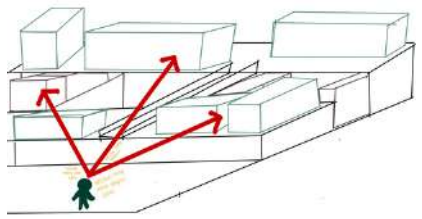
Konektifitas berdasar tata masa yaitu, **Menyatukan kegiatan satu dengan yang lainnya**, karakteristik dari konektifitas ialah adanya penghubung antar bangunan atau ruang. Pada hal ini adanya konektor yang menghubungkan antar massa bangunan. Secara **integrasi** penataan tata massa, yaitu **menggabungkan fungsi berbeda dengan tujuan meningkatkan efesiensi.**

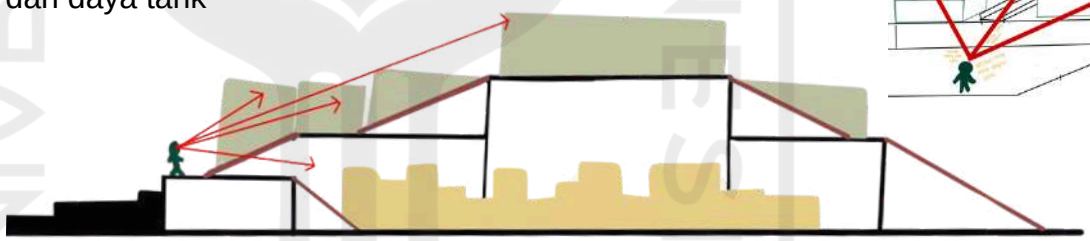
sisi selatan site diberi jalan untuk akses kendaraan sehingga dapat lebih mudah dalam menyesuaikan kepentingan



Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Visibilitas**

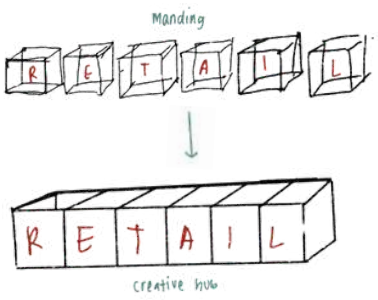
Pada perancangan ini konsep tata masa berdasarkan **visibilitas** direalisasikan dengan bangunan yang **dibuat berundak** dengan memanfaatkan **lantai ruang atas dan bawah** dengan maksimal, pengen **puncak lantai** digunakan untuk **ruang pameran** untuk meningkatkan minat dan daya tarik



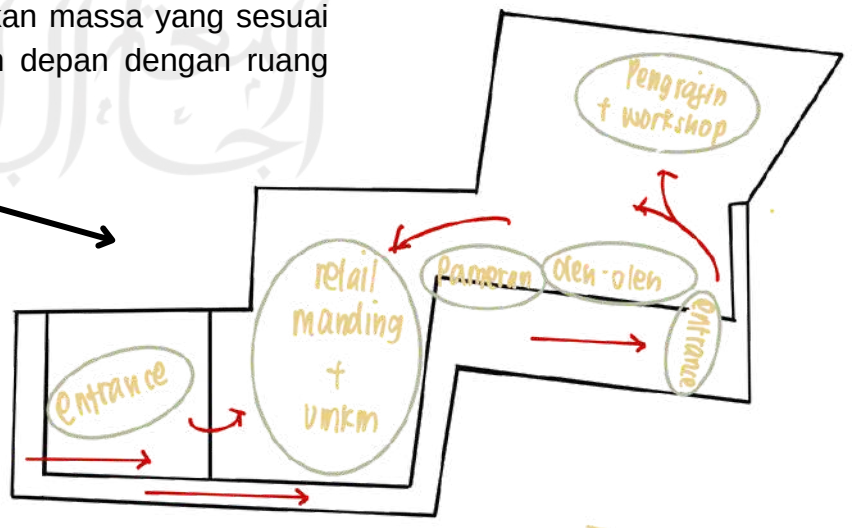


Ekpolasi konser Messo **Tata Massa** berdasarkan **Physical Form** berupa **Identitas Lokal**

Identitas lokal pada bangunan creative hub di tonjolkan dengan peletakan massa yang sesuai dengan kondisi eksisting, ruang retail dibuat berjejer dibagian dengan depan dengan ruang pengrajin di bagian belakang.





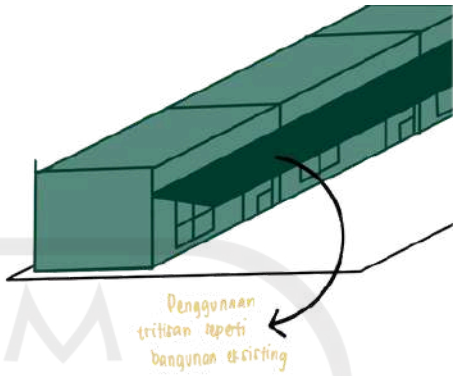


Eksplorasi konser Mikro **Struktur** berdasarkan **Physical Form** berupa **Identitas Lokal**

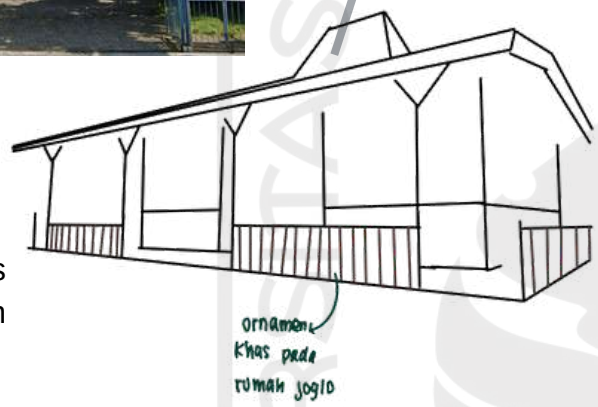


Penggunaan Atap Bata

Penggunaan Dinding Batu Bata



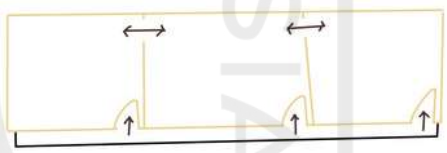
Ornamen Khas Jawa dengan material kayu



Penggunaan struktur pada bangunan kali ini sesuai dengan konsep yaitu sesuai dengan identitas lokal yang ada.
Bangunan eksisting umumnya menggunakan struktur rumah pada umumnya, dengan ditambah ornamen ornamen kayu. Ornamen angunan eksisting juga dibuat menyerupai bentuk joglo

Ekpolasi konser Mikro **Tata Ruang** berdasarkan **Quality Of Place** berupa **Konektifitas dan Integrasi**

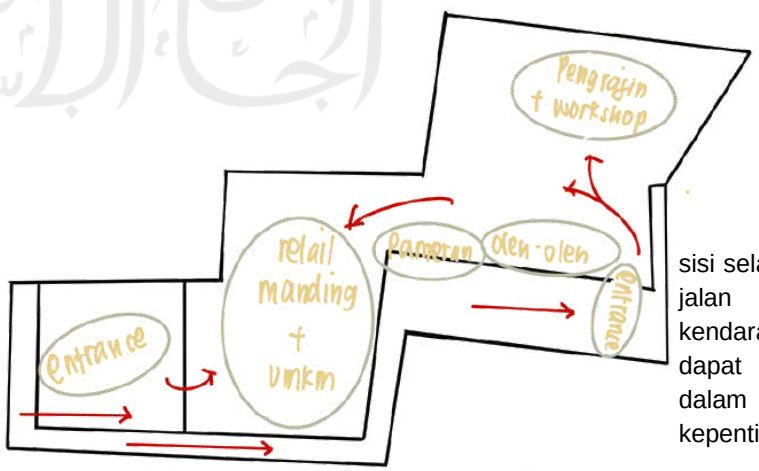
Penataan ruang semi open space dapat memaksimalkan konektivitas dan integritas (Askarizad, Safari, 2019).



adanya connecting door antara ruang retail

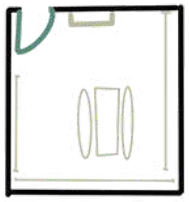
Ekpolasi konser Mikro **Tata Ruang** berdasarkan **Social Opportunity** berupa **Ruang Baru Bagi Manding**

Pembuatan ruang bagi retail Manding jg menjadi penilaian dari penataan ruang. Menurut Wyckoff, 2012 perlunya menyediakan ruang bagi pelaku industri kreatif dengan tujuan menawarkan jasa dan produknya sebagai *activity generator*. Pembuatan ruang yang maksimal dan sesuai dengan kebutuhan eksisting, juga sesuai dengan kaidah seperti dibuat terbuka sehingga pengguna dapat saling bersosialisasi dan bertumpuh (Kyle, 2018)

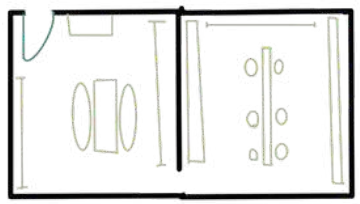


sisi selatan site diberi jalan untuk akses kendaraan sehingga dapat lebih mudah dalam menyesuaikan kepentingan

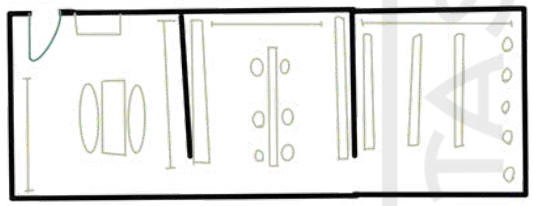
Ekpolasi konser Mikro **Tata Ruang** berdasarkan **Quality Of Place** berupa **Visibilitas**



Retail 1 Lantai umumnya merupakan toko kecil pada eksisting berukuran 15 m2 yang menjual barang-barang kecil seperti gantungan kunci dan lain-lain

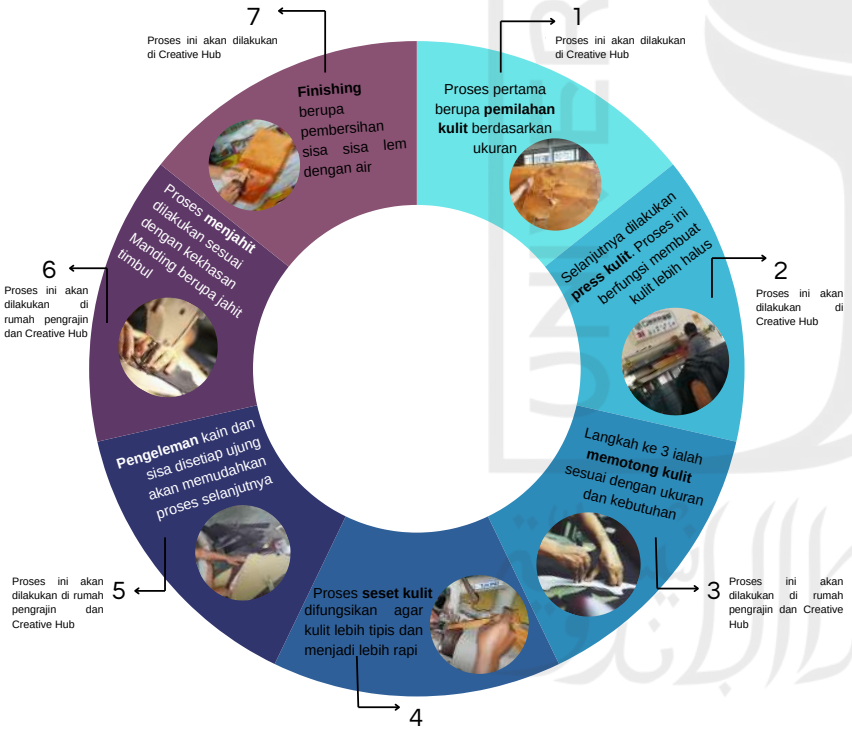


Retail 2 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 30 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah sedang



Retail 3 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 45 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah banyak yang dilengkapi fasilitas dapat melakukan pemesanan khusus (custom)

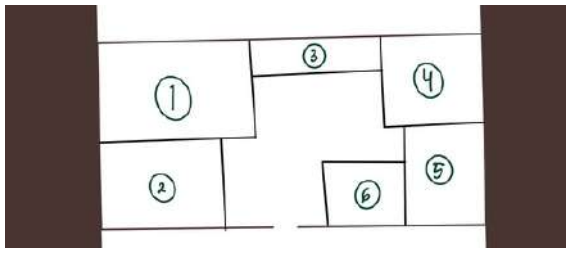
Visibilitas pada tata ruang dinilai dari penataan yang maksimal dan sesuai dengan perilaku manusia (Damasturi, 2011)



Proses pembuatan yang dilakukan pengrajin didalam ruangan yang disediakan di Manding seperti pada gambar,

7 proses yang dilakukan oleh pengrajin sebagian besar akan dilkukan di dalam *creative hub* yang dirancang, proses diatas membutuhkan sebuah ruang besar untuk memilah kulit juga pada proses press kulit dikarenakan alat yang digunakan terbilang cukup besar.

Ruangan yang dibutuhkan berupa sebuah ruangan suhu normal yaitu 21-25 derajat celcius dengan sinar matahari yang tidak terpapar langsung.



1. Ruang Pemilahan Kulit
2. Ruang Press
3. Ruang Memotong
4. Ruang Seset Kulit
5. Ruang Pengeleman
6. Ruang Menjahit

Proses memotong, seset, pengeleman, menjahit, dan finishing dapat dilakukan di ruangan masing-masing pengrajin juga dapat dilakukan di rumah pengrajin, Namun tetap akan disediakan ruang untuk melakukan di Ruang transit kulit.

G G
G G
G G G

3.1 EKSPLORASI KONTEKS SITE

3.1.1 Analisa Respon Regulasi

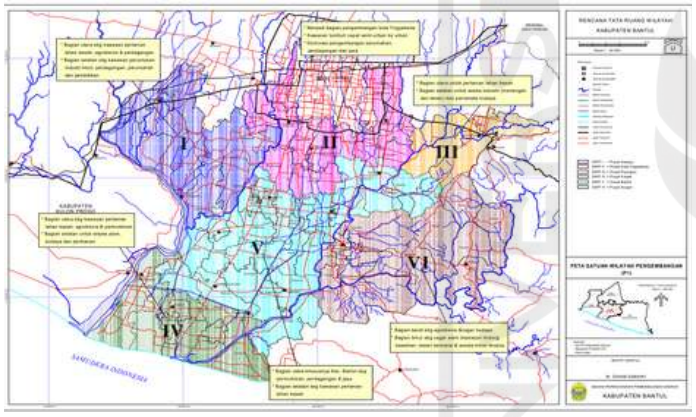
berdasarkan PERDA-04-2011 RTRW 2010-2030 pasal 81 ditetapkan :

KDB = 50% - 70%
KLB = Lebih dari 3 lantai
Sempadan Muka Bangunan =

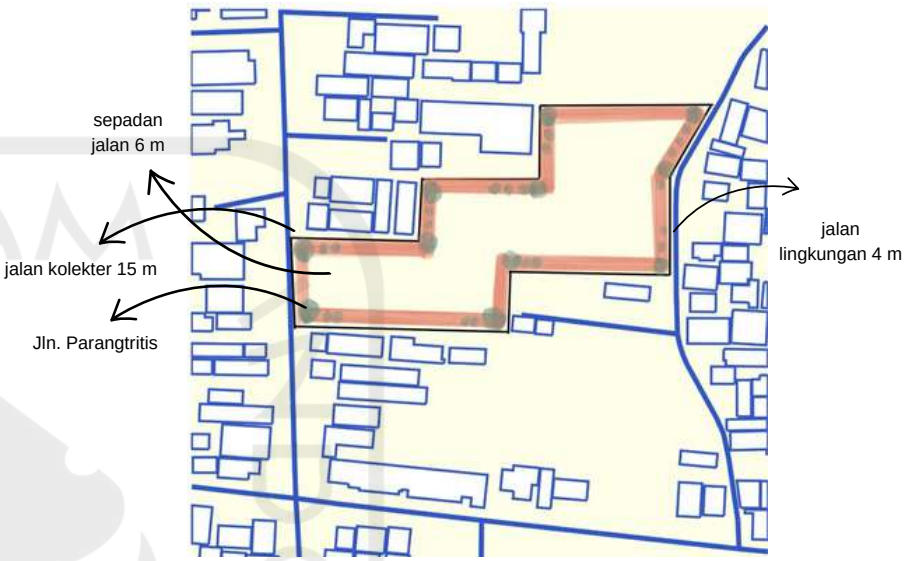
- jalan kolektor primer minimal 6 meter.
- jalan lokal primer minimal 6 meter.

Sempadan Samping Bangunan =

- bangunan deret sampai dengan ketinggian 3 lantai dapat berimpit.
- bangunan tunggal tidak bertingkat dapat berimpit atau bila berjarak minimal 1,5 meter



sumber data: dmpt.bantulkab.go.id

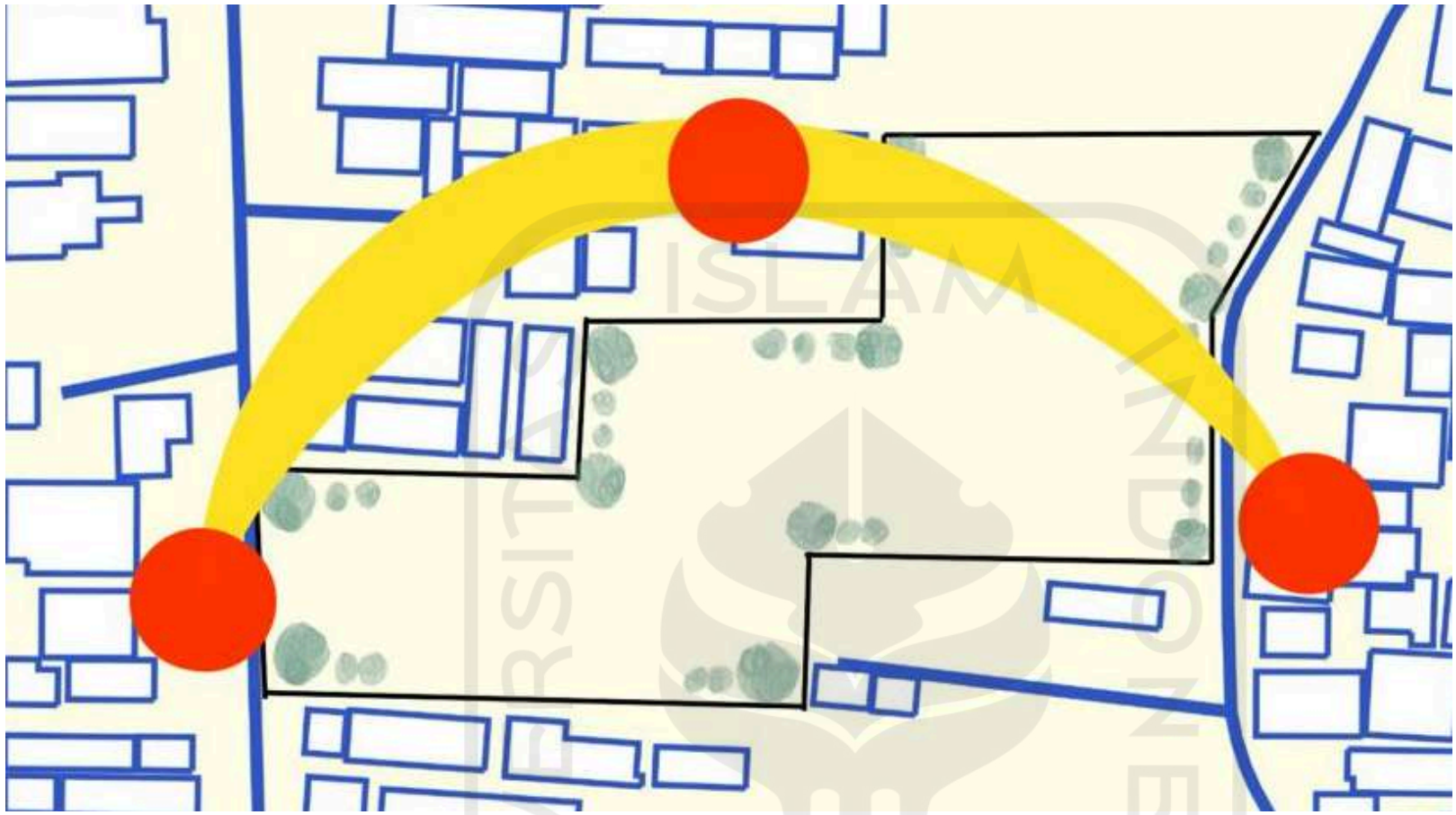


Dari tegulasi site tersebut maka area yang dapat terbangun seluas 4965 m2 dengan mengikuti bentuk site. Akses utara berada di barat jalan yang merupakan jalan utama yaitu Jalan Parangtritis, akses ini menjadi tempat masuk dan keluar kendaraan. Akses lainnya berada di timur jalan yang dijadikan akses keluar mobil dari parkiran belakang.



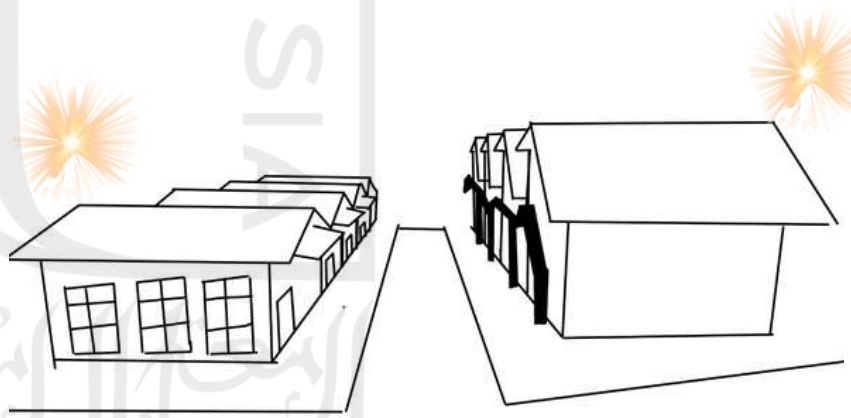


3.1.2 Analisa Respon Matahari

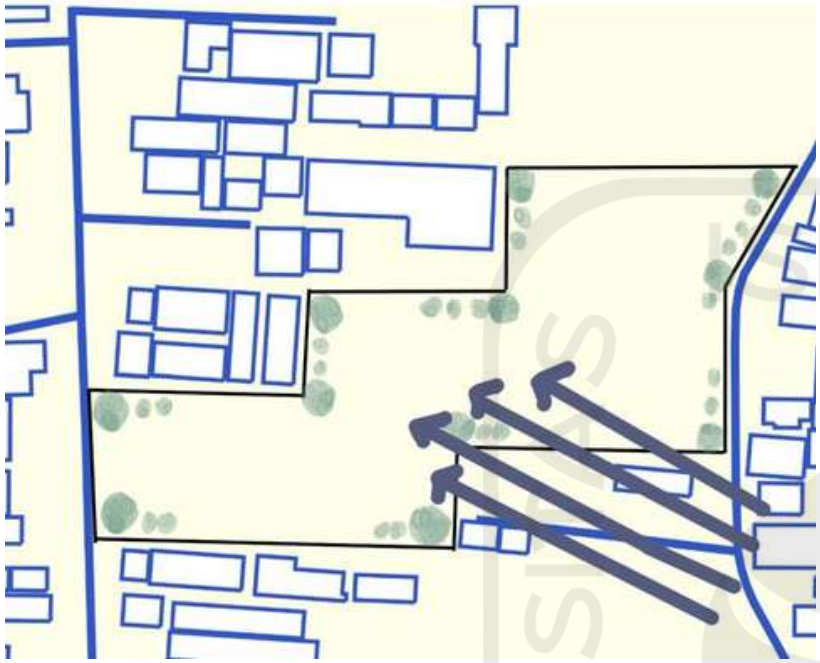


Analisis arah matahari dilakukan untuk emnentukan orientasi bangunan serta arah dan penempatan ruang dengan fungsi yang mempengaruhi masuknya cahaya.

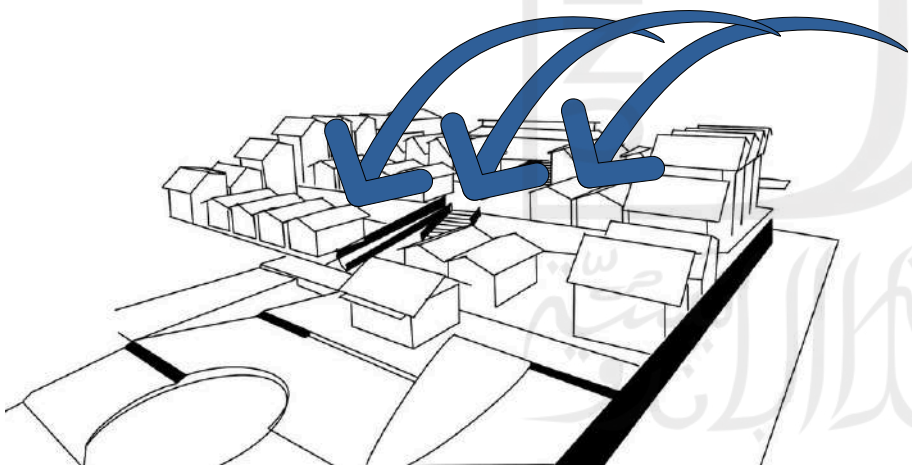
Orientasi panas yang tinggi pada bagian timur dan barat direspon dengan penempatan dinding yang tertutup rapat di sisi timur dan barat.
Penggunaan vegetasi di sisi barat dan timur juga menjadi salah satu pereduksi sinar matahari.

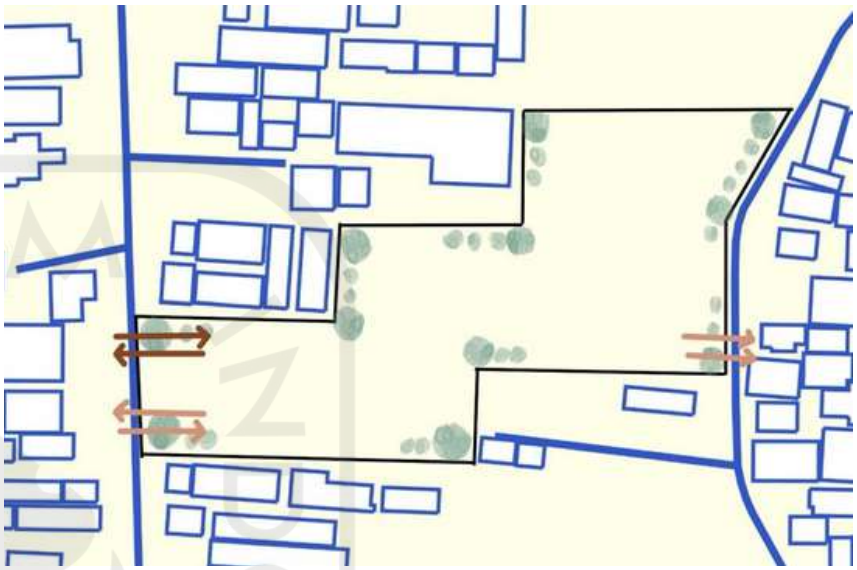


3.1.3 Analisa Respon Angin dan Penghawaan



Merespon angin yang bertiup kencang dari arah tenggara menuju barat laut, maka dilakukan pembuatan bangunan banyak dan menyebar yang pada bagian tenggara terbuka sehingga angin dapat masuk melalui sela sela antar bangunan





Transportasi darat diakses secara mudah melalui Jalan Parangtritis yang merupakan jalan kolektor. Akses motor dan mobil dapat melalui tanda panah merah. Pada bagian selatan belakang terdapat parkir mobil yang diberi akses khusus untuk keluar melalui jalan lingkungan di sisi timurnya. Akses bis merupakan tanda panah coklat.

3.2 EKSPLORASI KONSEP TEMA PERANCANGAN

3.2.1 Gubahan Massa



1

Bentuk utama massa berbentuk segi empat memenuhi lahan



2

Lalu dibuat perubahan berupa lantai bertingkat yang dapat memaksimalkan lahan dan juga menjadi daya tarik



3

Massa bangunan yang awalnya menjadi satu dipisah kedalam bentuk bentuk kecil sesuai dengan kebutuhan



4

Penggunaan atap pada bangunan berbentuk sesuai dengan kondisi eksisting yang ada

3.2 EKSPLORASI KONSEP TEMA PERANCANGAN

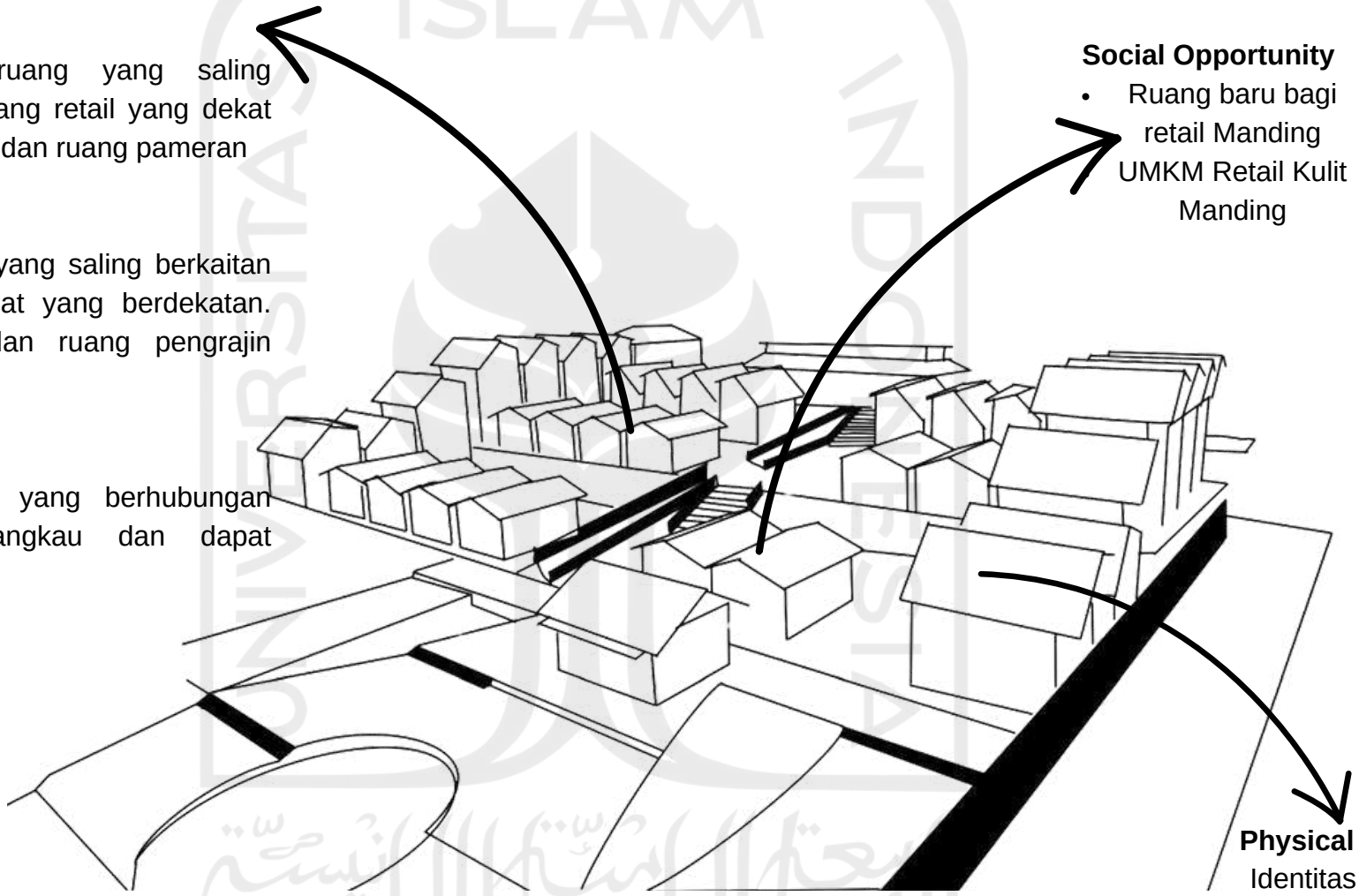
3.2.1 Eksplorasi Konsep Creative Placemaking

Quality Of Place

Connectivity
Hubungan antar ruang yang saling berkaitan, seperti ruang retail yang dekat dengan ruang umkm dan ruang pameran

Integration
Fungsi antar ruang yang saling berkaitan di letakkan di tempat yang berdekatan. Ruang workshop dan ruang pengrajin yang berdekatan

Visibility
Akses antar ruang yang berhubungan lebih mudah terjangkau dan dapat dirasakan



Social Opportunity

- Ruang baru bagi retail Manding
- UMKM Retail Kulit Manding

Physical Form
Identitas lokal

Atap pada ruang retail baru menggunakan atap tanah liat sesuai dengan ke khas an Manding, dengan dilengkapi oleh tritisan saat ini digunakan beberapa toko di Manding.

3.3 Eksplorasi Konsep Fungsi

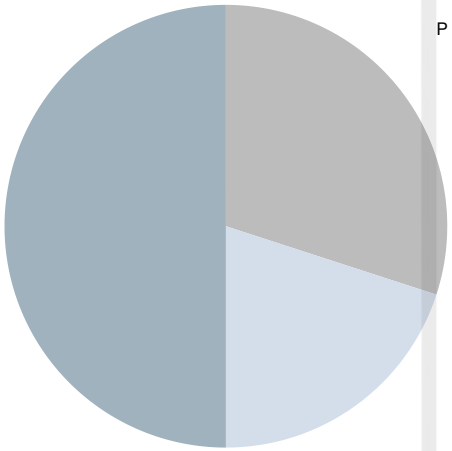
3.3.1 Analisa Respon Regulasi

berdasarkan PERDA-04-2011 RTRW 2010-2030 pasal 81 ditetapkan :

KDB = 50% - 70%
KLB = Lebih dari 3 lantai

Luas Dasar Bangunan
Luas lahan : 8.274 m2
KDB : 50% - 70% (60%)
LDB = 4.965 m 2

Pembagian Lahan



Ekonomi = 50% → **2.483 m2**
Edukasi = 20% → **993 m2**
Public Space = 30% → **1.489 m2**

3.3.2 Kebutuhan Ruang

50% **Ekonomi**
2.483 m2

Kegiatan ekonomi ini berupa :

1. Ruang Retail (Publik)

Sebuah ruang besar yang diisi oleh penggiat retail Manding dengan bilik-bilik, yang masing biliknya berukuran 15 m2.

2. Ruang Pameran (Publik)

Ruangan ini akan digunakan secara terus menerus tetapi akan digunakan berkala untuk sebuah event kolaborasi antara seni kulit Manding dan penggiat seni di sekitar daerah Manding.

3. Ruang Retail Oleh-Oleh (Publik)

Ruangan oleh-oleh ini akan dijadikan salah satu penunjang perekonomian dan fasilitas tambahan berupa sebuah ruang besar

4. Foodcourt (Publik)

Sebuah ruang besar yang diisi oleh UMKM dan usaha kuliner sekitar Manding yang akan menampung sekitar 25 usaha.

5. Ruang Alat (Private)

Ruang alat menjadi bagian dari ruang retail yang disewakan kepada usaha retail.

6. Ruang Transit Barang (Private)

Berupa ruang yang digunakan untuk menyimpan kulit saat datang dari Magetan juga untuk menyimpan barang saat diolah.

7. Loket Tiket

Ruang digunakan untuk penjualan dan pembelian tiket

20% **Edukasi**

993 m2

Kegiatan edukasi ini berupa :

1. Ruang Produksi (Publik)

Ruangan produksi ini akan disewakan kepada para pengrajin dengan fasilitas tambahan berupa ruang transit barang yang dapat dimanfaatkan oleh para pengrajin

2. Ruang Kelas (Publik)

Ruangan kelas berjumlah 5 akan digunakan sebagai ruang edukasi yang menunjang perekonomian dengan membuka kelas berupa beberapa jenis pembelajaran membuat kerajinan kulit.

3. Aula (Publik)

Aula akan menjadi ruang perkumpulan bagi para pengunjung yang akan mengikuti kelas.

30% **Public Space & Service**

1.489 m2

Kegiatan Public Space dan Servis ini berupa :

1. Ruang Staff (Private)
2. Ruang MEE (Private)
3. Ruang Genset (Private)
4. Ruang Pompa (Private)
5. Gudang (Private)
6. Mushola (Private)
7. Janitor (Private)
8. Pos Keamanan (Private)
9. Pusat Keamanan (Private)

3.3.3 Analisis Jumlah Pengguna

Retail Manding	= 27 toko	→ 81 orang
pengrajin Manding	= 10 orang	
Retail Oleh oleh	= 10 orang	
Petugas	= Staff	→ 25 orang
	Satpam	→ 4 orang
	Pengurus	→ 10 orang
Foodcourt	= 25 kios	→ 25 orang

Jumlah pengurus internal = 175 orang

Asumsi pengunjung harian = 200 orang

3.3.4 Analisis Jumlah Parkir

a. Berdasarkan hasil studi Direktorat Jenderal Perhubungan Darat

1) Kegiatan parkir yang tetap

a) Pusat perdagangan

Luas Areal Total ($100m^2$)	10	20	50	100	500	1000	1500	2000
Kebutuhan (SRP)	59	67	88	125	415	777	1140	1502

Mobil gol 1 2,30 x 5 = 11,5

Sepeda motor 0,75 x 2 = 1,5

Bus 3,40 x 12, 5 = 42,5

Luas area 8,750

SRP (100) = 125

Motor = 65 % 81 motor x 1,5 = 122 m2

Mobil = 50% → 38 mobil x 11,5 = 437 m2

Bis = 5% → 6 bus x 42,5 = 255 m2

→

Total lahan parkiran = 814 m 2

3.3.5 Analisa Kebutuhan Ruang

Kegiatan yang diwadahi dalam bangunan ini ialah :

A. Komunitas retail Manding



Kegiatan Retail ini membutuhkan ruang berupa :

1. Ruang Retail (penjualan)
2. Ruang Pameran

B. Komunitas pengrajin Manding



Kegiatan produksi ini membututuhkan ruang berupa:

1. Ruang produksi
2. Ruang kelas/ workshop

c. Servis



Ruang servis berupa:

1. Pos keamanan
2. Ruang MEE
3. Gudang
4. Janitor

D. Pengelola



Kegiatan pengelolaan membutuhkan ruang berupa:

1. Ruang staff
2. Resepsionis
3. Ruang peralatan

E. Kegiatan Pendukung



Dalam bangunan ini dibutuhkan ruang sebagai pendukung yang menjadi daya tarik lain:

1. Foodcourt
2. Aula
3. Toilet
4. Mushola
5. Parkir

3.3.5 Program Ruang

PROGRAM RUANG EKONOMI (RETAIL)

No	Nama Ruang	Jumlah	Kapasitas	Standart	Satuan	Sumber	Sirkulasi	Luas	Sirkulasi	Luas Akhir
1	Ruang Retail Manding	1	40	13	m2/bilik	Eksisting	30%	520	156	676
2	Ruang Retail Kulit	1	26	13	m2/bilik	Eksisting	30%	338	101.4	439.4
3	Ruang Retail Oleh-Oleh	1	1	250	m2/unit	NAD	30%	250	75	325
4	Ruang Pameran	1	30	100	m2/unit	NAD	20%	100	20	120
5	Foodcourt	1	30	12	m2/unit	Presedent	30%	360	108	468
6	Ruang Alat	1	10	6	m2/unit	Asumsi	20%	60	12	72
7	Lobby	1		50	m2/unit	Asumsi	20%	100	20	120
8	Lounge	1		50	m2/unit	Asumsi	20%	100	20	120
9	Entrace	1		50	m2/unit	Asumsi	20%	100	20	120
								1928	532.4	2460.4

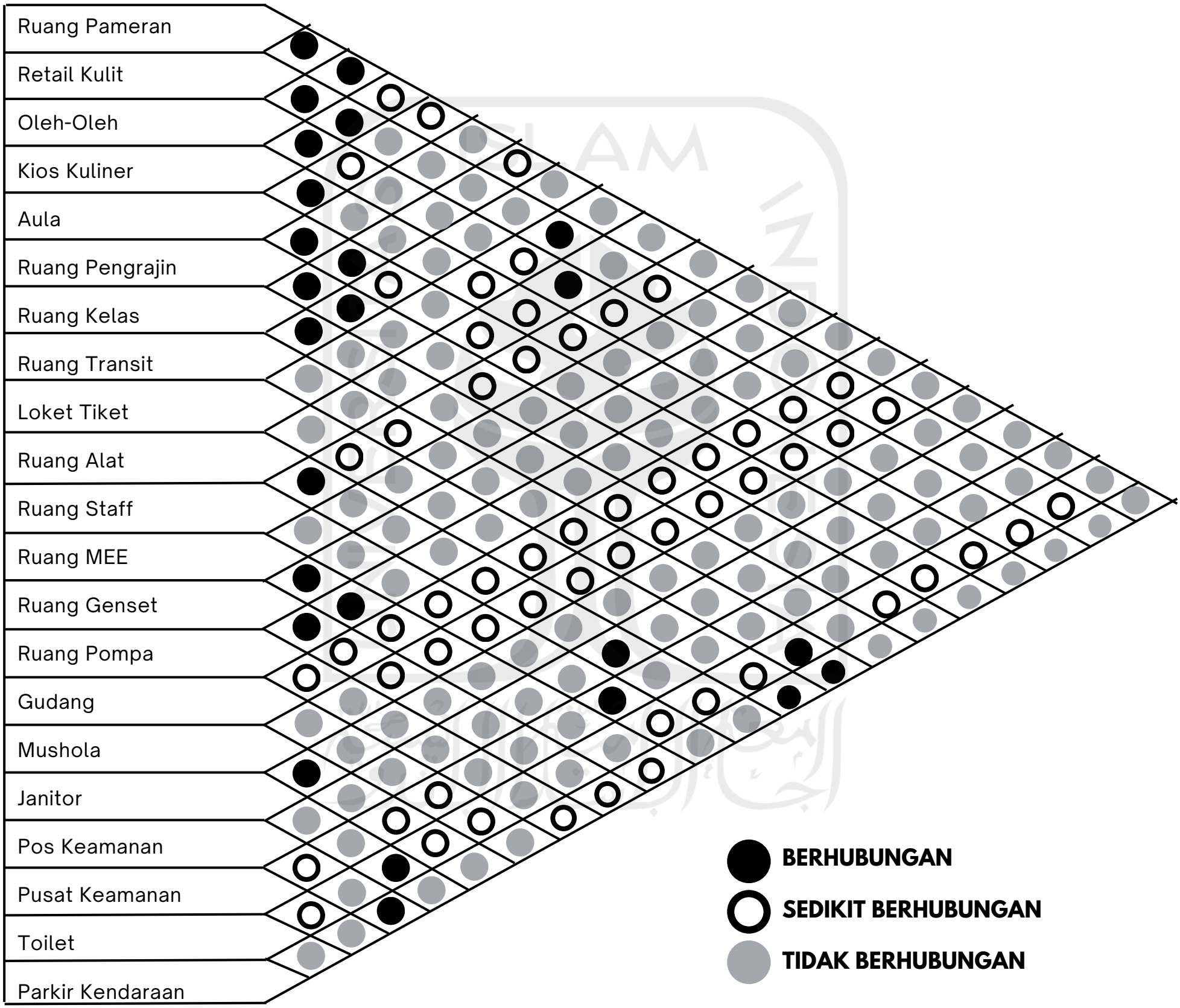
PROGRAM RUANG EKONOMI (EDUKASI)

No	Nama Ruang	Jumlah	Kapasitas	Standart	Satuan	Sumber	Sirkulasi	Luas	Luas Akhir	Luas Akhir
1	Ruang Pengrajin	1	10	25	m2/unit	Eksisting	30%	250	75	325
2	Ruang Kelas	3	30	72	m2/unit	NAD	30%	216	64.8	280.8
3	Aula	1	100	108	m2/unit	NAD	30%	108	32.4	140.4
6	Ruang Transit Barang	1	10	6	m2/unit	Asumsi	15%	60	9	69
								634	181.2	815.2

PROGRAM RUANG PUBLIC SPACE AND SERVICE

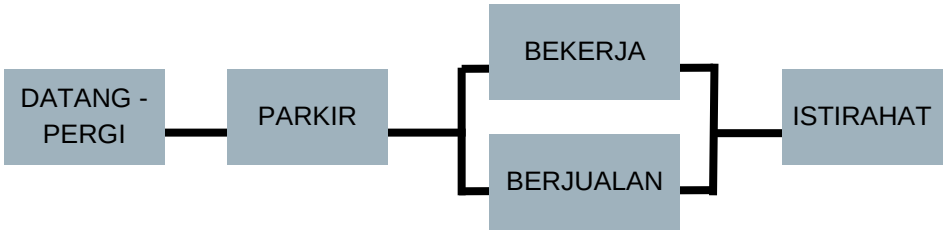
No	Nama Ruang	Jumlah	Kapasitas	Standart	Satuan	Sumber	Sirkulasi	Luas	Luas Total	Luas Akhir
1	Toilet Wanita	2	16	3	m2/bilik	ATI	20%	48	9.6	57.6
2	Toilet Laki-Laki	2	8	3	m2/bilik	ATI	20%	24	4.8	28.8
3	Toilet Difabel	2	4	3,5	m2/bilik	ATI	20%	14	2.8	16.8
4	Nursery Room	2	3	7,2	m2/unit	ATI	15%	14.4	2.16	16.56
5	Janitor	2		4	m2/unit	NAD	15%	8	1.2	9.2
6	Mushola	1	15	144	m2/unit	NAD	15%	144	21.6	165.6
7	Ruang Staff	1	10	2	m2/orang	NAD	15%	20	3	23
8	Ruang MEE	1		6	m2/unit	NAD	15%	6	0.9	6.9
9	Ruang Pompa	1		9	m2/unit	NAD	15%	9	1.35	10.35
10	Ruang Genset	1		12	m2/unit	NAD	15%	12	1.8	13.8
11	Gudang	1		12	m2/unit	NAD	15%	12	1.8	13.8
12	Pos Keamanan	2	4	4	m2/orang	NAD	15%	16	2.4	18.4
13	Pusat Keamanan	2	4	4	m2/orang	NAD	15%	16	2.4	18.4
14	Parkir	1	125		m2/kendaraan	SRP	30%	814	244.2	1058.2
								1157.4	300.01	1457.41

3.3.6 Analisa Hubungan Ruang

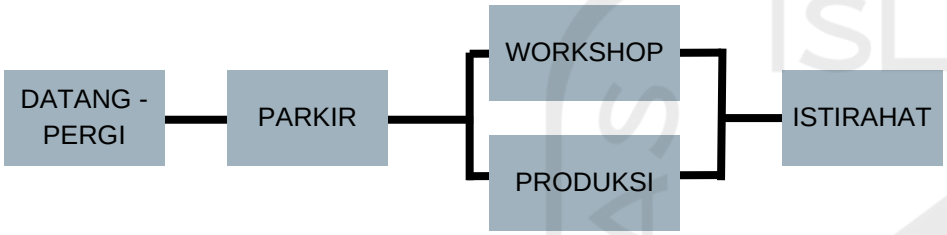


3.3.7 Alur Kegiatan Pengguna

Komunitas retail Manding



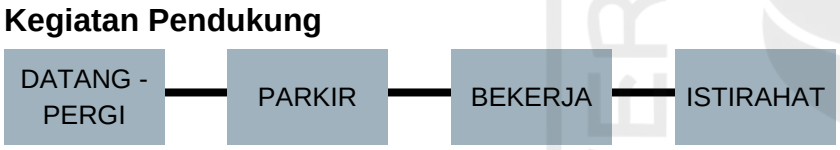
Komunitas pengrajin Manding



Servis, Pengelola



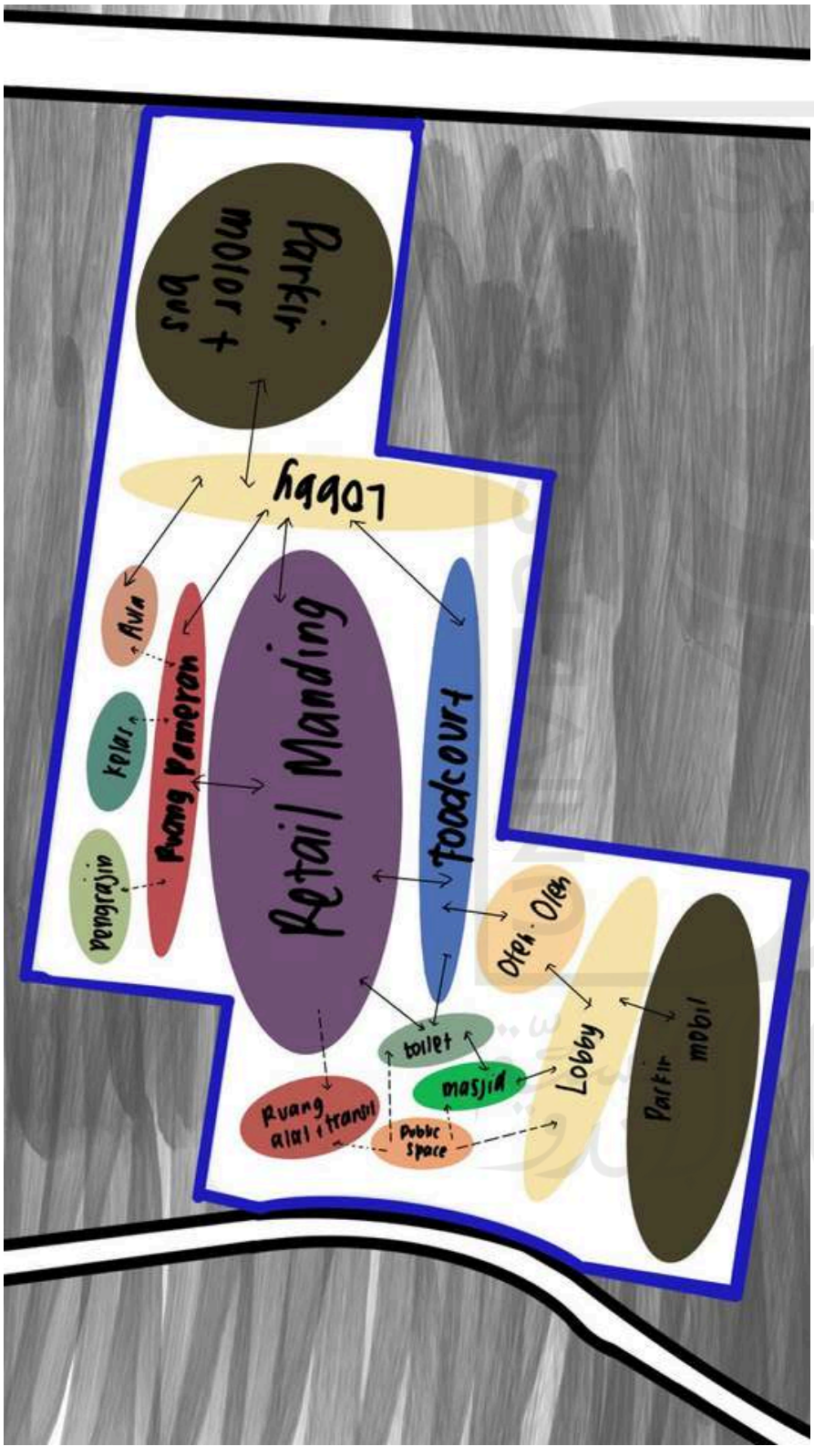
Kegiatan Pendukung



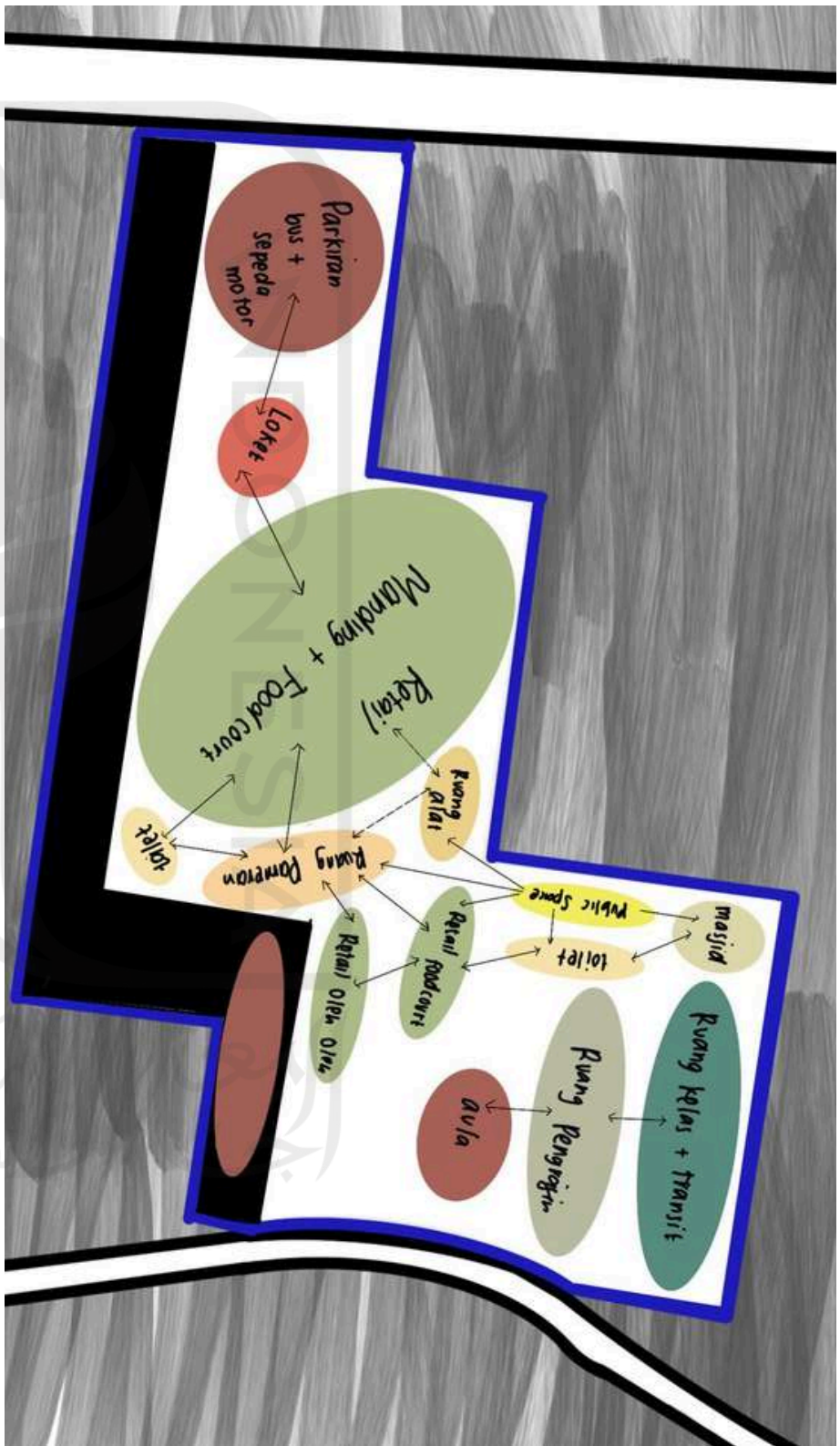
3.4 Konsep Figuratif Rancangan

3.4.1 Eksplorasi Tata Ruang

EKSPLORASI 1



EKSPLORASI 2



3.4.2 Konsep Selubung Bangunan (Atap)





Bentuk atap pada bangunan baru merupakan adaptasi dari eksisting, menggunakan bahan atap bata

3.4.3 Konsep Selubung Bangunan (Fasad)

Ornamen kayu vertikal di atap diadaptasi dari ornamen joglo



ɔ ɔ ɔ

ɔ

ɔ ɔ ɔ

ɔ

ɔ

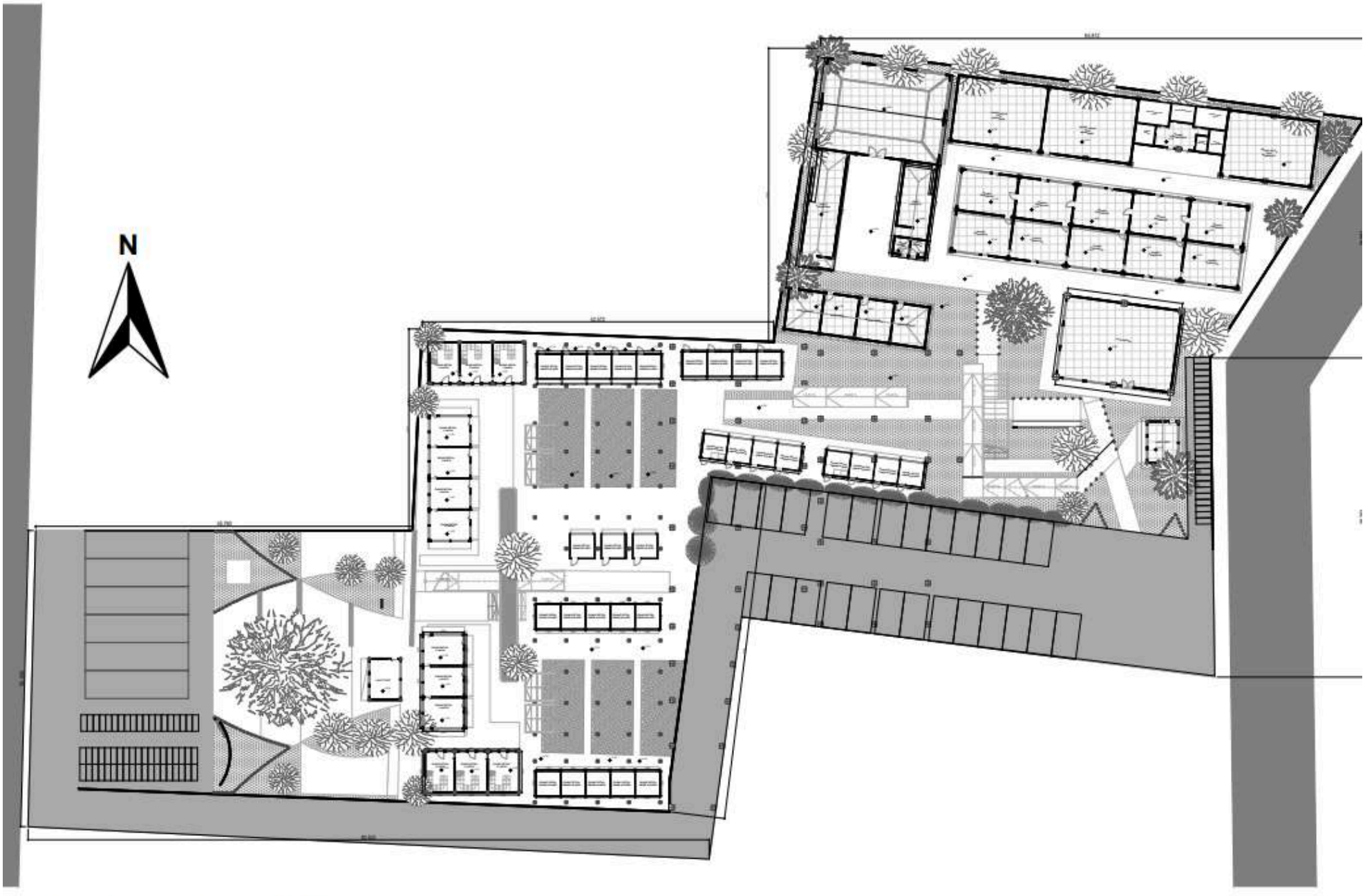
4.1 SITUASI



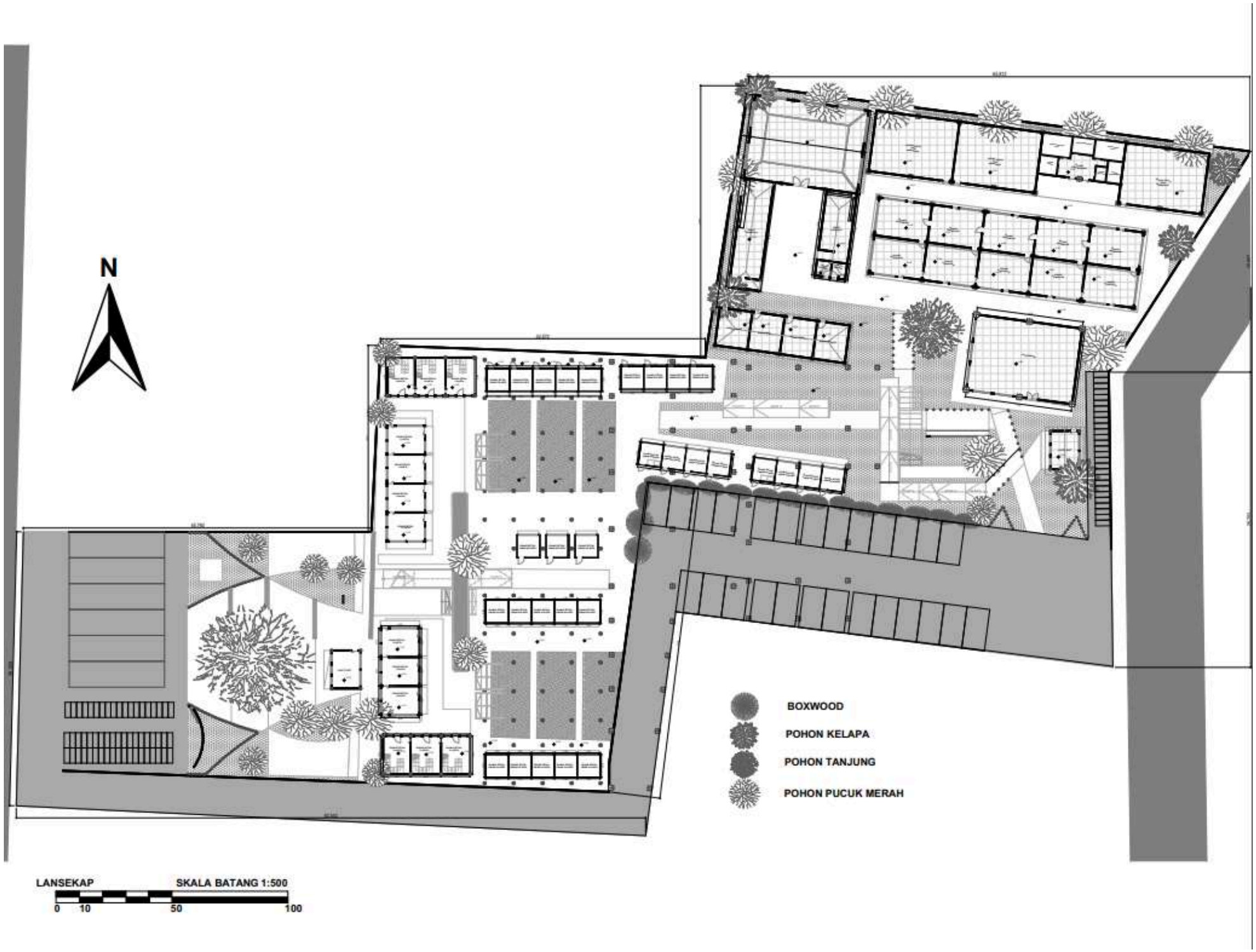
SITUASI SKALA BATANG 1:500

0 10 50 100

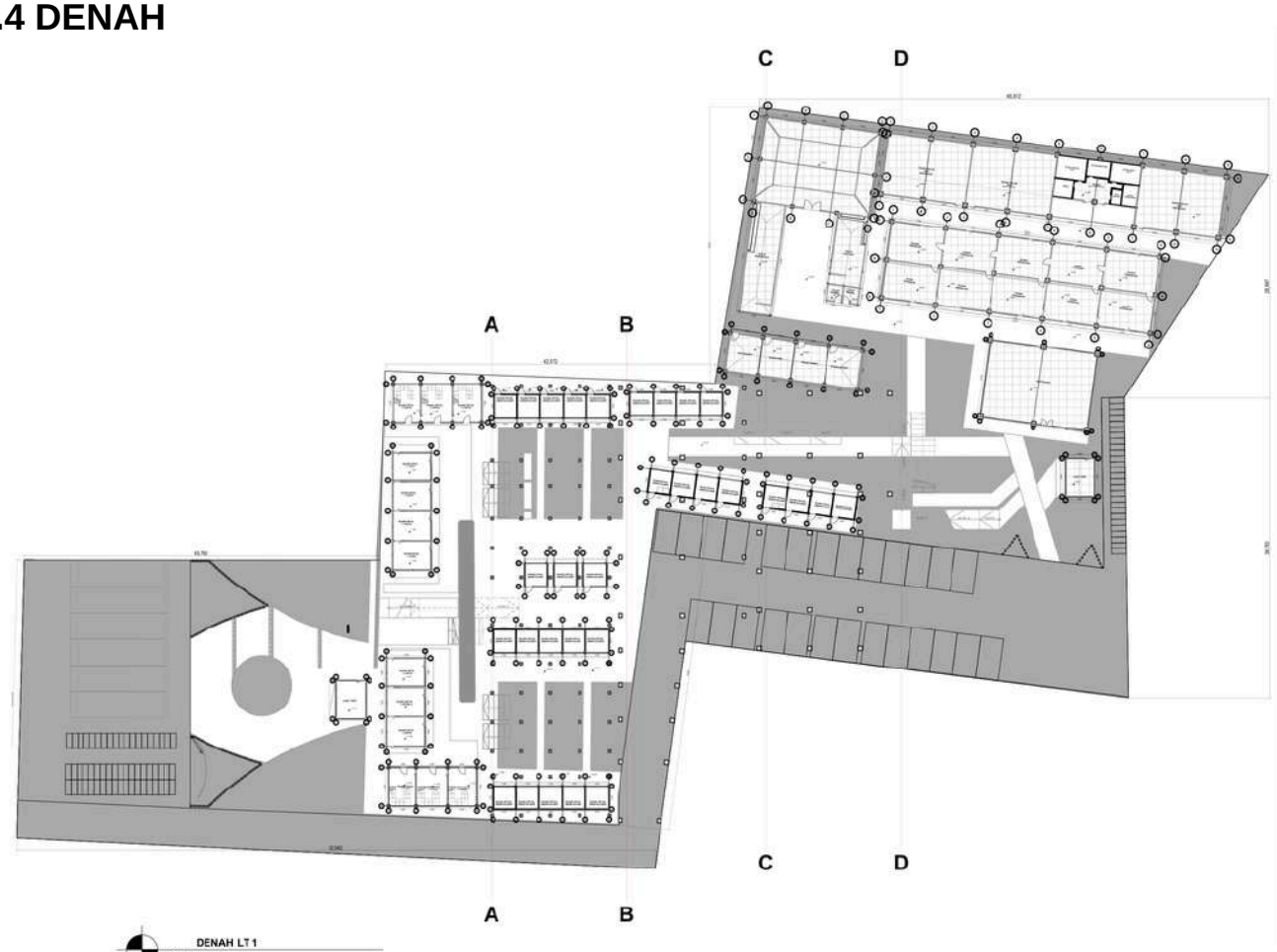
4.2 SITEPLAN



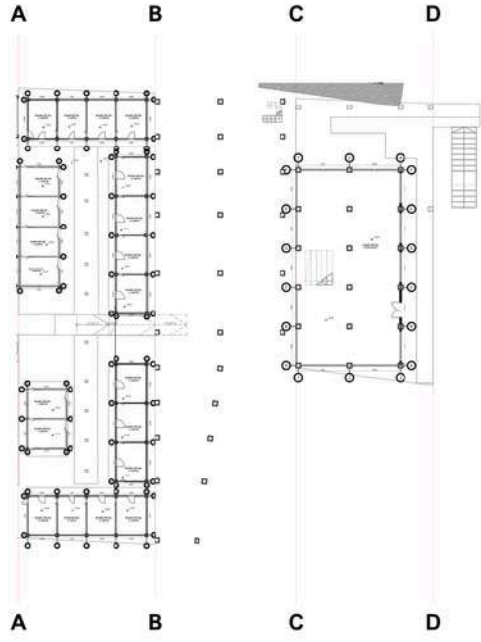
4.3 RENCANA LANDSKAP



4.4 DENAH



DENAH LT 1
SKALA 1:500

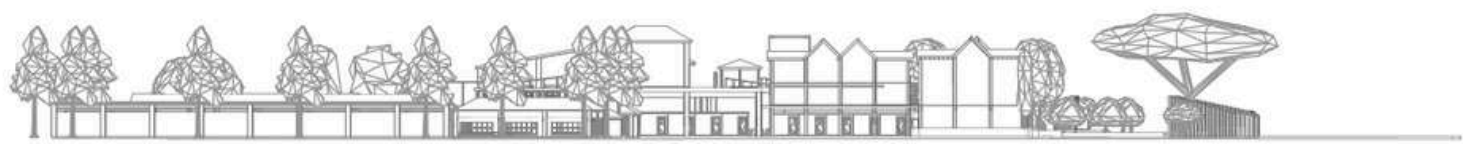


DENAH LT 2
SKALA 1:500



DENAH LT 3
SKALA 1:500

4.5 TAMPAK



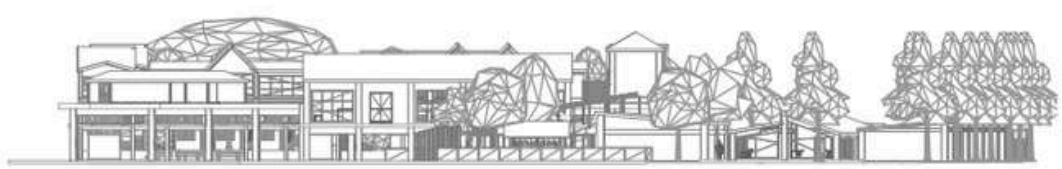
TAMPAK UTARA
SKALA 1:500



TAMPAK SELATAN
SKALA 1:500

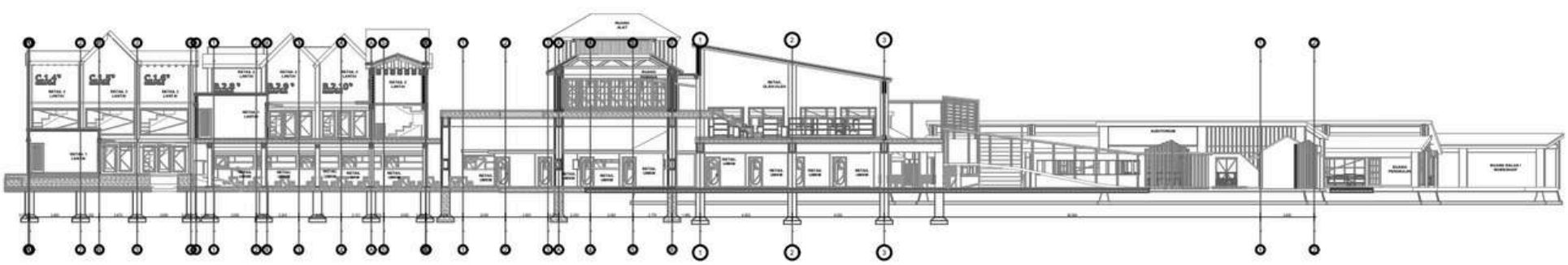


TAMPAK BARAT
SKALA 1:500

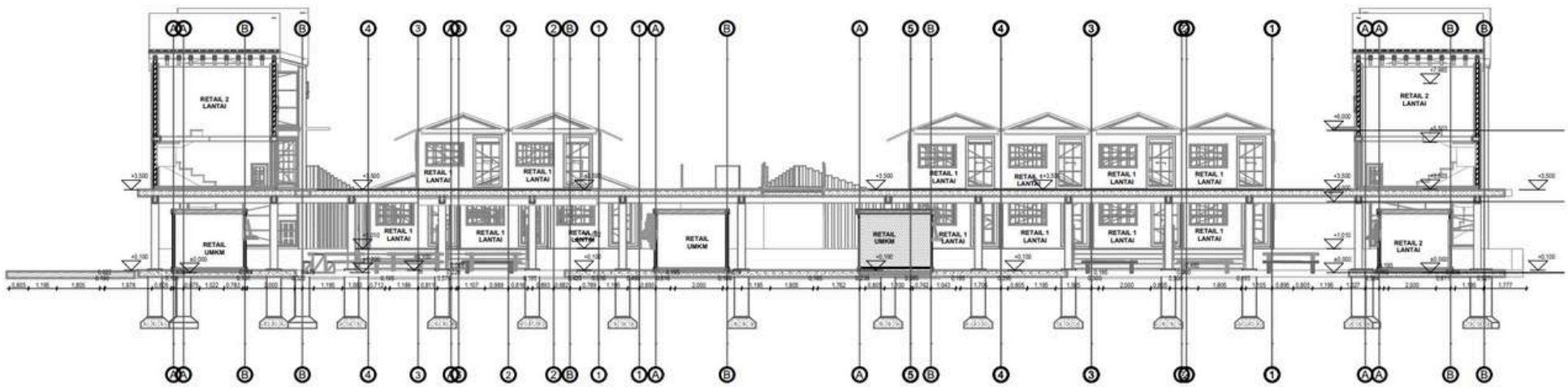


TAMPAK TIMUR
SKALA 1:500

4.6 POTONGAN

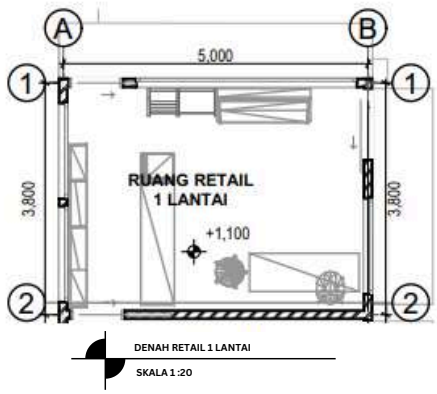


POTONGAN A-A
SKALA 1:500



POTONGAN B-B
SKALA 1:300

4.7 DENAH PARSIAL



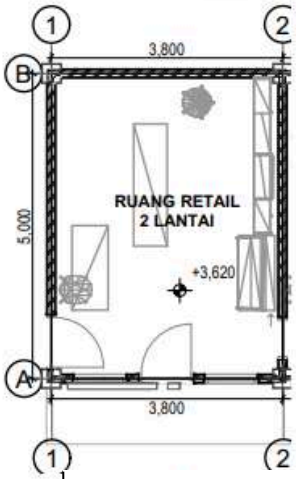
DENAH RETAIL 1 LANTAI

SKALA 1 :20



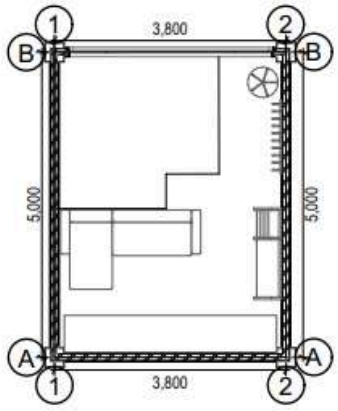
DENAH RETAIL UMKM

SKALA 1 :20



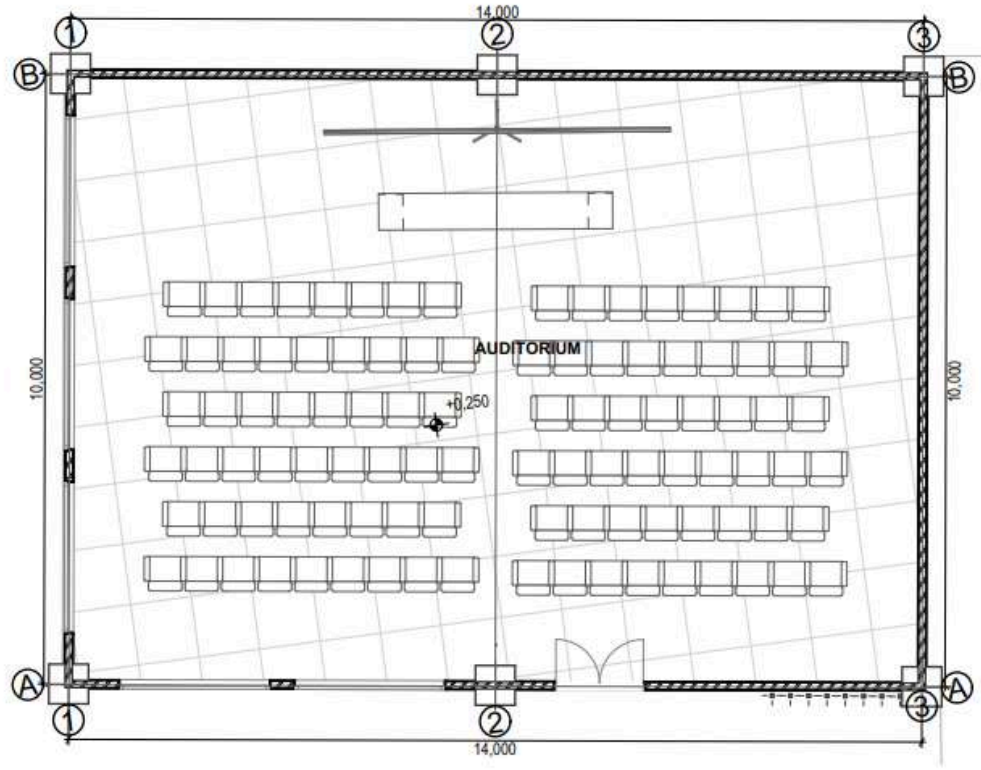
DENAH LANTAI 1 RETAIL 2 LANTAI

SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 2 RETAIL 2 LANTAI

SKALA 1 :20



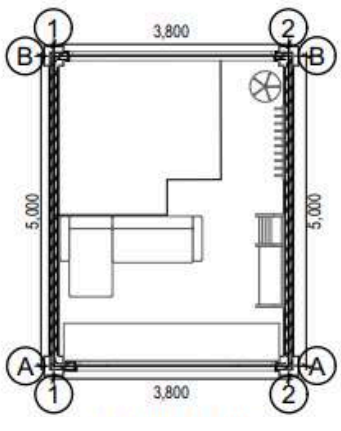
DENAH AUDITORIUM

SKALA 1 :20



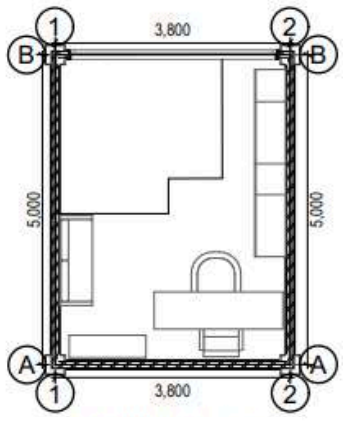
DENAH LANTAI 1 RETAIL 3 LANTAI

SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 2 RETAIL 3 LANTAI

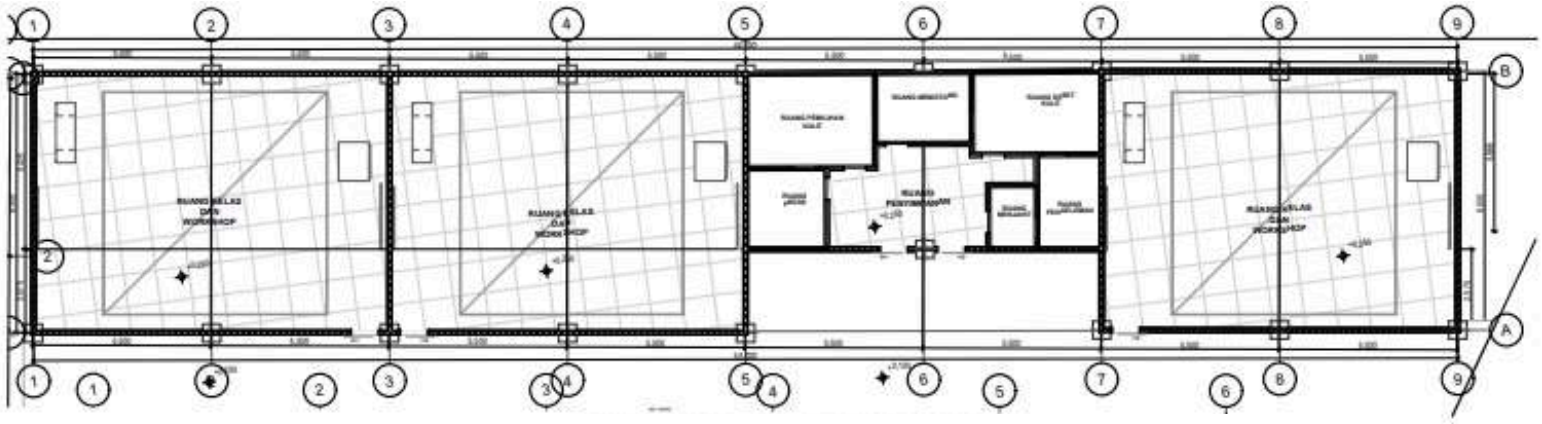
SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 3 RETAIL 3 LANTAI

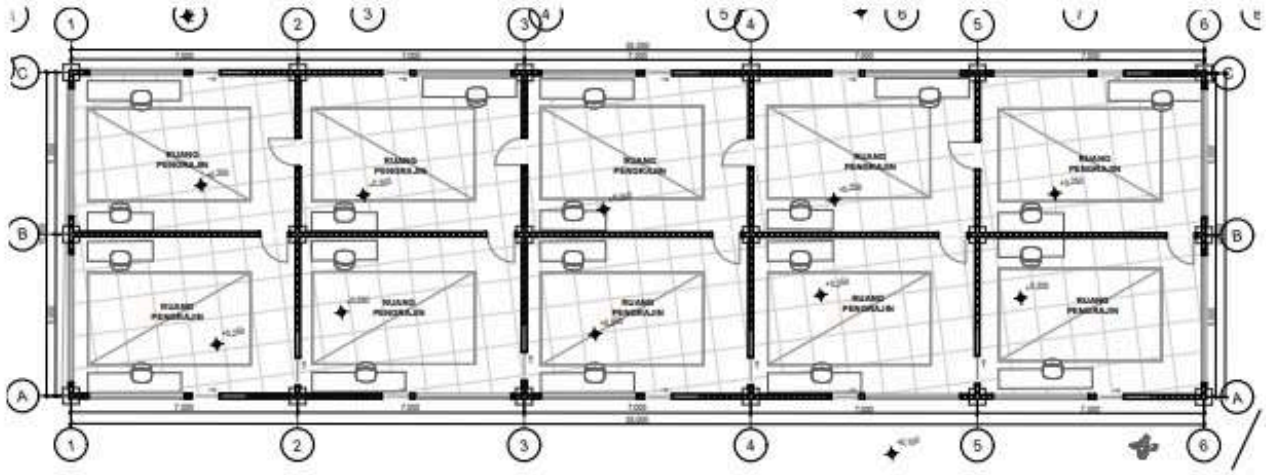
SKALA 1 :20

4.7 DENAH PARSIAL



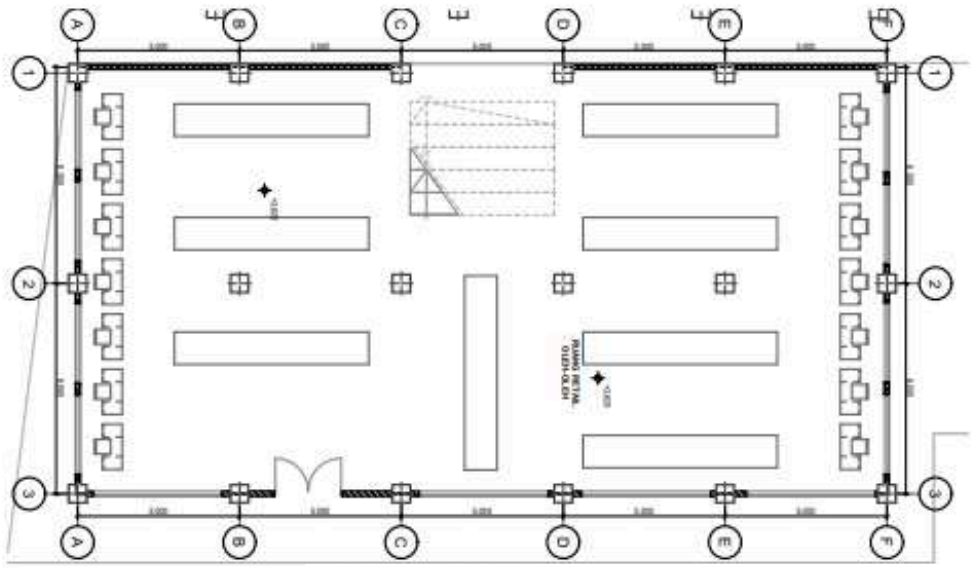
DENAH RUANG WORKSHOP

SKALA 1 :20



DENAH RUANG PENGRAJIN

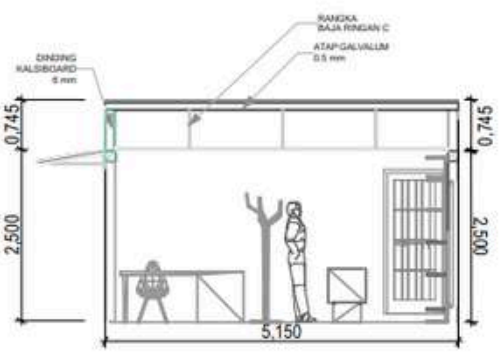
SKALA 1 :20



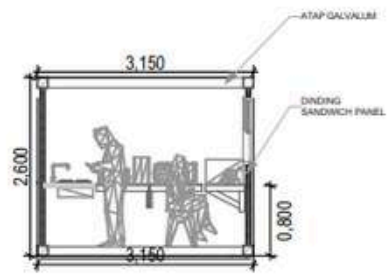
DENAH RETAIL OLEH-OLEH

SKALA 1 :20

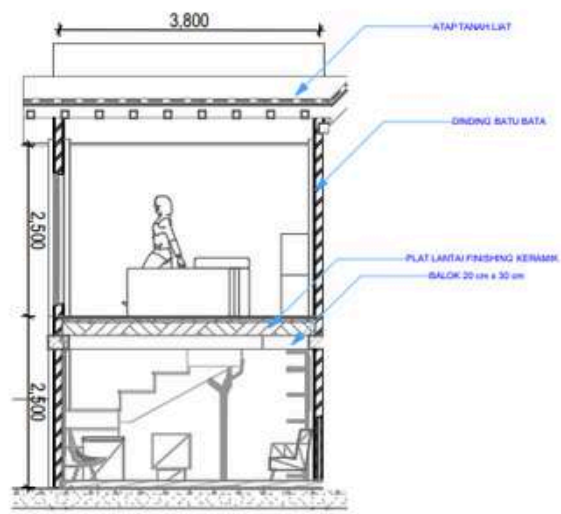
4.8 POTONGAN PARSIAL



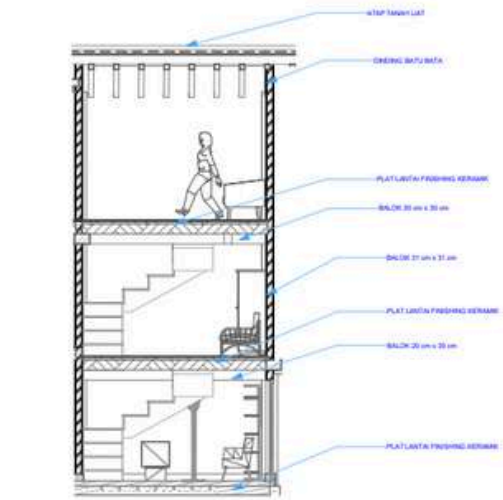
POTONGAN RETAIL 1 LANTAI
SKALA 1:100



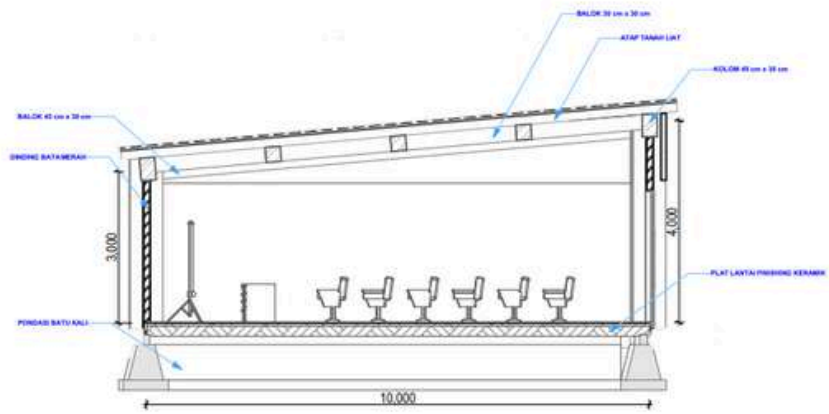
RETAIL UMKM KULINER
SKALA 1:100



POTONGAN RETAIL 2 LANTAI
SKALA 1:100

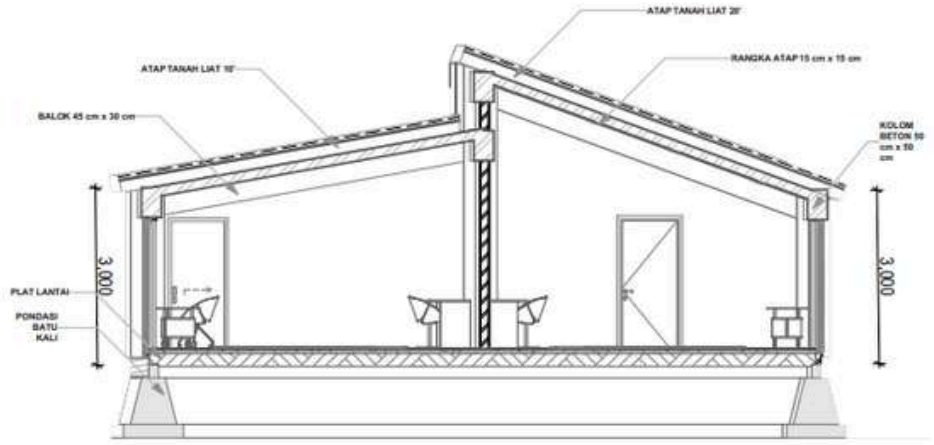


POTONGAN RETAIL 3 LANTAI
SKALA 1:100

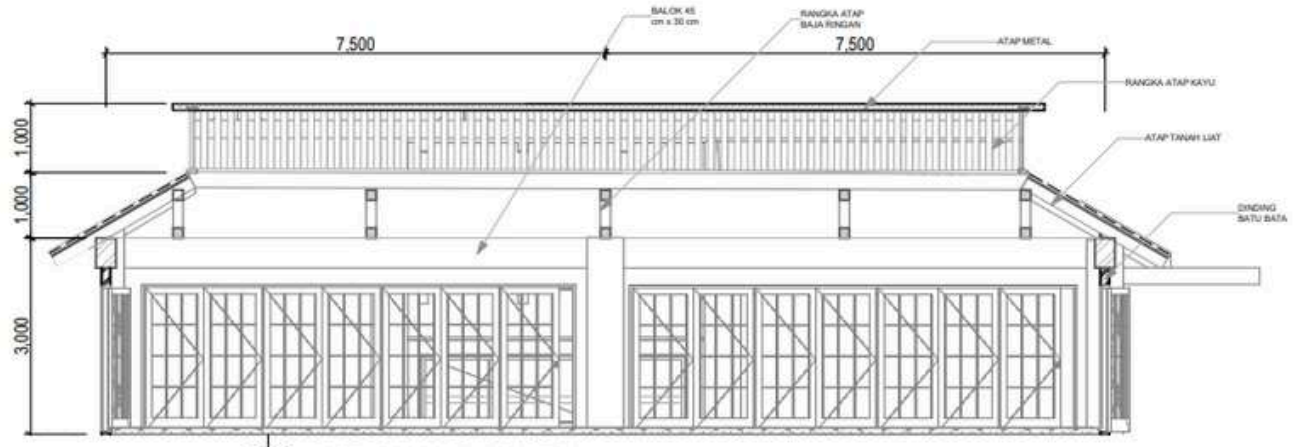


POTONGAN AUDITORIUM
SKALA 1:100

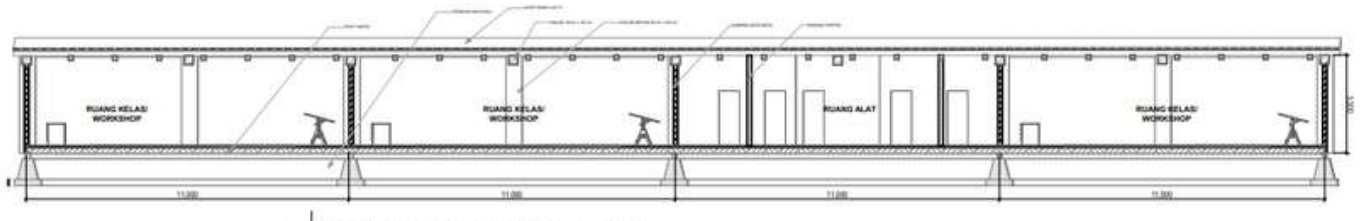
4.8 POTONGAN PARSIAL



POTONGAN RUANG PENGRAJIN
SKALA 1:100

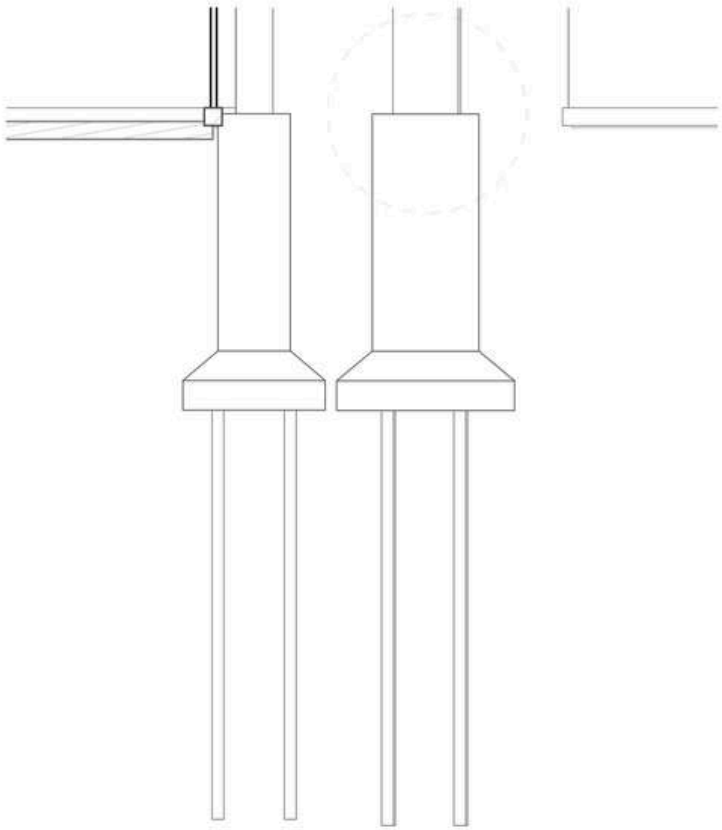


POTONGAN RUANG PAMERAN
SKALA 1:100

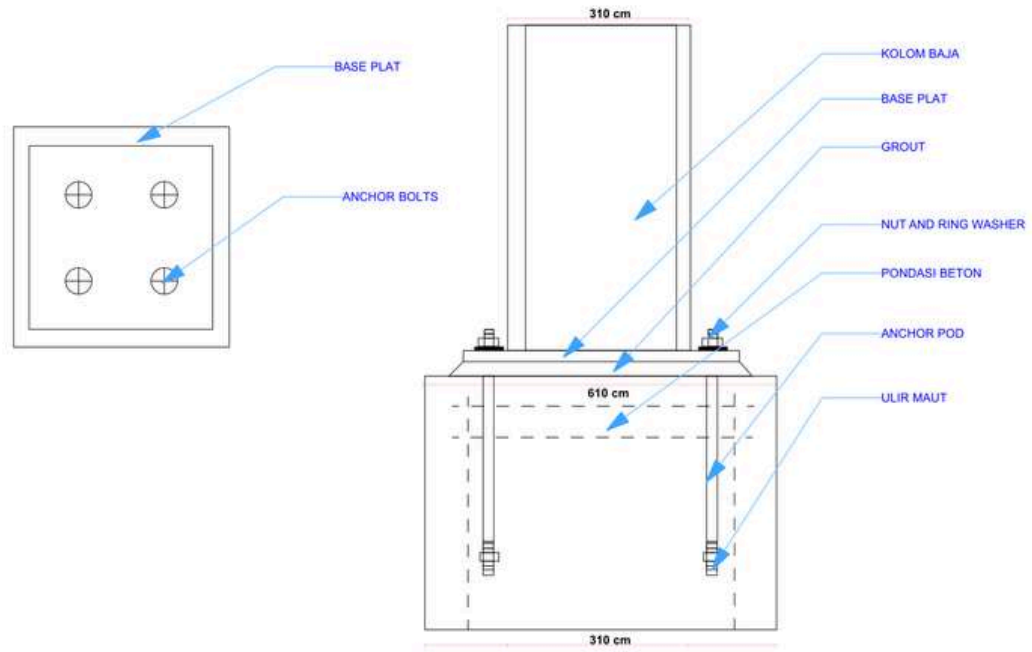


POTONGAN RUANG KELAS DAN ALAT
SKALA 1:200

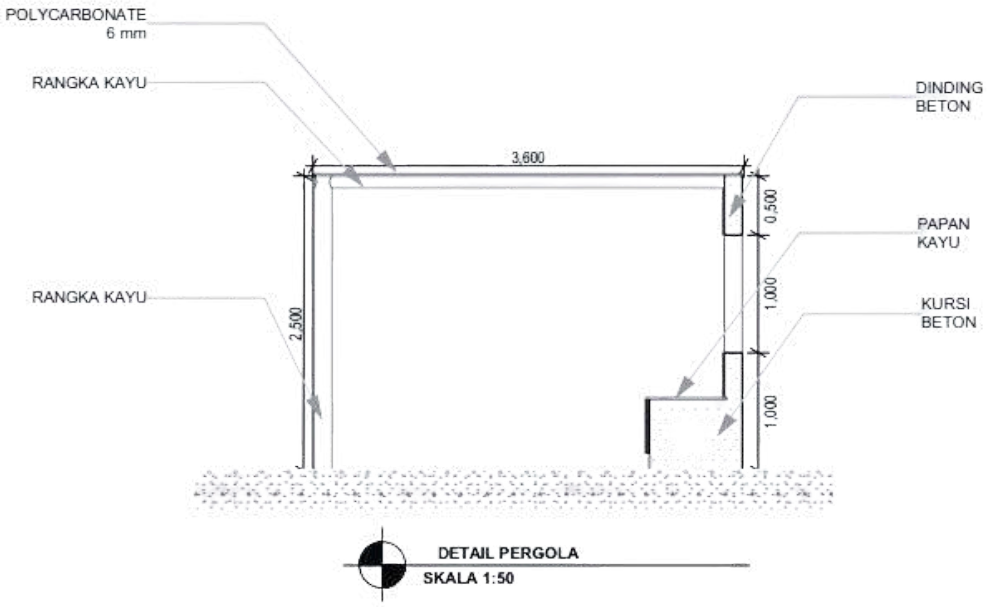
4.9 DETAIL RANCANGAN



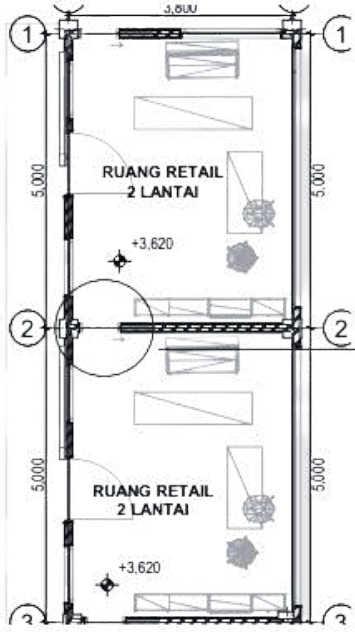
DETAIL STRUKTUR
SKALA 1:50



4.9 DETAIL RANCANGAN



DETAIL PERGOLA
SKALA 1:50

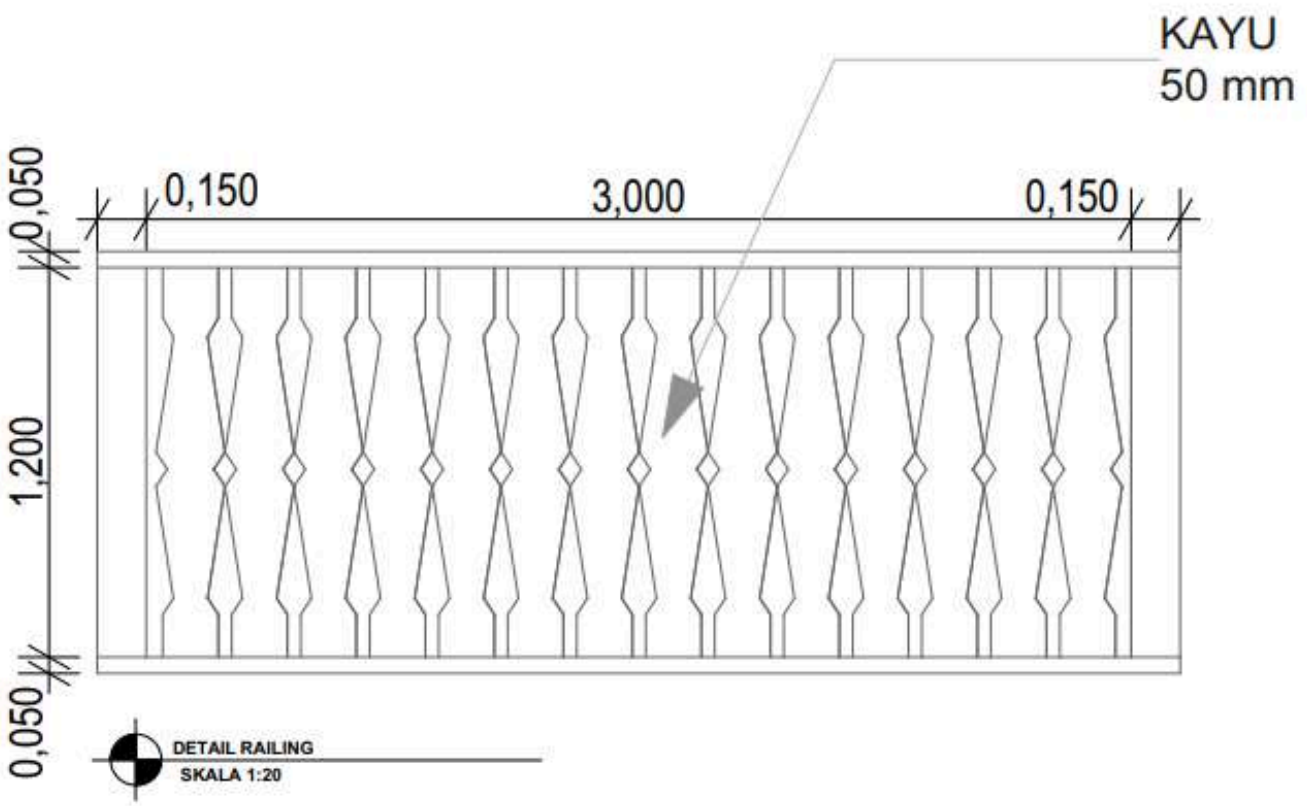


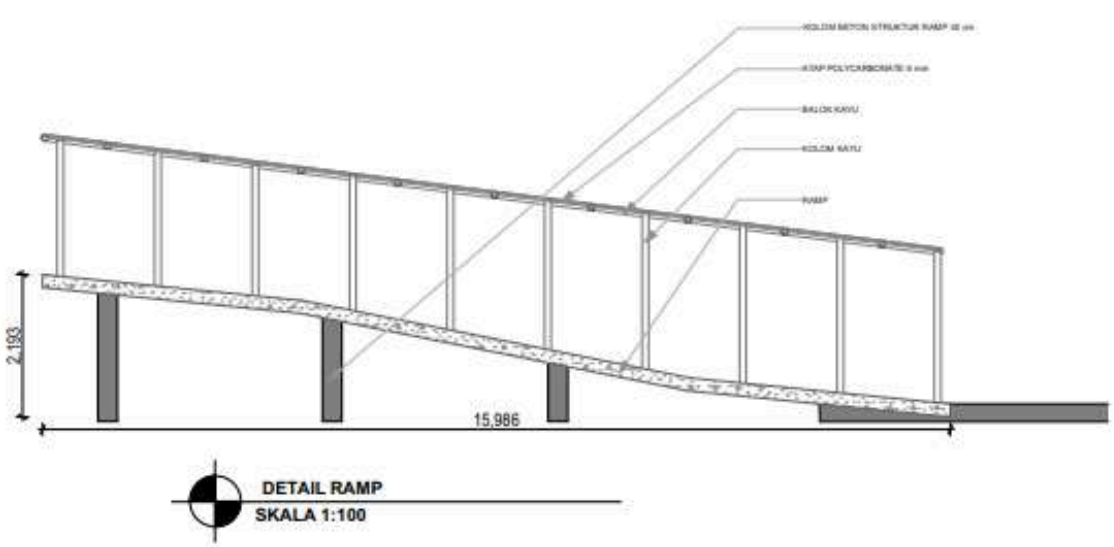
DOO - 151
Door - 151
Pocket Door 26
5
<Undefined>
<Undefined>
0,900×2,100
R
0,100
2,200



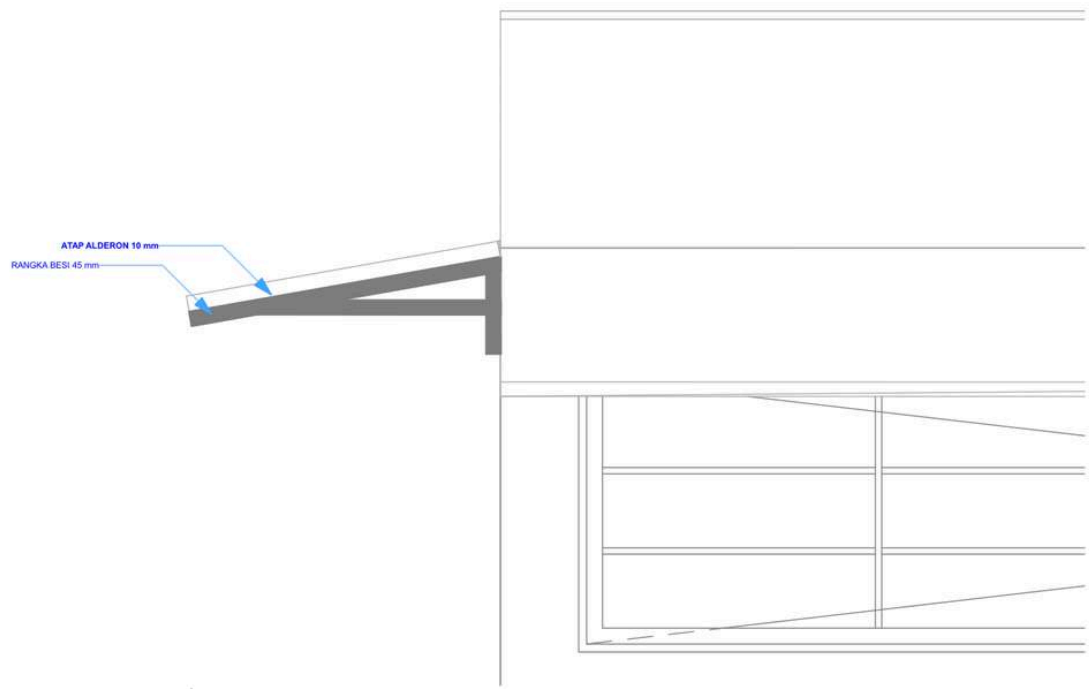
DETAIL CONNECTING DOOR
SKALA 1:50

4.9 DETAIL RANCANGAN

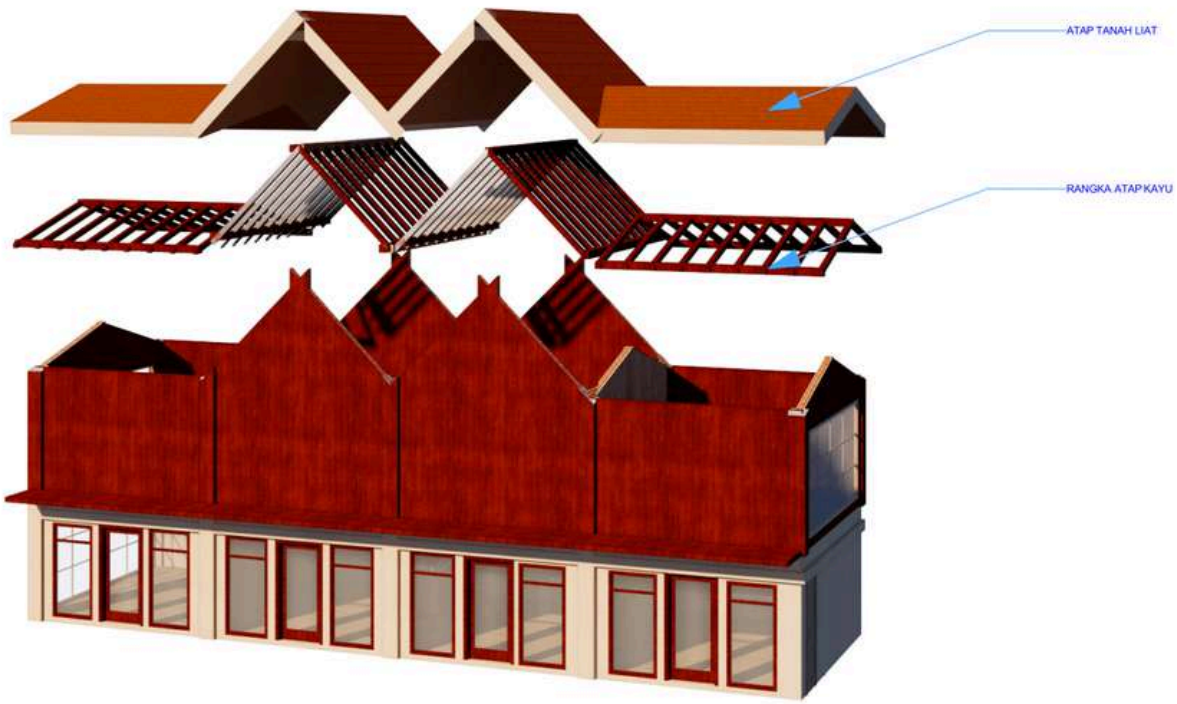




4.9 DETAIL RANCANGAN

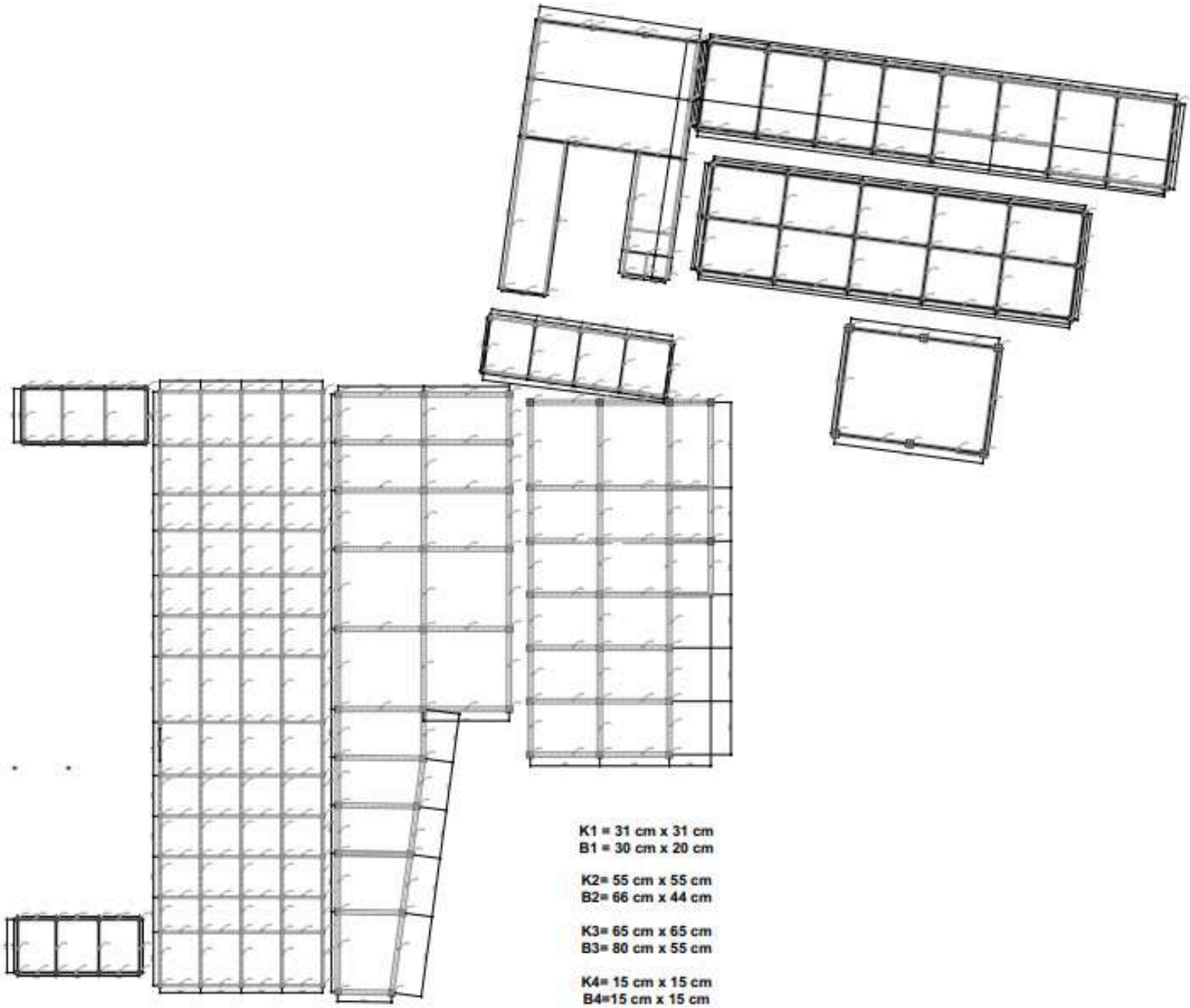


DETAIL TRITISAN
SKALA 1:50



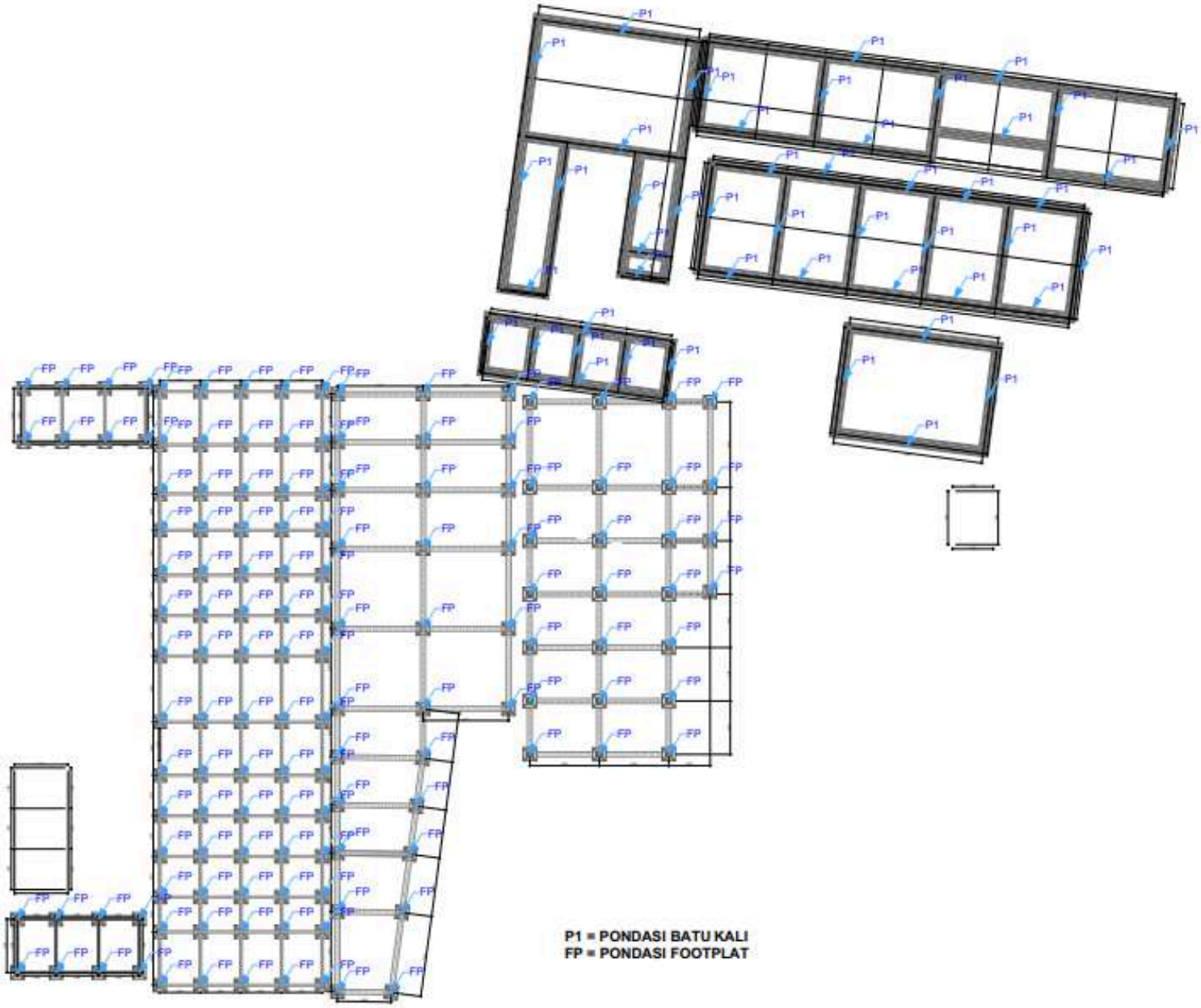
DETAIL ATAP

4.10 SISTEM STRUKTUR



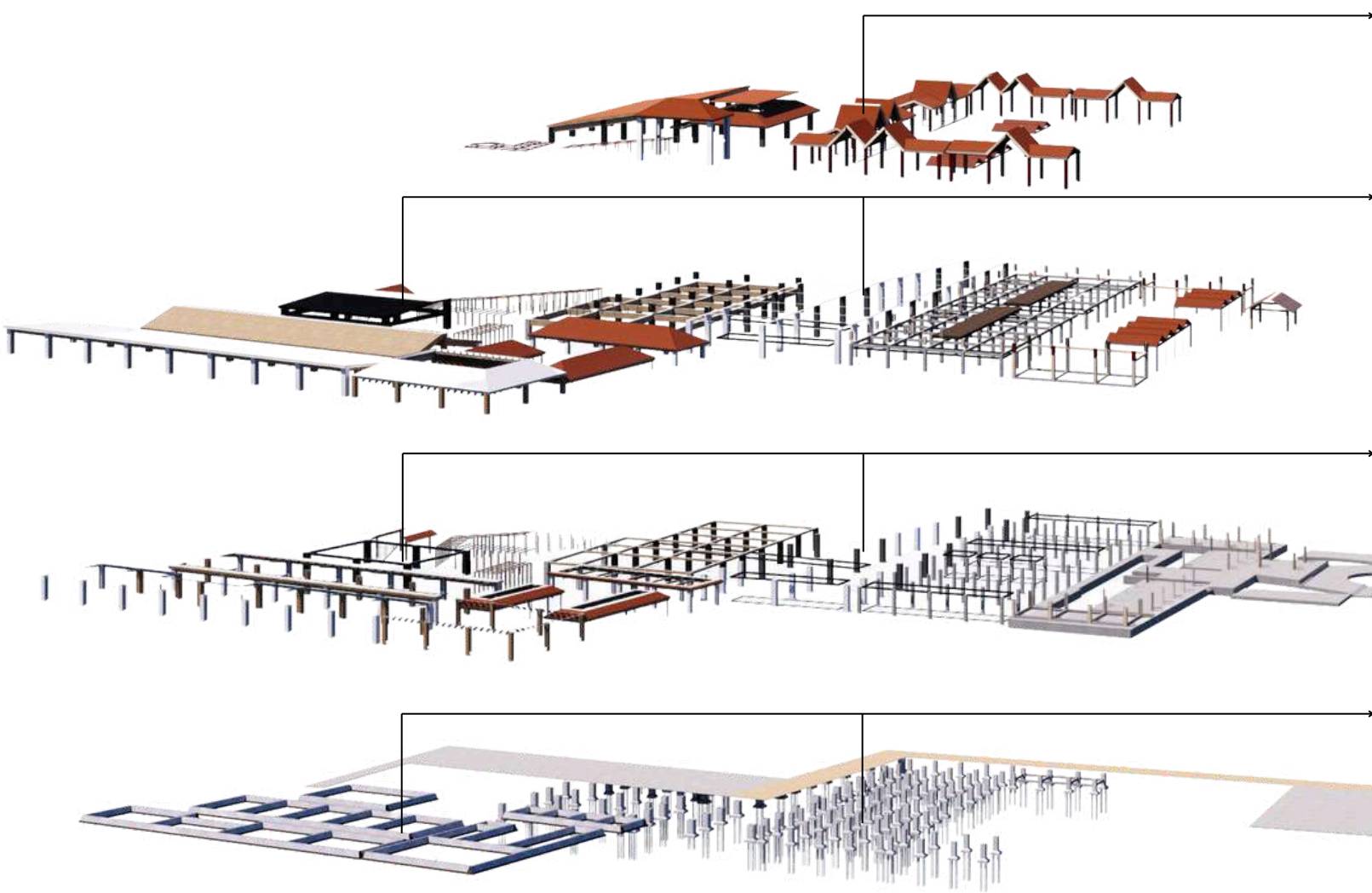
RENCANA KOLOM BALOK
SKALA 1:500

4.10 SISTEM STRUKTUR



RENCANA PONDASI
SKALA 1:500

4.10 SISTEM STRUKTUR



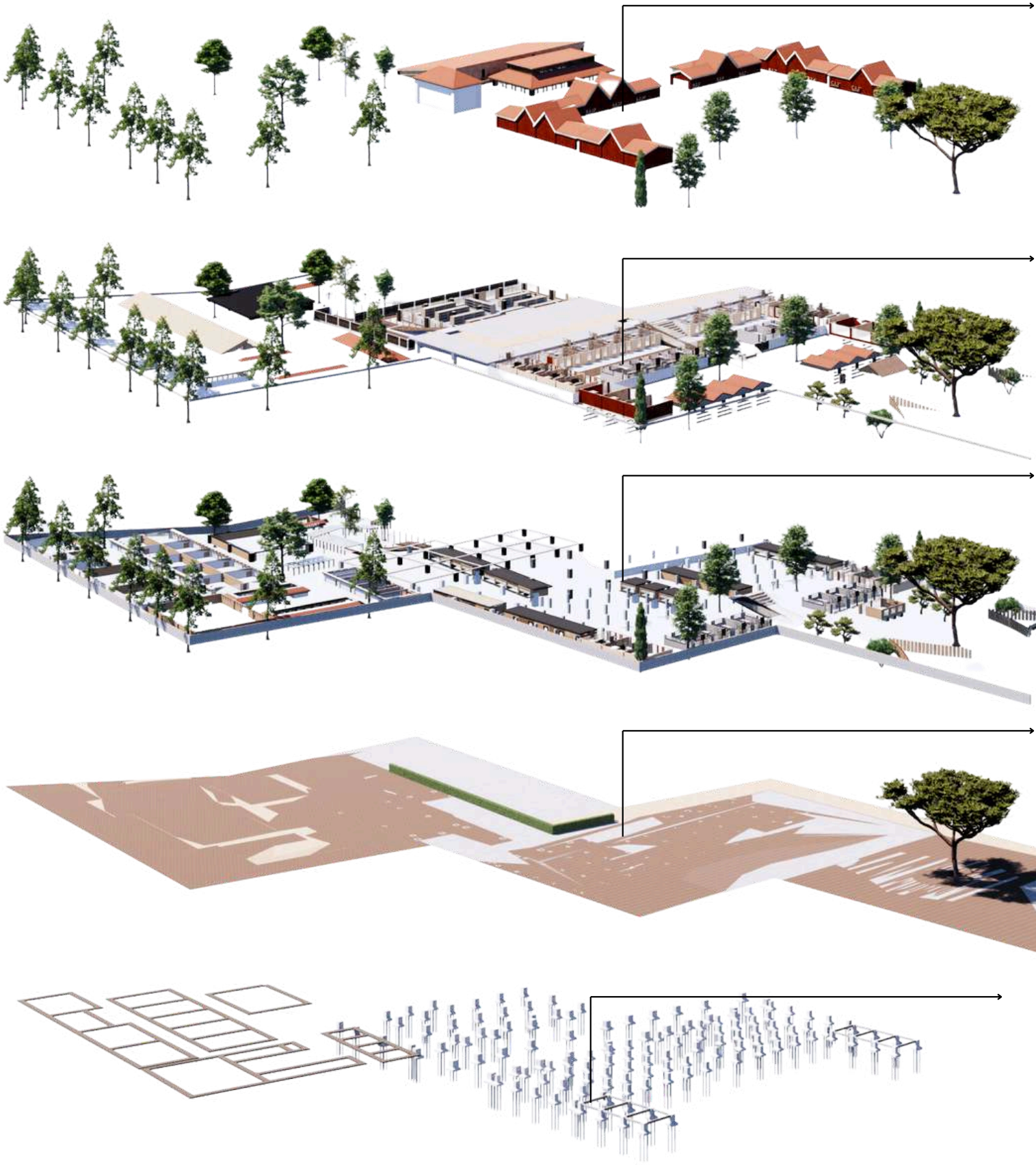
atap tanah liat

rangka baja bangunan retail 2 dan 3 lantai

kolom beton sebagai struktur utama

pondasi batu kali dan pondasi tiang pancang

4.11 AKSONOMETRI EXPLODED



lantai 3
(ruang pameran, ruang alat, toilet)

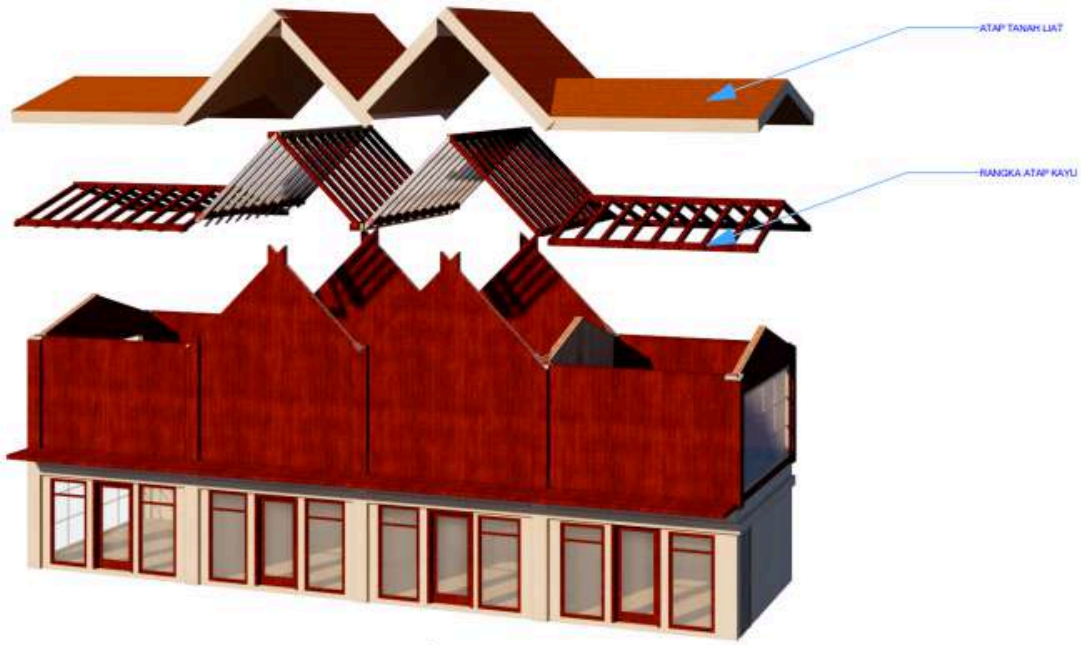
lantai 2
(retail 1 lantai, retail 2 lantai, retail oleh-oleh)

lantai 1
(ruang retal 1 lantai, ruang retail 3 lantai, umkm kuliner, ruang pengrajin, ruang kelas, auditorium, public space)

ruang parkir

pondasi

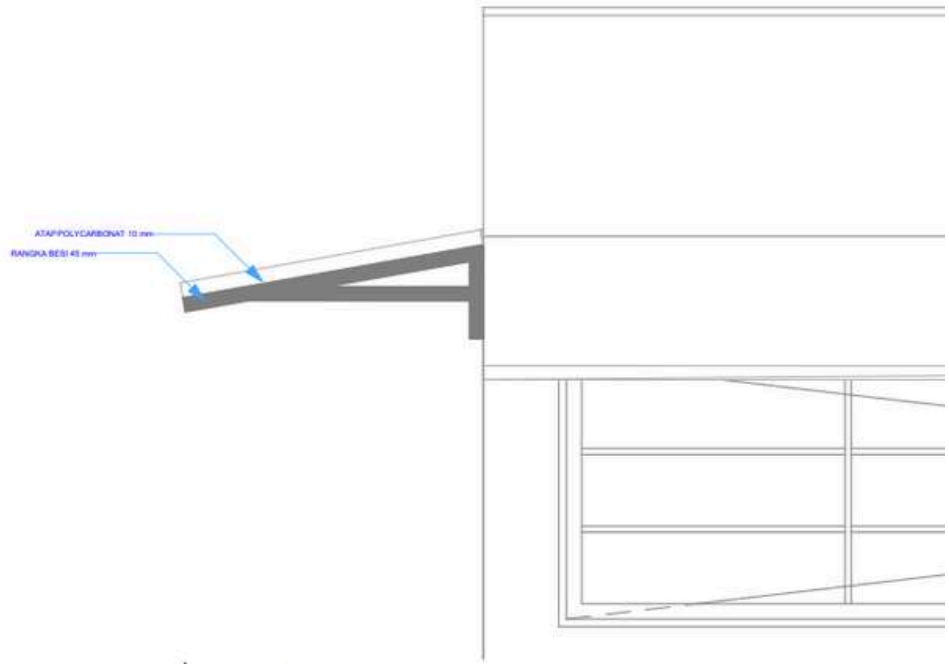
4.12 PEMECAHAN MASALAH



DETAIL ATAP
SKALA 1:50



RANGKA BANGUNAN RETAIL 1 LANTAI
SKALA 1:100



DETAIL TRITISAN
SKALA 1:50

4.13 PERSPEKTIF INTERIOR



4.13 PERSPEKTIF INTERIOR





4.13 PERSPEKTIF INTERIOR



4.14 PERSPEKTIF EKSTERIOR





4.14 PERSPEKTIF EKSTERIOR



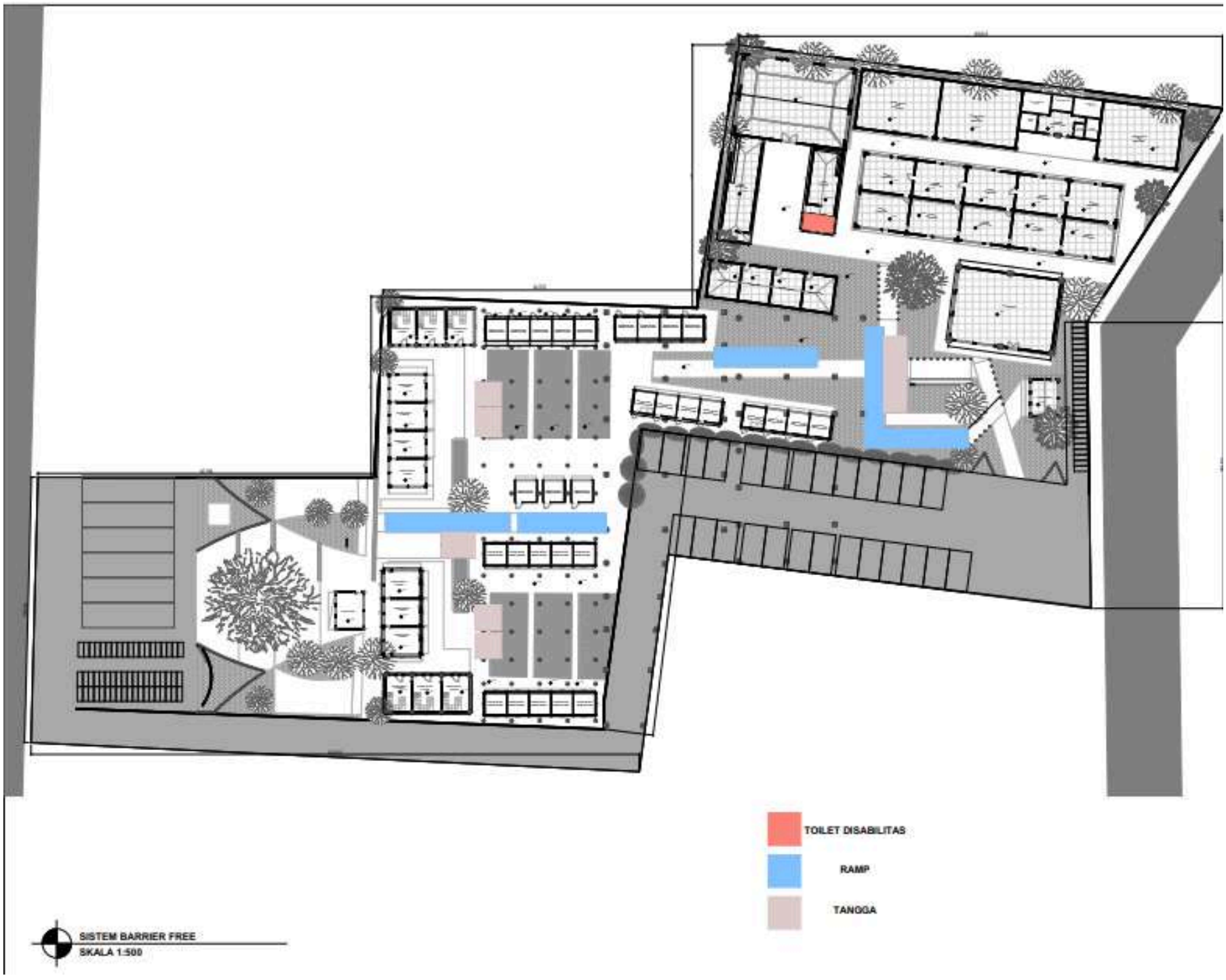


4.14 PERSPEKTIF EKSTERIOR

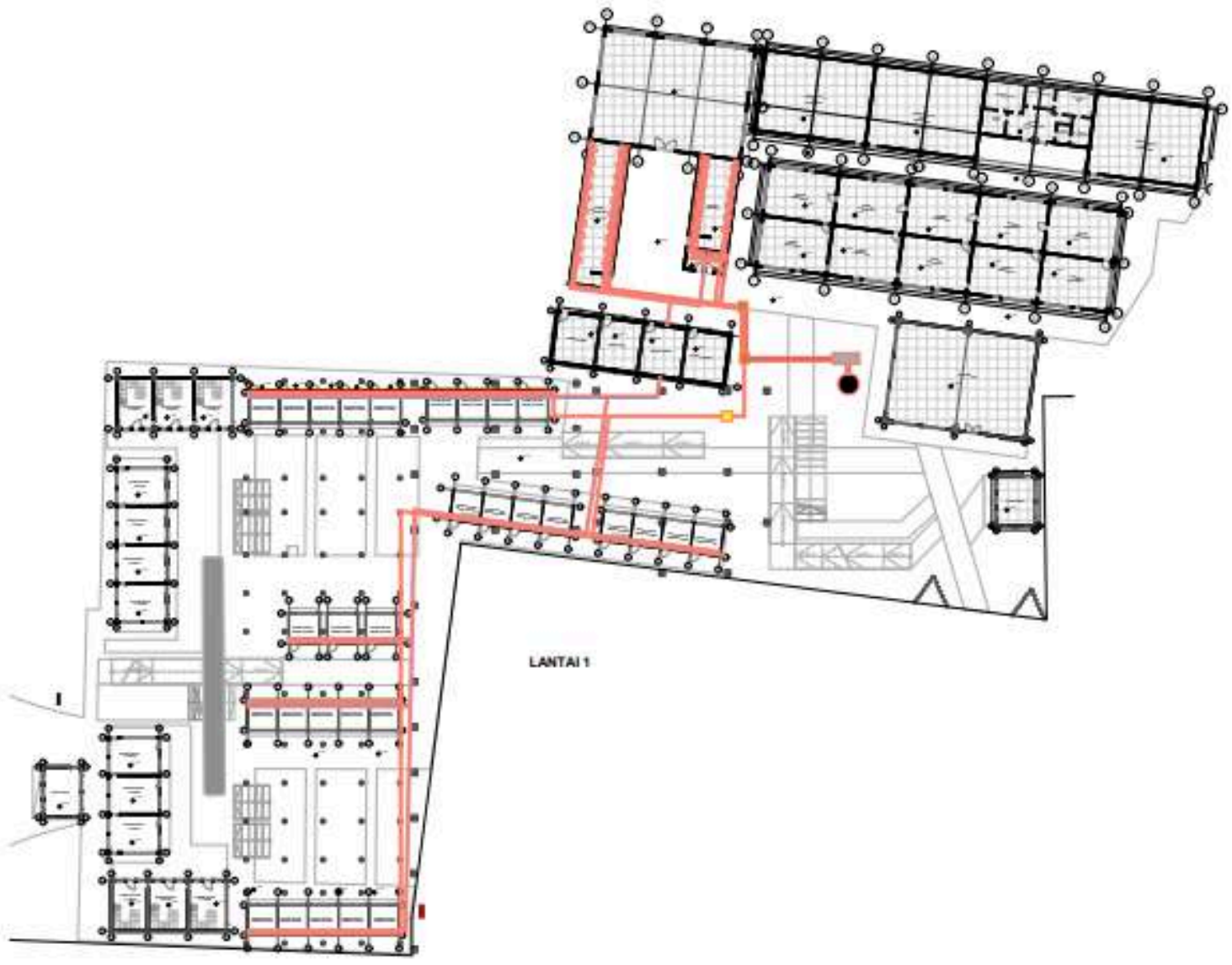




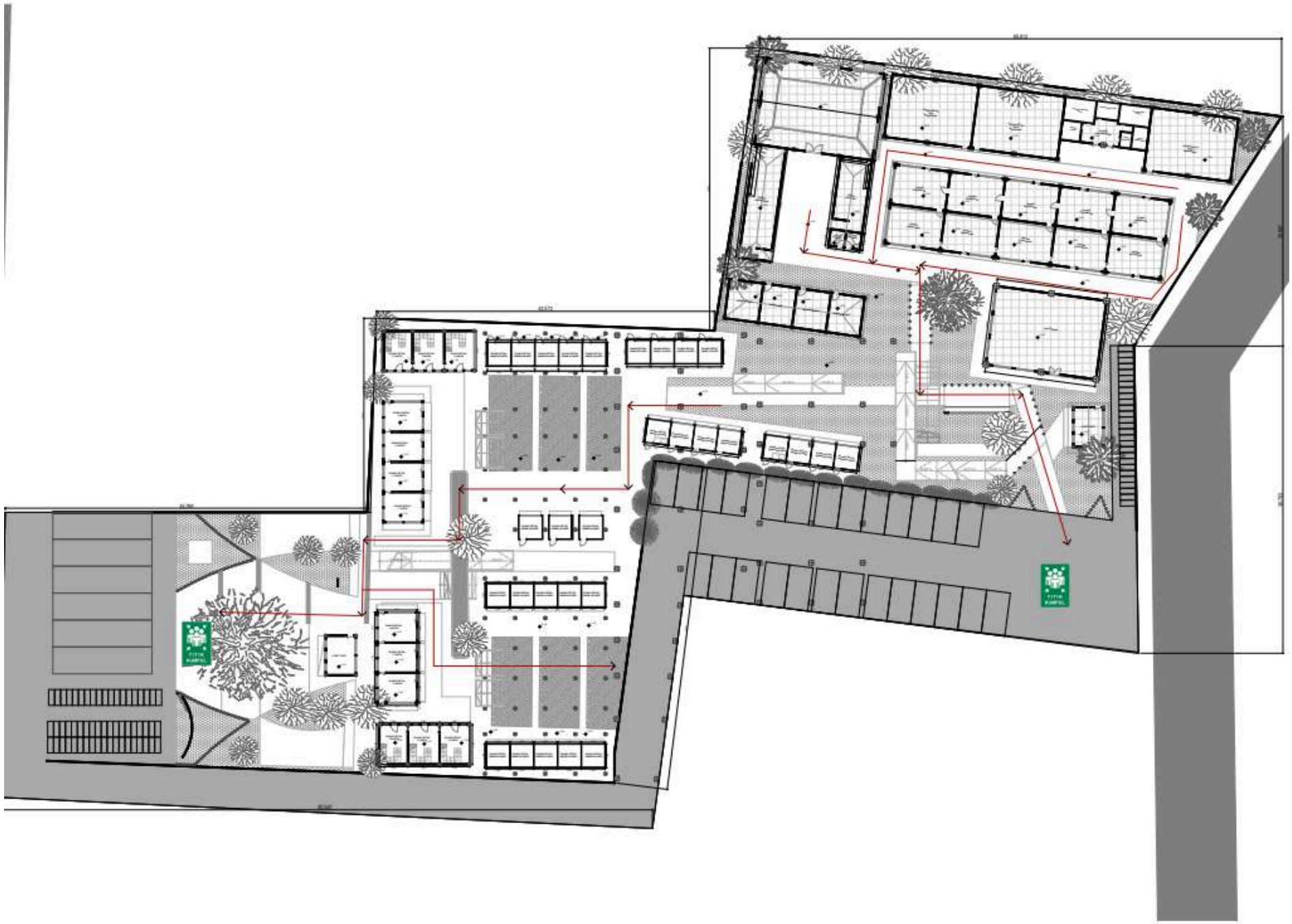
4.15 SISTEM BARIER FREE



4.15 SISTEM SANITASI

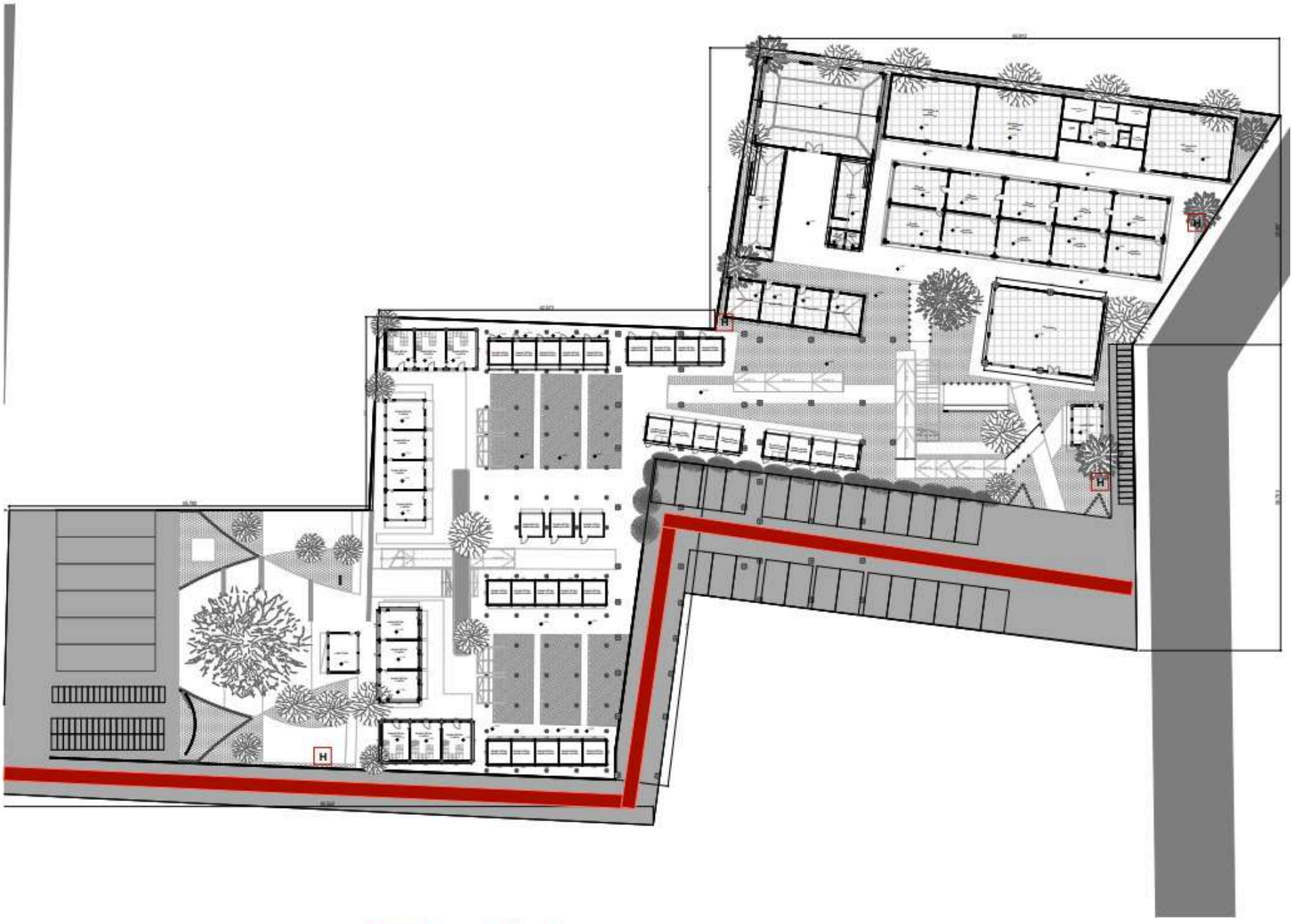


4.16 KESELAMATAN BANGUNAN

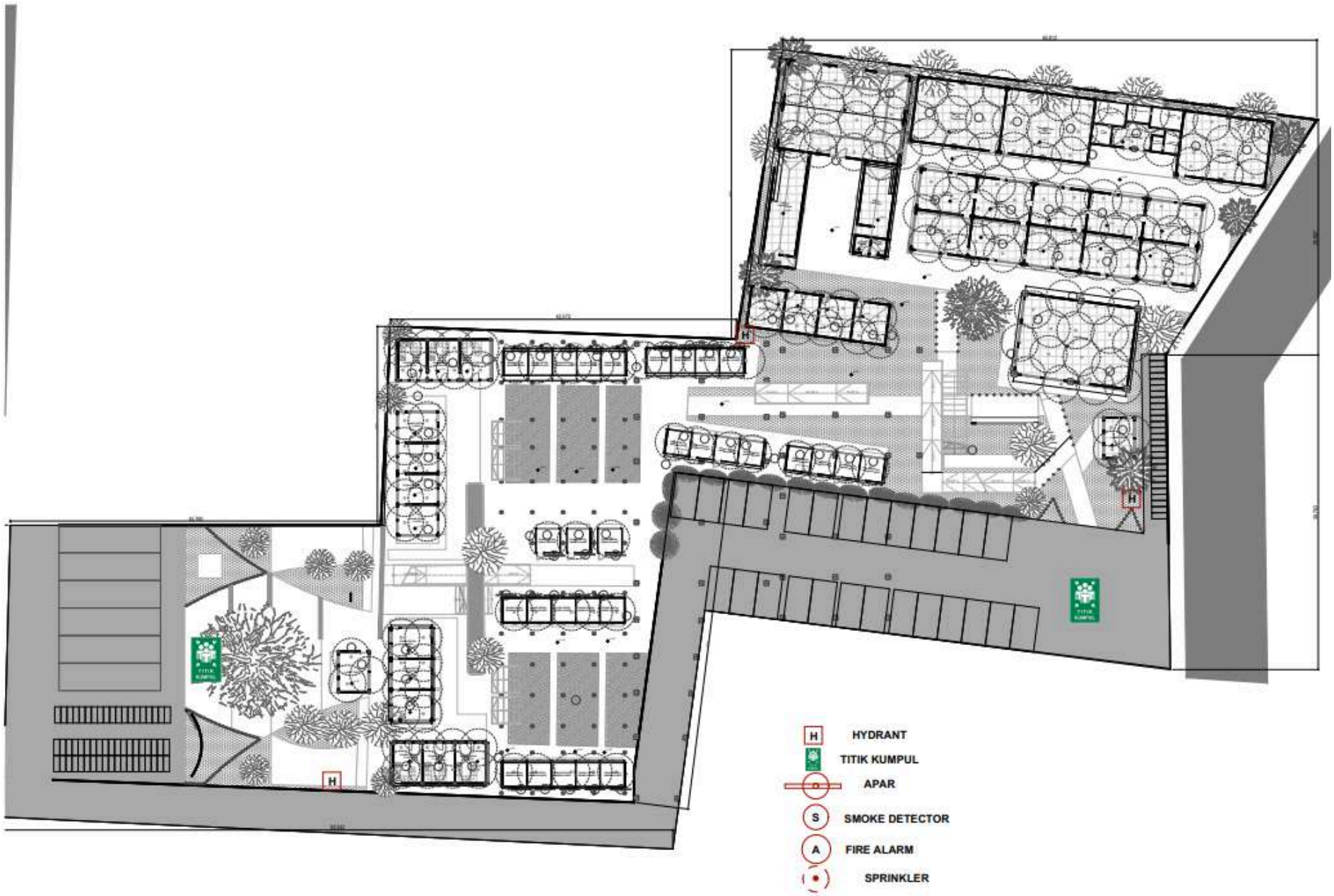


SISTEM KESELAMATAN BANGUNAN
SKALA 1:500

4.16 KESELAMATAN BANGUNAN

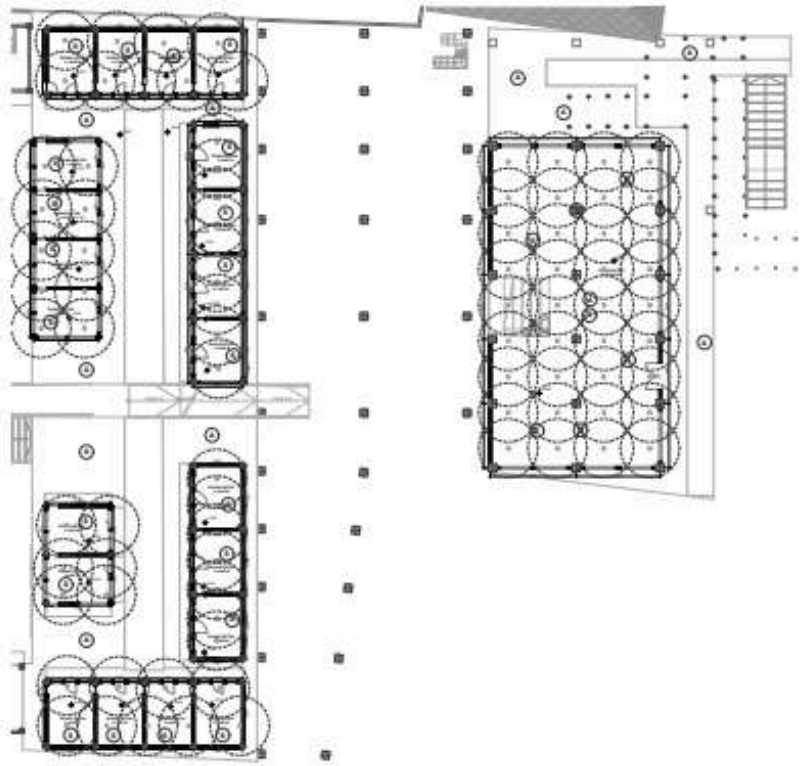


4.17 KESELAMATAN DALAM BANGUNAN

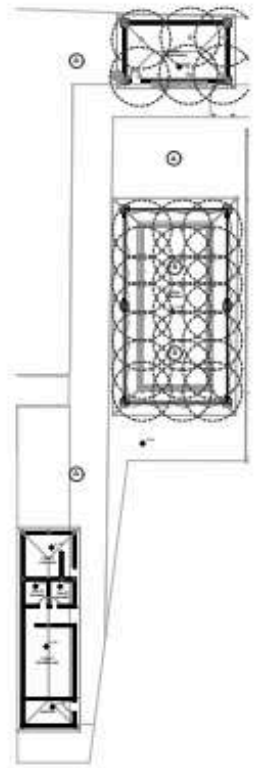


SISTEM KESELAMATAN DALAM BANGUNAN
SKALA 1:500

4.17 KESELAMATAN DALAM BANGUNAN



SISTEM KESELAMATAN DALAM BANGUNAN LT 2
SKALA 1:500



SISTEM KESELAMATAN DALAM BANGUNAN LT 3
SKALA 1:500

H HYDRANT

TITIK KUMPUL

APAR

S SMOKE DETECTOR

A FIRE ALARM

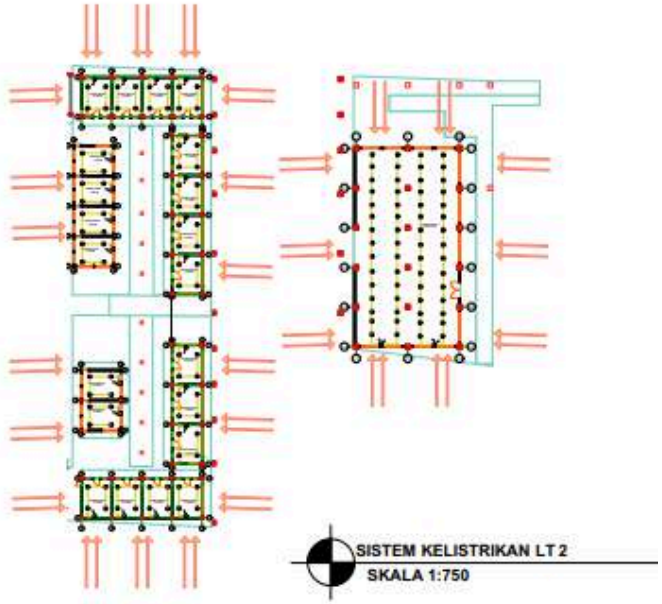
SPRINKLER

4.18 SISTEM PENCAHAYAAN

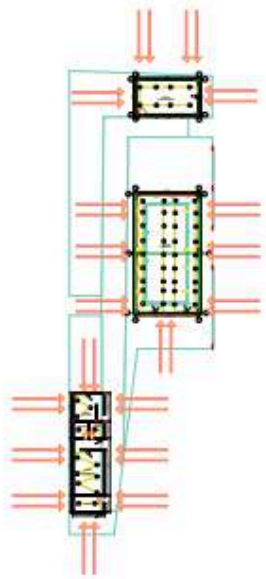


CAHAYA ALAMI
ALIRAN LISTRIK
TITIK LAMPU
SAKLAR TUNGGAL
SAKLAR GANDA
KONTROL PANEL

SISTEM KELISTRIKAN LT 1
SKALA 1:750



SISTEM KELISTRIKAN LT 2
SKALA 1:750



SISTEM KELISTRIKAN LT 3
SKALA 1:750

4.19 KONSEP ART DAN BUDAYA MEMBANGUN





Penggunaan tritisan seperti pada keadaan eksisting



Penggunaan secondary skin berupa kayu vertikal yang biasa ditemukan di rumah joglo





4.19 KONSEP ART DAN BUDAYA MEMBANGUN





Bentuk dan material atap dibuat sesuai dengan keadaan eksisting yang diadaptasi dari atap joglo

Lantai dibuat berudak agar pengunjung dapat dengan mudah melihat kegiatan yang ada



4.19 KONSEP ART DAN BUDAYA MEMBANGUN





terdapat pintu yang menghubungkan antar ruang retail sehinggal kegiatan kreatif di dalamnya dapat dirasakan

Pembuatan pergola untuk menghubungkan ruang pengrajin dengan ruang pameran sehingga barang dapat dengan mudah dipindahkan



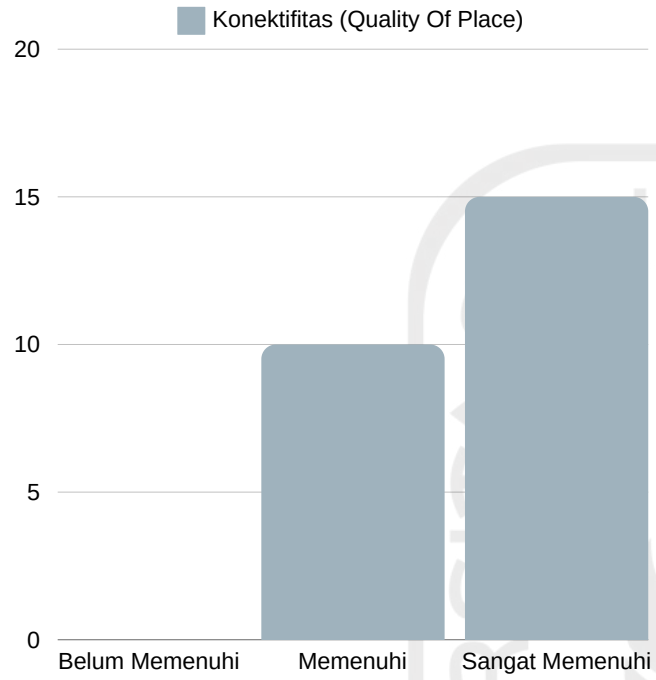
4.21 Hasil Uji Desain

Uji desain dilakukan dengan melakukan wawancara dengan *End- users* untuk membantu dalam perancangan *creative hub.* Pengujian dilakukan dengan metode Google Form yang memberikan penjelasan tentang perancangan yang diberikan 3 pilihan jawaban yaitu 1 (belum memenuhi) - 3 (sangat memenuhi)

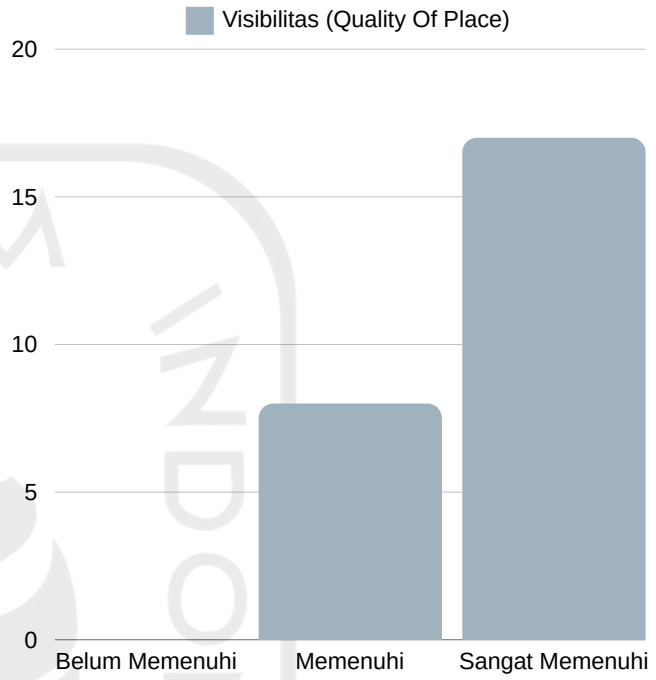
Dengan memberikan deskripsi singkat tentang rancangan bangunan, hal-hal yang ditanyakan sesuai aspek adalah sebagai berikut :

1. Perancangan Creative Hub berdasarkan Konektifitas (Quality of Place)
2. Perancangan Creative Hub berdasarkan Integrasi (Quality of Place)
3. Perancangan Creative Hub berdasarkan Visibilitas (Quality of Place)
4. Perancangan Creative Hub untuk menciptakan ruang baru bagi Manding (Social Opportunity)
5. Perancangan Creative Hub dengan identitas lokal yang tidak hilang (Physical Form)

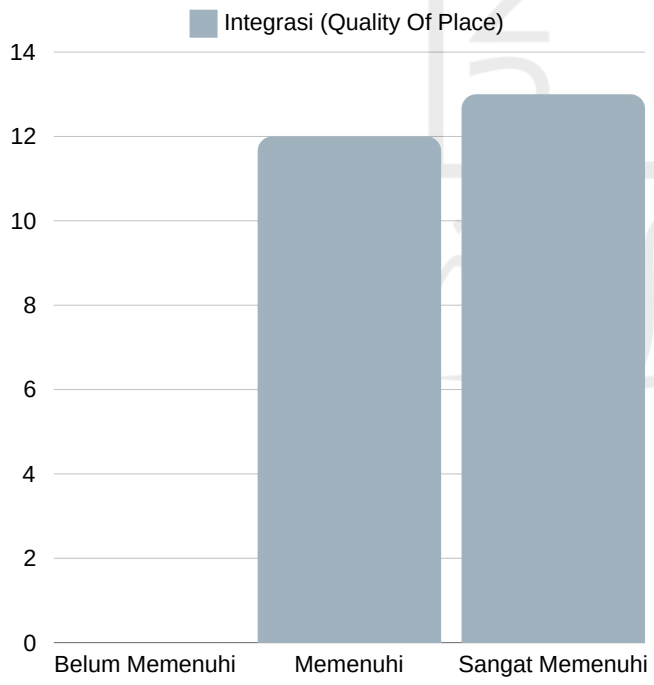
Pada perancangan creative hub kali ini menggunakan pendekatan berupa creative placemaking yaitu hubungan antar kegiatan, apakah denah dibawah ini sudah dapat memenuhi kriteria?



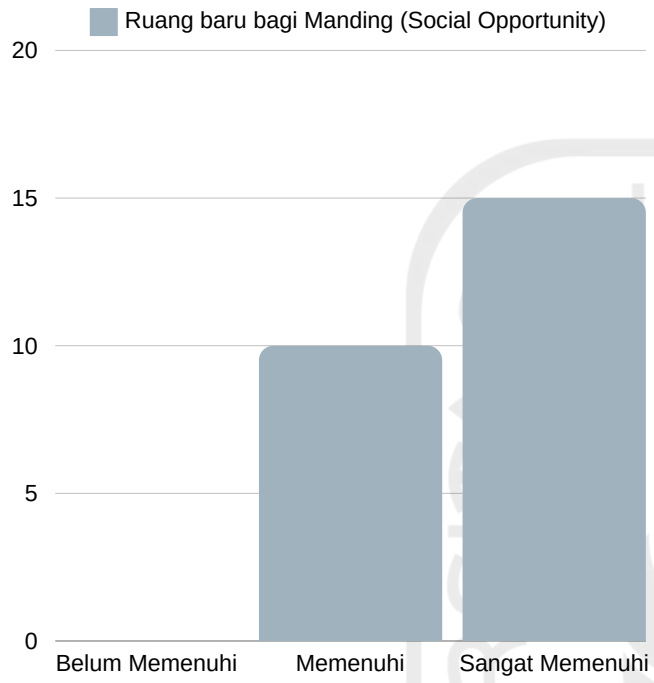
Pada perancangan creative hub kali ini menggunakan pendekatan berupa creative placemaking yaitu kemudahan dalam penglihatan ke seluruh area, apakah denah dibawah ini sudah dapat memenuhi kriteria?



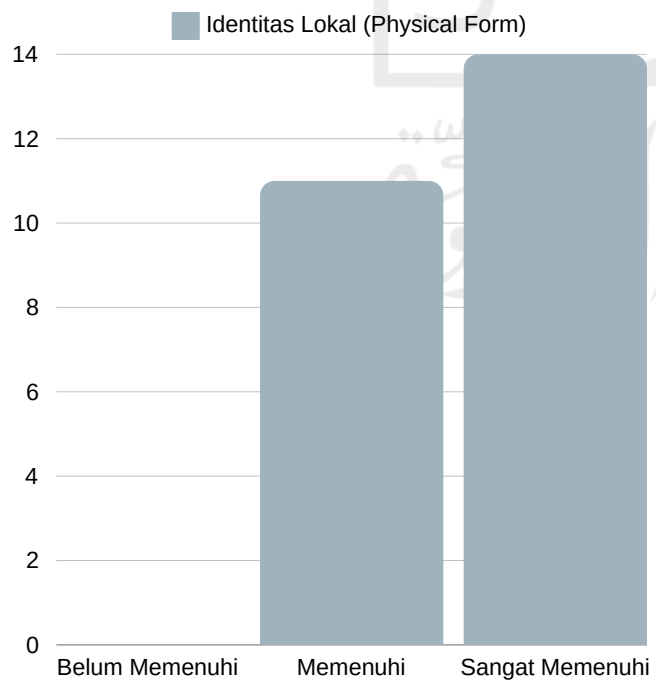
Pada perancangan creative hub kali ini menggunakan pendekatan berupa creative placemaking yaitu penghubung antar bangunan, apakah denah dibawah ini sudah dapat memenuhi kriteria?



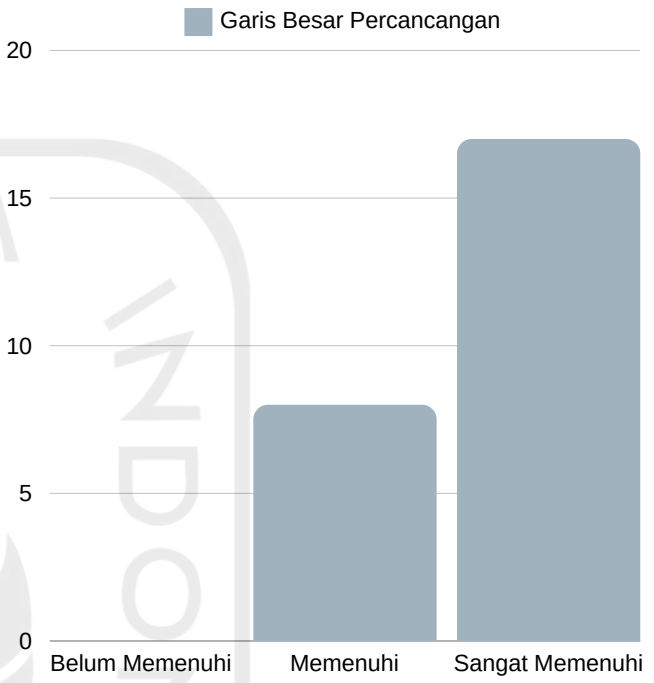
Pada perancangan creative hub kali ini menggunakan pendekatan berupa creative placemaking bertujuan untuk membuat sebuah ruang baru bagi Manding yang nyaman, apakah perancangan ini telah menjawab tujuan?



Pada perancangan creative hub kali ini menggunakan pendekatan berupa creative placemaking yang memperhatikan ke-khas-an Manding, seperti material yang digunakan Manding saat ini juga ornamen yang ada di Manding dan sekitarnya, apakah hal tersebut sudah dapat tercantum?



creative hub ini bertujuan untuk memberikan ruang baru bagi penggiat retail Manding, usaha UMKM sekitar, dan ruang pengrajin. Apakah gambar dibawah ini sudah memenuhi tujuan dari perancangan ini?



Dari pengujian yang telah dilakukan dengan Konsep yang berhubungan dengan rancangan Maka Rancangan ini sudah memenuhi dengan presentase memenuhi 39,3% dan presentase sangat memenuhi 60,7%

G G

G G G

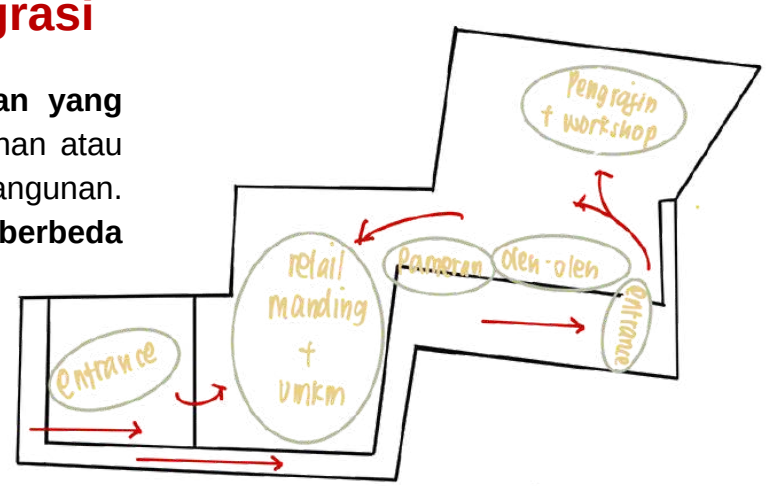
5. Poin-Poin Respon Evaluasi

- Bagaimana proses dan transformasi penyelesaian permasalahan khusus 1 dan 2, (berkaitan aspek Quality of Place)?
- Tunjukkan jalur sirkulasi pengunjung, penjual dan pengelola.
- Tunjukkan denah interior ruang-ruang penting dan perpektifnya.

5.1 Bagaimana proses dan transformasi penyelesaian permasalahan khusus 1 dan 2, (berkaitan aspek Quality of Place)?

Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Konektifitas dan Integrasi**

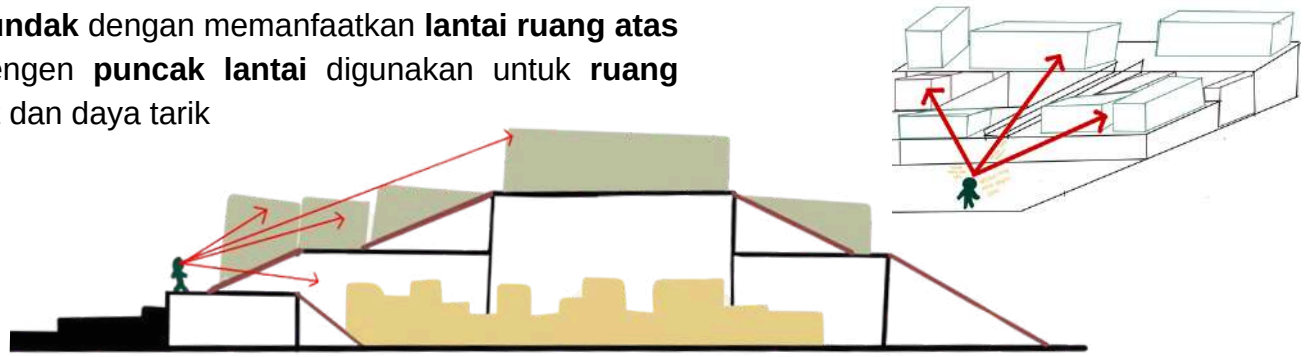
Konektifitas berdasar tata masa yaitu, **Menyatukan kegiatan satu dengan yang lainnya**, karakteristik dari konektifitas ialah adanya penghubung antar bangunan atau ruang. Pada hal ini adanya konektor yang menghubungkan antar massa bangunan. Secara **integrasi** penataan tata massa, yaitu **menggabungkan fungsi berbeda dengan tujuan meningkatkan efesiensi.**



sisi selatan site diberi jalan untuk akses kendaraan sehingga dapat lebih mudah dalam menyesuaikan kepentingan

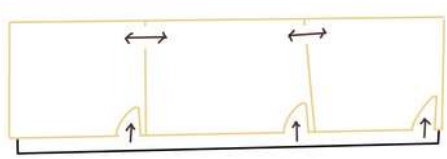
Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Visibilitas**

Pada perancangan ini konsep tata masa berdasarkan **visibilitas** direalisasikan dengan bangunan yang **dibuat berundak** dengan memanfaatkan **lantai ruang atas dan bawah** dengan maksimal, pengen **puncak lantai** digunakan untuk **ruang pameran** untuk meningkatkan minat dan daya tarik



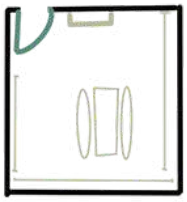
Ekpolasi konser Mikro **Tata Ruang** berdasarkan **Quality Of Place** berupa **Konektifitas dan Integrasi**

Penataan ruang semi open space dapat memaksimalkan konektivitas dan integritas (Askarizad, Safari, 2019).

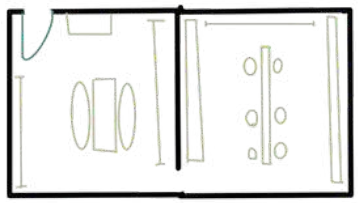


adanya connecting door antara ruang retail

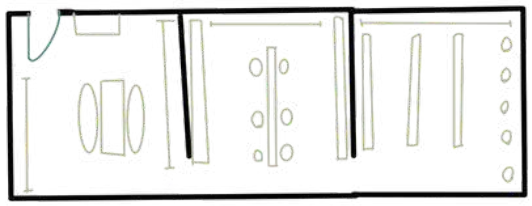
5.1 Bagaimana proses dan transformasi penyelesaian permasalahan khusus 1 dan 2, (berkaitan aspek Quality of Place)?



Retail 1 Lantai umumnya merupakan toko kecil pada eksisting berukuran 15 m2 yang menjual barang-barang kecil seperti gantungan kunci dan lain-lain

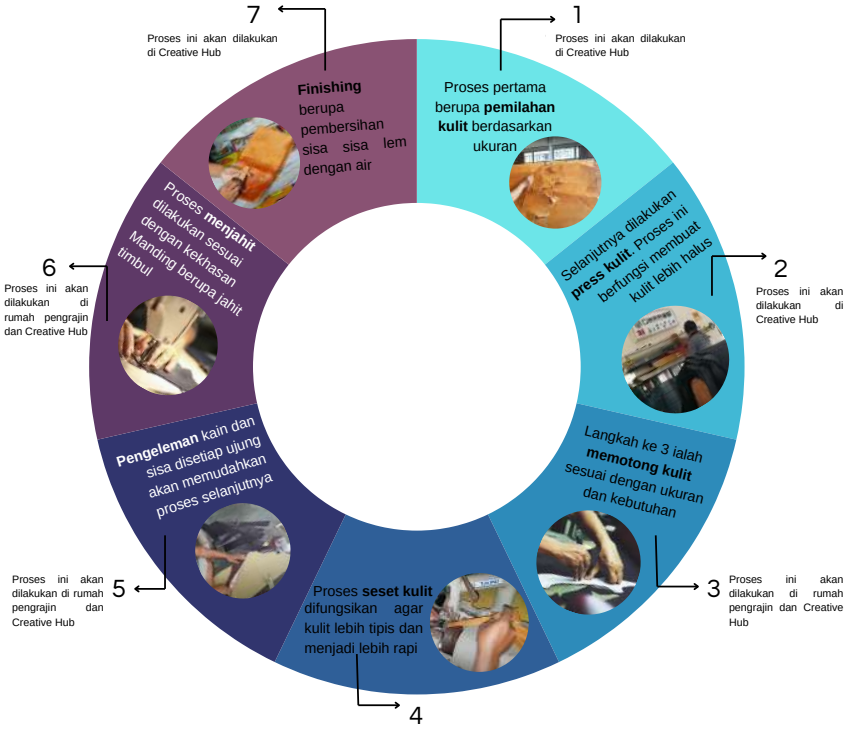


Retail 2 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 30 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah sedang



Retail 3 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 45 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah banyak yang dilengkapi fasilitas dapat melakukan pemesanan khusus (custom)

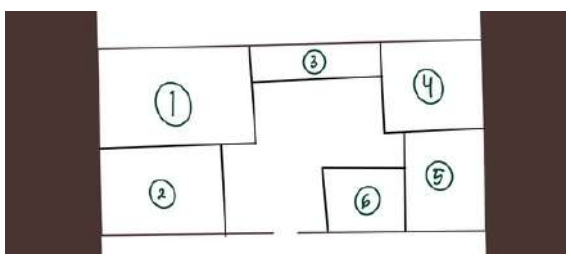
Visibilitas pada tata ruang dinilai dari penataan yang maksimal dan sesuai dengan perilaku manusia (Damasturi, 2011)



Proses pembuatan yang dilakukan pengrajin didalam ruangan yang disediakan di Manding seperti pada gambar,

7 proses yang dilakukan oleh pengrajin sebagian besar akan dilkukan di dalam *creative hub* yang dirancang, proses diatas membutuhkan sebuah ruang besar untuk memilah kulit juga pada proses press kulit dikarenakan alat yang digunakan terbilang cukup besar.

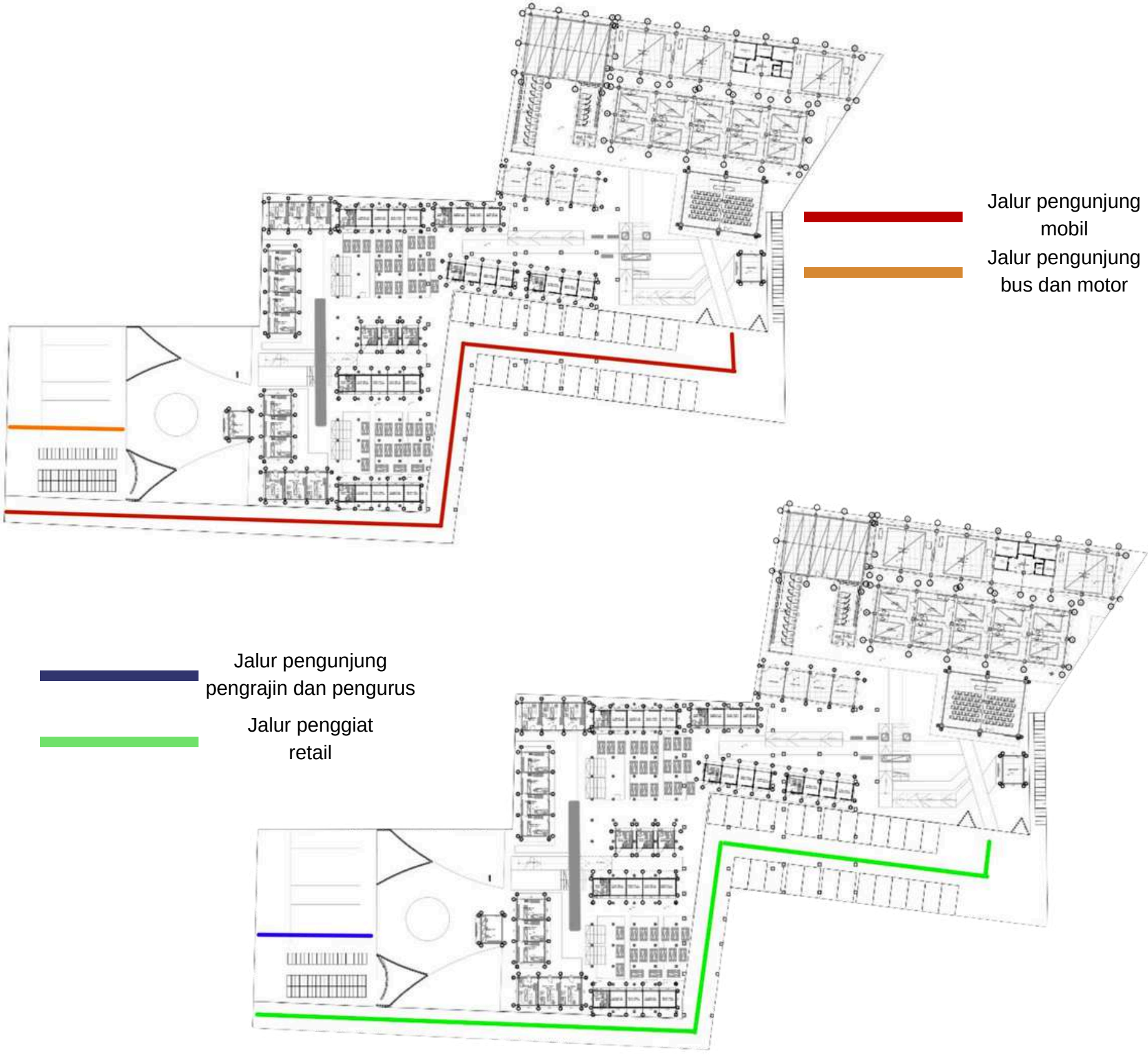
Ruangan yang dibutuhkan berupa sebuah ruangan suhu normal yaitu 21-25 derajat celcius dengan sinar matahari yang tidak terpapar langsung.



1. Ruang Pemilahan Kulit
2. Ruang Press
3. Ruang Memotong
4. Ruang Seset Kulit
5. Ruang Pengeleman
6. Ruang Menjahit

Proses memotong, seset, pengeleman, menjahit, dan finishing dapat dilakukan di ruangan masing-masing pengrajin juga dapat dilakukan di rumah pengrajin, Namun tetap akan disediakan ruang untuk melakukan di Ruang transit kulit.

5.2 Tunjukkan jalur sirkulasi pengunjung, penjual dan pengelola.



5.3 Tunjukkan denah interior ruang-ruang penting dan perpektifnya.



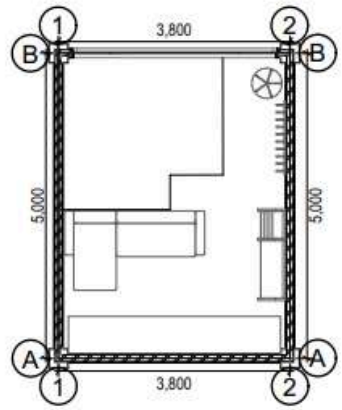
DENAH RETAIL 1 LANTAI
SKALA 1 :20



DENAH RETAIL UMKM
SKALA 1 :20



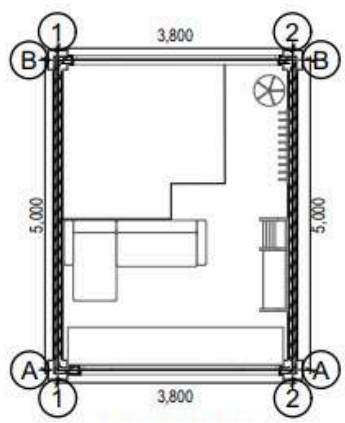
DENAH LANTAI 1 RETAIL 2 LANTAI
SKALA 1 :20



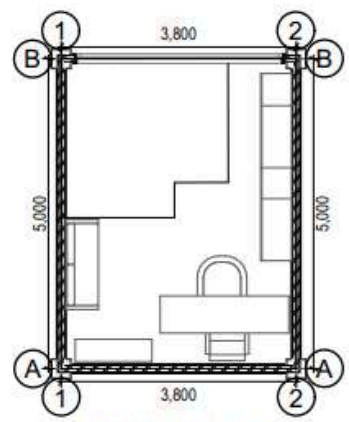
DENAH LANTAI 2 RETAIL 2 LANTAI
SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 1 RETAIL 3 LANTAI
SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 2 RETAIL 3 LANTAI
SKALA 1 :20



DENAH LANTAI 3 RETAIL 3 LANTAI
SKALA 1 :20

5. Daftar Pustaka

O'Hara, E., & Naik, D. (2021). Mapping Creative Hubs in England.

Renata, M. (2020). Perancangan Interior Creative Hub Jogja Community Creative Center (Doctoral dissertation, ISI Yogyakarta).

Nadi, R. F. (2020). Perancangan Creative Hub Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Blending Spaces.

Aguspriyanti, C. D., Benny, B., Christine, V., Fernando, D., & Tan, A. (2023). Between Architecture, Story, and Place Identity: A Narrative Approach for Creative Placemaking in Museum Design. Jurnal Arsitektur TERRACOTTA, 5(1), 13-22.

Kevin Fadilla Muadzin (2022), Perancangan Ruang Komunitas Dengan Pendekatan Creative Placemaking Di Tepian Mahakam . Samarinda Design Of Community Space With Creative Placemaking Approach In Mahakam Riverside , Samarinda

Fidzin Arsli Muzady (2022), Perancangan Creative Hub Dengan Pendekatan Regionalisme Kritis Di Prambanan, Klaten

Pandu Dewanata (2022), Perancangan Pusat Pameran Seni Dan Kebudayaan Bantul Dengan Pendekatan Arsitektur Neo-Vernakular Dan Ruang Terbuka Hijau Di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Ching, D. K. "Francis (2008) Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Tatanan." Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga (2008).

Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., ... & Sudarmanto, E. (2020). Ekonomi Kreatif. Yayasan Kita Menulis.

Rudy, D. G., & Mayasari, I. D. A. D. (2019). Prinsip-Prinsip Kepariwisataan dan Hak Prioritas Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Kertha Wicaksana, 13(2), 73-84.

Gisela, S., & Anggraini, D. (2020). Wadah Interaksi Sosial dan Sarana Kreatif di Kemayoran, Jakarta Pusat. Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa), 2(1), 1047-1060.

Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. Jurnal Inovasi Penelitian, 2(5), 1469-1474.

british Council Book (2017). Enabling Space: Mapping Creative Hubs in Indonesia

https://dptr.bantulkab.go.id/storage/dptr/menu/200/peraturan-daerah-2011-04.pdf

https://jogja.tribunnews.com/2015/10/30/desa-manding-surga-bagi-pemburu-kerajinan-berbahan-kulit?page=2#google_vignette

https://finance.detik.com/solusiukm/d-6355258/home-industri-manfaat-jenis-usaha-dan-keunggulannya

https://www.neliti.com/publications/130719/peran-home-industri-dalam-meningkatkan-ekonomi-keluarga-studi-kasus-home-industri

Project for Public Spaces 2009b

M M

Cek Plagiasi

Direktorat Perpustakaan Universitas Islam Indonesia
Gedung Moh. Hatta
Jl. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext.2301
F. (0274) 898444 psw.2091
E. perpustakaan@uii.ac.id
W. library.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI
Nomor: 2424048212/Perpus./10/Dir.Perpus/VI/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini, menerangkan Bahwa:

Nama	: Achika Sandra Ryanti Mahieu
Nomor Mahasiswa	: 20512038
Pembimbing	: Stefy Prasasti Anggraini, S.T., M.Arch.
Fakultas / Prodi	: Teknik Sipil dan Perencanaan/ Architecture
Judul Karya Ilmiah	: Percancangan Creative Hub Seni kulit Manding dengan Pendekatan Creative Placemaking

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **5 (Lima) %.**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7/29/2024
Direktur

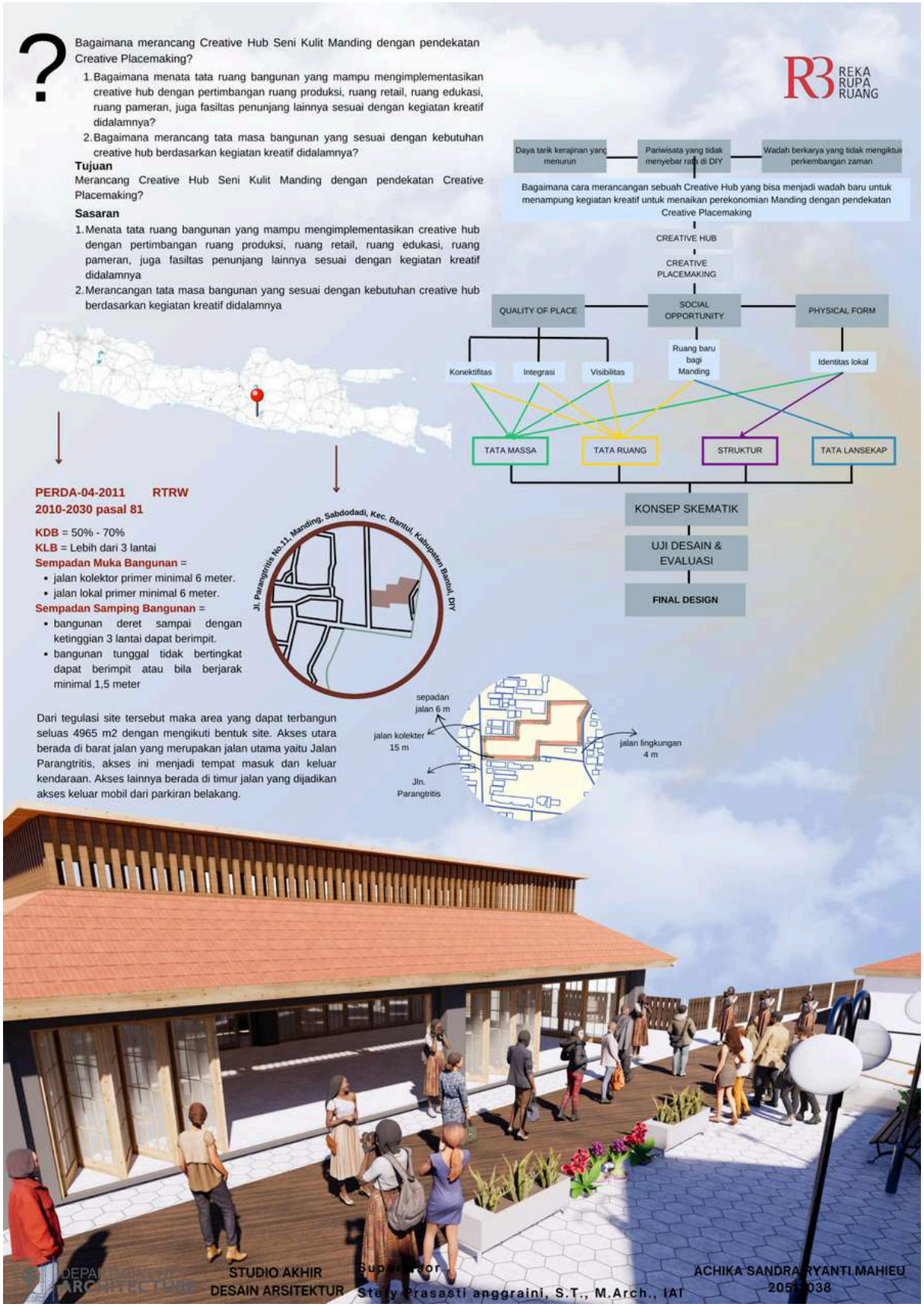
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
DIREKTORAT PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA

Muhammad Jamil, SIP.

Architectural Presentation Board



Architectural Presentation Board



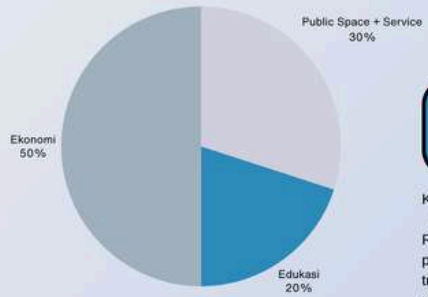
Architectural Presentation Board

PEMBAGIAN RUANG

REKA RUPA RUANG

KDB = 50% - 70%
KLB = Lebih dari 3 lantai

Luas Dasar Bangunan
Luas lahan : 8.274 m2
KDB : 50% - 70% (60%)
LDB = 4.965 m 2



50% **Ekonomi** **2.483 m2**

Kegiatan ekonomi ini berupa :

1. Ruang Retail Manding (Publik)

Sebuah ruang besar yang diisi oleh 27 penggiat retail Manding dengan bilik-bilik, yang masing biliknya berukuran 15 m2.

2. Ruang Pameran (Publik)

Ruangan ini akan digunakan secara terus menerus tetapi akan digunakan berkala untuk sebuah event kolaborasi antara seni kulit Manding dan penggiat seni di sekitar daerah Manding.

3. Ruang Retail Oleh-Oleh (Publik)

Ruangan oleh-oleh ini akan dijadikan salah satu penunjang perekonomian dan fasilitas tambahan berupa sebuah ruang besar

4. Foodcourt (Publik)

Sebuah ruang besar yang diisi oleh UMKM dan usaha kuliner sekitar Manding yang akan menampung sekitar 25 usaha.

5. Ruang Alat (Private)

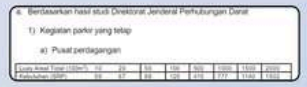
Ruang alat menjadi bagian dari ruang retail yang disewakan kepada usaha retail.

6. Ruang Transit Barang (Private)

Berupa ruang yang digunakan untuk menyimpan kulit saat datang dari Magetan juga untuk menyimpan barang saat diolah.

7. Loket TIket

Ruang digunakan untuk penjualan dan pembelian tiket


a. Berdasarkan hasil studi Direktorat Jenderal Perhubungan Darat

1) Kegiatan parkir yang tetap

a) Pusat perdagangan

Luas Area Total (100m²)	10	20	50	100	200	1000	1500	2000	
Kebutuhan (SRP)	50	67	88	125	175	777	1150	1525	

Mobil gol 1 2,30 x 5 = 11,5
Sepeda motor 0,75 x 2 = 1,5
Bus 3,40 x 12, 5 = 42,5

Luas area 8,750
SRP (100) = 125

Motor = 65 % 81 motor x 1,5 = 122 m2
Mobil = 50% 38 mobil x 11,5 = 437 m2
Bis = 5% 6 bus x 42,5 = 255 m2

Total lahan parkiran = 814 m 2

20% **Edukasi** **993 m2**

Kegiatan edukasi ini berupa :

1. Ruang Produksi (Publik)

Ruangan produksi ini akan disewakan kepada para pengrajin dengan fasilitas tambahan berupa ruang transit barang yang dapat dimanfaatkan oleh para pengrajin

2. Ruang Kelas (Publik)

Ruangan kelas berjumlah 5 akan digunakan sebagai ruang edukasi yang menunjang perekonomian dengan membuka kelas berupa beberapa jenis pembelajaran membuat kerajinan kulit.

3. Aula (Publik)

Aula akan menjadi ruang perkumpulan bagi para pengunjung yang akan mengikuti kelas.

30% **Public Space & Service** **1.489 m2**

Kegiatan Public Space dan Servis ini berupa :

1. Ruang Staff (Private)
2. Ruang MEE (Private)
3. Ruang Genset (Private)
4. Ruang Pompa (Private)
5. Gudang (Private)
6. Mushola (Private)
7. Janitor (Private)
8. Pos Keamanan (Private)
9. Pusat Keamanan (Private)



DEPARTMENT of ARCHITECTURE

STUDIO AKHIR
DESAIN ARSITEKTUR

Supervisor
Stefy Prasasti anggraini, S.T., M.Arch., IAI

ACHIKA SANDRA RYANTI MAHIEU
20512038

Architectural Presentation Board

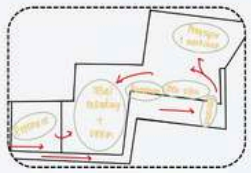


REKA RUPA RUANG

Ekpolasi konser Mikro **Tata Ruang** berdasarkan **Quality Of Place** berupa **Visibilitas**

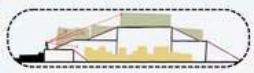
Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Konektifitas dan Integrasi**

Konektifitas berdasar tata masa yaitu, **Menyatukan kegiatan satu dengan yang lainnya**, karakteristik dari konektifitas ialah adanya penghubung antar bangunan atau ruang. Pada hal ini adanya konektor yang menghubungkan antar massa bangunan. Secara **integrasi** penataan tata massa, yaitu **menggabungkan fungsi berbeda dengan tujuan meningkatkan efesiensi. sisi selatan site diberi jalan untuk akses kendaraan sehingga dapat lebih mudah dalam menyesuaikan kepentingan**

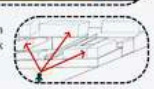


Ekpolasi konsep Messo **Tata Massa** berdasarkan **Quality of Place** berupa **Visibilitas**

Pada perancangan ini konsep tata masa berdasarkan **visibilitas** direalisasikan dengan bangunan yang **dibuat berundak** dengan memanfaatkan

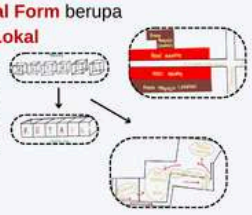


lantai ruang atas dan bawah dengan maksimal, pengen **puncak lantai** digunakan untuk **ruang pameran** untuk meningkatkan minat dan daya tarik

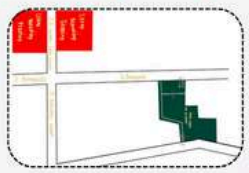


Ekpolasi konser Messo **Tata Massa** berdasarkan **Physical Form** berupa **Identitas Lokal**

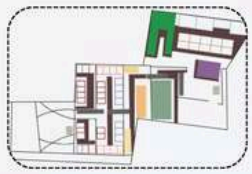
Identitas lokal pada bangunan creative hub di tonjolkan dengan peletakan massa yang sesuai dengan kondisi eksisting, ruang retail dibuat berjejer dibagian dengan depan dengan ruang pengrajin di bagian belakang.



Ekpolasi konsep Makro **Tata Landskap** berdasarkan **Social Opportunity** berupa **Ruang Baru Bagi Seni Kulit Manding**



Penataan landskap pada proyek ini dilakukan berdasarkan peluang peluang yang ada, adanya peluang besar di Manding yang tergeser akibat faktor-faktor ekstenal. Maka adanya ruang baru yang dapat memberikan fasilitas dan suasana baru akan mengembalikan kejayaan Manding.



Penataan ruang retail dibuat berundak agar dapat diakses dan diliat secara keseluruhan dari entrace.

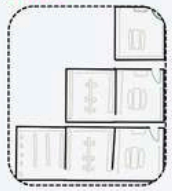
Ruang yang berkaitan dibuat berdekatan



Merancang landskap dengan konektivitas dan intregasi dengan akses yang bisa menjangkau seluruh bagian massa (Project For Public Space, 2007)



Sesuai dengn Permen PU, 2018 adanya ketentuan untuk menyediakan fasilitas keamanan, vegetasi, street furniture, juga ramah difabel



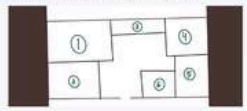
Retail 1 Lantai umumnya merupakan toko kecil pada eksisting berukuran 15 m2 yang menjual barang-barang kecil seperti gantungan kunci dan lain-lain

Retail 2 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 30 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah sedang

Retail 3 Lantai umumnya merupakan toko berukuran 45 m2 yang menjual barang-barang berukuran besar dengan stock berjumlah banyak yang dilengkapi fasilitas dapat melakukan pemesanan khusus (custom)



Ruangan yang dibutuhkan berupa sebuah ruangan suhu normal yaitu 21-25 derajat celcius dengan sinar matahari yang tidak terpapar langsung.



1. Ruang Pemilahan Kulit
2. Ruang Press
3. Ruang Memotong
4. Ruang Seset Kulit
5. Ruang Pengeleman
6. Ruang Menjahit

DEPARTMENT of ARCHITECTURE

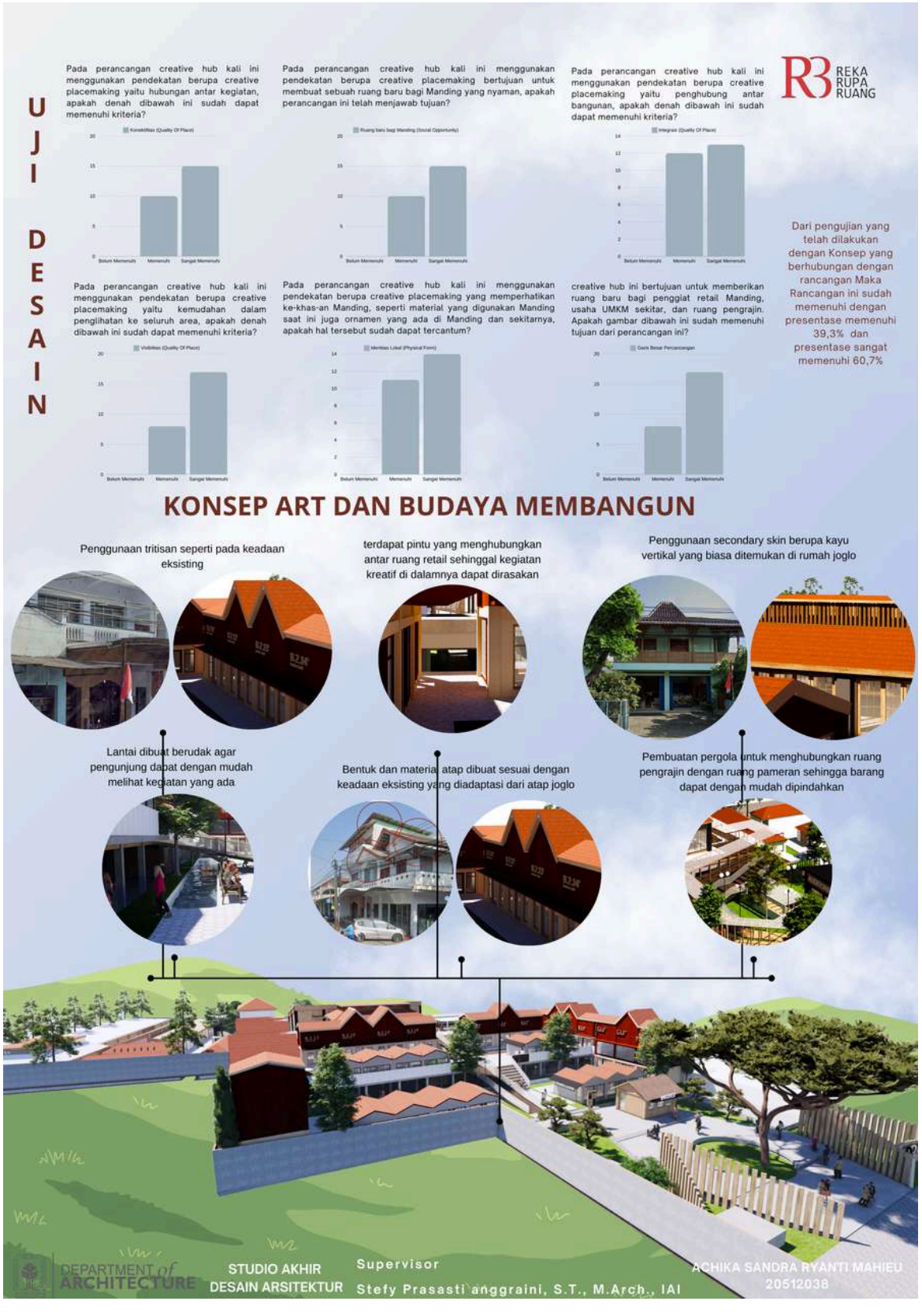
STUDIO AKHIR DESAIN ARSITEKTUR

Supervisor

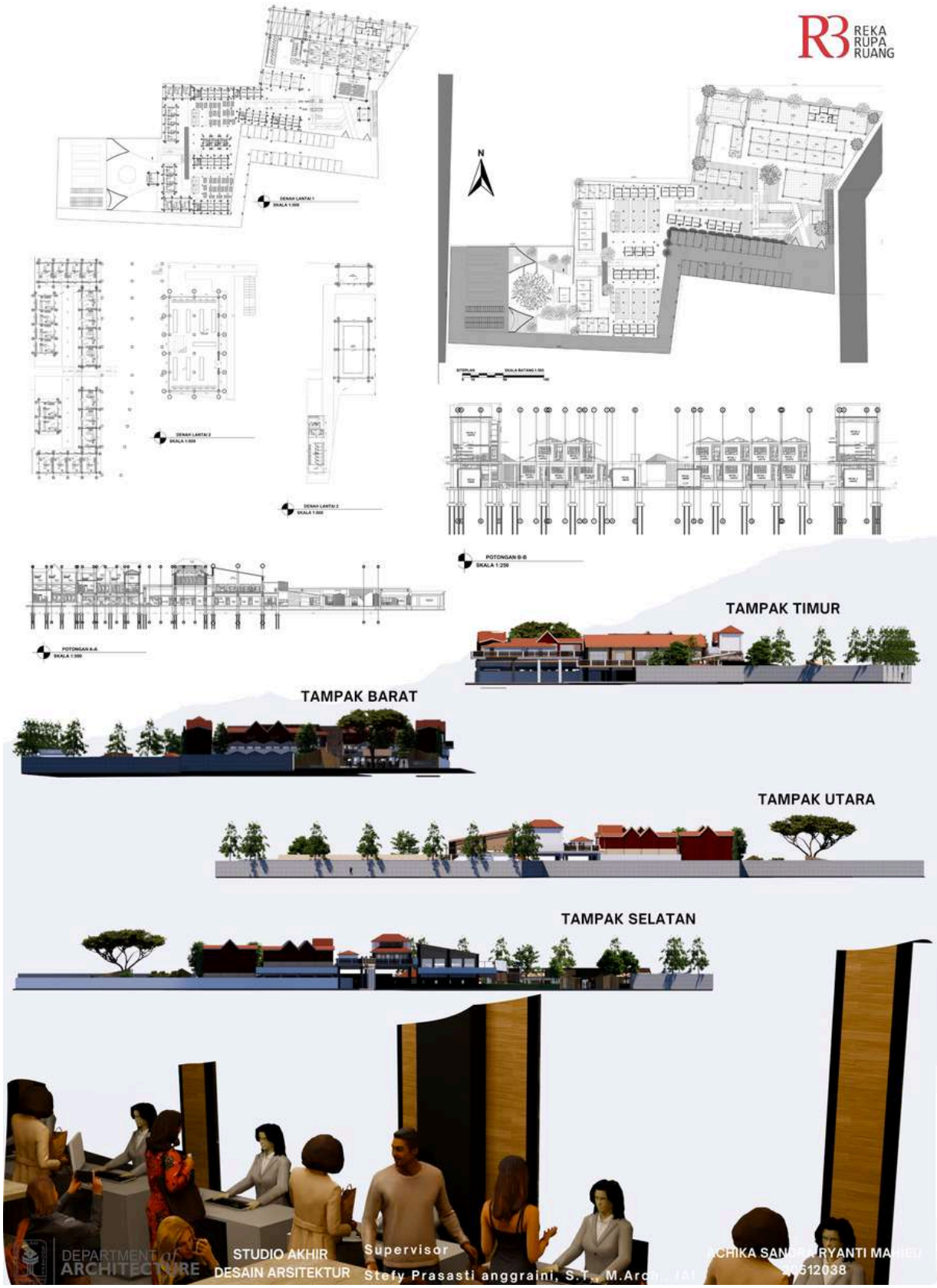
Stefy Prasasti anggraini, S.T., M.Arch., IAI

ACHIKA SANDRA RYANTI MAHIEU
20512038

Architectural Presentation Board



Architectural Presentation Board



Architectural Presentation Board



DEPARTMENT of ARCHITECTURE

STUDIO AKHIR
DESAIN ARSITEKTUR

Supervisor
Stefy Prasasti anggraini, S.T., M.Arch., IAI

ACHIKA SANDRA RYANTI MAHIEU
20512038

MAKET


PERANCANGAN CREATIVE HUB SENI KULI MANDING
DENGAN PENDEKATAN CREATIVE PLACEMAKING
SKALA
1 : 200



