

CREATIVE HUB DESIGN FOR GENERATION Z WITH AN EDUCATIONAL AND RECREATIONAL APPROACH IN TANGERANG

Aisyah Maysefira Wati<sup>1</sup>, Anisza Ratnasari<sup>2\*</sup>, Abdullah Hibrawan<sup>3</sup>  
<sup>1</sup>Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pradita.  
 \*Corresponding Author: [anisza.ratnasari@pradita.ac.id](mailto:anisza.ratnasari@pradita.ac.id)

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel:	Generasi Z atau gen z yang lahir antara tahun 1997-2012 kini menjadi kelompok demografis penting di Indonesia dan mewakili sekitar 27,94% dari total populasi. Generasi ini dikenal karena kemahiran teknologi, kreativitas, dan inklusivitas. Aktivitas kreatif menjadi bagian dari rutinitas harian gen z, dengan berbagai bentuk, termasuk pemanfaatan teknologi yang mendorong mereka terjun ke dunia kewirausahaan. Namun fasilitas kreatif di Kabupaten Tangerang masih belum tersedia untuk mendukung kegiatan kreatif tersebut. Padahal, Kabupaten Tangerang memiliki potensi besar dalam ekonomi kreatif, terutama di sektor musik, film, dan kuliner, menjadikannya lokasi yang ideal untuk pengembangan <i>creative hub</i> . Untuk itu, perancangan <i>creative hub</i> hadir untuk mengekspresikan kegiatan kreatif gen z serta komunitas kreatif dengan menggunakan pendekatan edukatif dan rekreatif. Pendekatan tersebut memiliki lima elemen, seperti visibilitas, sirkulasi, material dan warna, pengalaman ruang, dan bentuk bangunan yang dinamis. Hasil desain difokuskan pada penciptaan ruang yang mampu mendorong interaksi dan kolaborasi antar pengguna, dengan mempertimbangkan preferensi visual dan kebutuhan fungsional gen z. Hal ini dapat memudahkan pengguna dalam suatu wadah atau tempat yang sesuai akan kebutuhan dan karakteristik gen z. Diharapkan perancangan ini dapat membangun komunitas kreatif khususnya gen z di Kabupaten Tangerang dalam mengembangkan ide atau karyanya dengan memiliki nilai tambah dan dapat diapresiasi oleh masyarakat.
Diterima	
Revisi	
Dipublikasikan	
<b>Kata kunci:</b>	<b>ABSTRACT</b> Generation Z or gen z born between 1997-2012 is now an important demographic group in Indonesia and represents about 27.94% of the total population. This generation is known for its technological proficiency, creativity and inclusiveness. Creative activities are part of gen z's daily routine, in various forms, including the utilization of technology that drives them into entrepreneurship. However, creative facilities in Tangerang Regency are still not available to support these creative activities. In fact, Tangerang Regency has great potential in the creative economy, especially in the music, film and culinary sectors, making it an ideal location for the development of a creative hub. For this reason, the creative hub design is present to express the creative activities of gen z and the creative community using an educational and recreational approach. The approach has several elements, such as visibility, circulation, materials and colors, space experience, and dynamic building forms. The design outcome focused on creating a space that encourages interaction and collaboration between users, taking into account the visual preferences and functional needs of gen z. This can facilitate users in a container or place that is suitable for gen z needs and characteristics. It is hoped that this design can build a creative community, especially gen z in Tangerang Regency, in developing their ideas or work with added value and can be appreciated by the public.
Gen z	
Kegiatan kreatif	<b>Key word:</b> Gen z Creative activity Educational Recreational Creative hub
Edukatif	
Rekreatif	
Creative hub	

**PENDAHULUAN**

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), terjadi pertumbuhan demografi di Indonesia antara tahun 2010 dan 2020 dengan sekitar 27,94% dari populasi penduduk berasal dari generasi Z (BPS Humas, 2021). Generasi dengan kelahiran antara tahun 1997 - 2012 menjadi tahap penting dalam perkembangan demografi saat ini. Generasi z atau biasa disebut dengan gen z merupakan generasi yang lahir di era perkembangan teknologi yang canggih dan sangat cepat perkembangannya. Gen z

memiliki beberapa karakteristik yaitu mahir menggunakan dan memanfaatkan teknologi, realistis, menghargai perbedaan, peduli terhadap sesama, senang berekspresi, kreatif, sangat terbuka dan inklusif (Francis, 2018). Di sisi lain gen z memiliki kekurangan yaitu sangat gegabah terhadap suatu hal yang sedang terjadi, mudah cemas dan stres. Meskipun memiliki kelemahan, gen z telah diakui sebagai generasi yang penuh kreativitas dan inovasi (Sakitri, 2021), sebagaimana terungkap dalam survei Harris Poll (2020) yang mencatat bahwa 63% dari mereka menunjukkan minat tinggi dalam melakukan aktivitas kreatif setiap hari.

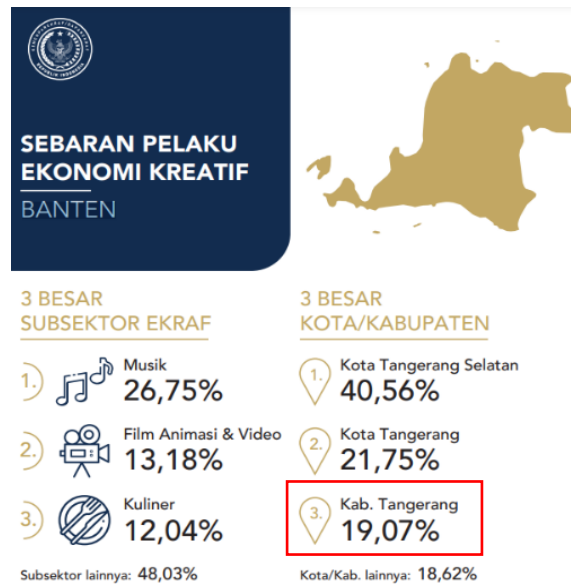
Dengan ketertarikan yang tinggi, gen z melakukan berbagai kegiatan kreatif yang beragam. Kegiatan kreatif yang dilakukan gen z bermacam-macam seperti membuat konten di media sosial, menggambar, seni digital dan ilustrasi, *editing*, musik dan produksi audio, *gaming*, fesyen, dan lain-lainnya (Buzz K, 2023). Tidak dapat dipungkiri, kegiatan kreatif yang dilakukan gen z telah mendominasi kegiatan yang bersifat digital dengan memanfaatkan teknologi yang berorientasi pada kewirausahaan (Josefien et al., 2023). Dengan hadirnya media sosial dan kreativitas yang dimiliki gen z dapat mendukung gen z dalam membuat konten dengan menyakinkan pembeli. Bahkan pembeli yang tidak dikenal pun bisa percaya dengan produk yang ditawarkan, asalkan mereka mampu menciptakan konten video dan gambar yang menarik. Maka dari itu, perlu adanya ruang kreatif yang dapat menunjang kegiatan-kegiatan kreatif gen z dengan menghasilkan nilai tambah dalam suatu karyanya.

Gen z mengacu pada usia 18-27 tahun yang mana mereka sedang berkuliah dan sudah memasuki dunia kerja. Penyebaran gen z dapat dilihat keberadaannya melalui universitas, komunitas kreatif, dan startup yang ada di Kabupaten Tangerang. Hal tersebut, dapat menjadi acuan untuk melihat kegiatan apa saja yang terjadi di lingkungan universitas, seperti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang terdiri dari tari tradisional atau modern, musik/*band*, teater, fotografi, *programming*, *e-sport*, *entrepreneurship*, budaya jepang, budaya korea, budaya mandarin, hingga kelas memasak. Selain itu, terdapat data statistik ekonomi kreatif 2020 bahwa sebaran pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Tangerang berada diposisi ke-3 yaitu 19,07% dengan subsektor musik, film animasi dan video, serta kuliner (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020). Kemudian, menurut riset MIKTI 2021, sebanyak 49,5% karyawan yang bekerja di perusahaan startup merupakan gen z (Salim, 2024). Startup di Kabupaten Tangerang umumnya bekerja di bidang teknologi informasi dan komunikasi, *e-commerce*, kuliner, pendidikan, dan properti. Dengan itu, gen z dapat berkumpul dan berkolaborasi dengan berbagai pihak yang mendukung kegiatan kreatifnya sehingga tercipta solidaritas yang kuat.

Selain itu, gen z yang sudah memasuki dunia kerja menyukai tren kerja *remote* dikarenakan refleksi dari semakin meningkatnya dunia digital (Assalimi, 2023). Salah satu riset yang dilakukan oleh Robert Walters (2020) menemukan bahwa, 5000 partisipan yang ikut terlibat lebih dari 30% adalah partisipan gen z yang menyatakan bahwa mereka suka bekerja secara *remote* (*WFH*) (Robert, 2020). Seiring perkembangan zaman, kerja *hybrid* sudah tidak lagi menjadi tren, namun sudah menjadi bagian dari keseharian dalam bekerja (Deskimo, 2023). Bekerja secara fleksibel dapat mendukung kegiatan kreativitas gen z yang efektif dan produktif. Dengan demikian, perlu adanya wadah atau tempat yang dapat mewadahi kegiatan kreatif sekaligus tempat bekerja di Kabupaten Tangerang.

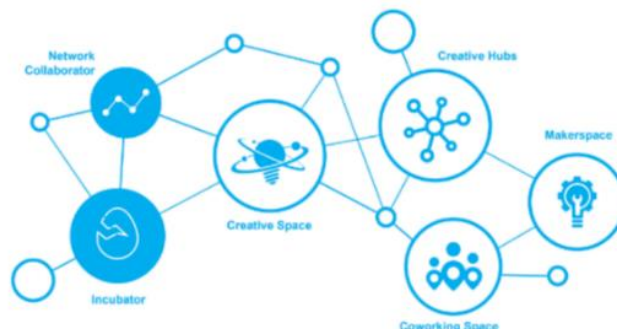
Kabupaten Tangerang terletak di bagian timur Provinsi Banten dengan posisi geografis yang cukup strategis. Lokasi ini menjadi tempat perancangan kegiatan kreatif, dapat dilihat melalui gambar 1 bahwa sebaran pelaku ekonomi kreatif Kabupaten Tangerang berada di urutan ke-3, hal tersebut membuka kesempatan yang besar untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang ada dan menjadi tempat pengembangan dan akselerasi bagi pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Tangerang. Selain itu, gen z memiliki modal yang besar dalam menyampaikan ide-ide kreatif yang dapat

direalisasikan dalam dunia industri. Di era digital, gen z memiliki kelebihan yaitu mahir dalam teknologi dengan mengkolaborasi ide-ide kreatif yang dimilikinya. Maka dari itu, kegiatan ekonomi kreatif gen z perlu diwadahi dalam satu wadah atau tempat. Namun, tempat kegiatan kreatif ini belum mewadahi dan belum sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik gen z saat ini. Kabupaten Tangerang memiliki ketersediaan lahan dan infrastruktur yang memadai dan juga aksesibilitas yang baik sehingga mempermudah mobilitas pelaku ekonomi kreatif dan pengunjung. Dikerucutkan lagi, lokasi perancangan ini terletak di Jl. BSD Grand Boulevard, Kecamatan Pagedangan yang mana lokasi dekat dengan ICE BSD. Hal tersebut dapat berkesinambungan dengan kegiatan kreatif.



Gambar 1. Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Tangerang Urutan ke-3  
 Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2020

Wadah atau tempat kegiatan kreatif dapat dilakukan dengan menyediakan fasilitas dengan fungsi *creative hub*. *British Council* memberikan penjelasan di dalam komunitas dengan pengertian *creative hub*, seperti sebuah tempat fisik maupun virtual yang mempertemukan orang-orang kreatif yang berwirausaha. Pada awalnya identifikasi *creative hub* di Indonesia hanya dianggap sebagai ruang komunal atau ruang alternatif saja dan bukan menjadi pusat kegiatan kreatif yang bertujuan untuk menyediakan ruang berkumpul bagi individu-individu yang memiliki tujuan yang sama dari komunitasnya (Siregar & Sudrajat, 2017). Maka dari itu, *creative hub* yang ada di Indonesia dapat dilihat pada gambar 2 yaitu dikategorikan ke dalam *creative space*, *coworking space*, dan *makerspace*.



Gambar 2. *Creative Hub* di Indonesia  
 Sumber: Siregar & Sudrajat, 2017

*Creative Space* atau ruang kreatif menggambarkan tempat kerja yang inovatif (Aliefia et al., 2023). *Creative space* biasanya diasosiasikan oleh penggerak seni. Bentuk ruang ini menyediakan ruang fisik seperti memproduksi, memamerkan karya seni dan membangun nilai-nilai komunitas karena tujuan awalnya adalah menyediakan ruang kreatif untuk komunitas dan kurang didukungnya model bisnis yang kuat (Siregar & Sudrajat, 2017). *Coworking space* memiliki fungsi berbeda. *Coworking space* ini tidak hanya menyediakan ruang fisik saja tetapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dan individu untuk berkolaborasi. Saat ini, pergeseran persepsi *coworking space* ditandai dengan adanya kepentingan ekonomi atau komersial meskipun hal tersebut belum menawarkan pengalaman kolaboratif dan rasa kebersamaan. *Makerspace* memiliki karakteristik dasar yang sama seperti *coworking space* karena menyediakan ruang untuk berkolaborasi dan berkreasi secara publik. Perbedaannya terletak pada ruang yang memiliki alat khusus untuk memproduksi sebuah barang atau produk (Siregar & Sudrajat, 2017). Umumnya *makerspace* memiliki area yang lebih luas dengan menyediakan program khusus pada produk kerajinan.

Dengan begitu, *creative hub* untuk gen z dapat dikategorikan sebagai tempat yang informal atau fleksibel dengan mendapatkan edukasi serta hiburan yang menarik. Salah satu cara untuk mendukung kegiatan tersebut adalah dengan menggunakan pendekatan edukatif dan rekreatif. *Creative hub* akan menjadi lebih fungsional dan informatif dengan menerapkan pendekatan edukatif (Rita et al., 2022). Menurut Lubis dalam Rita (2022) ada beberapa kriteria yang mendukung terciptanya arsitektur edukatif, yaitu *view*, pengalaman ruang, sirkulasi, material, *style* bangunan, dan warna. Begitu pula dengan pendekatan rekreatif yang memacu pengguna untuk mendapatkan ide yang menarik dengan menciptakan pengalaman rekreasi atau hiburan yang menyenangkan. Pendekatan rekreatif ini mampu memberikan solusi atas kelemahan yang dimiliki gen z yaitu mudah cemas dan stress (Faricha Almadina & Rachma Marcillia, 2023). Menurut Seymour M. Gold dalam *recreation planning & design*, penciptaan suasana rekreatif dapat diperoleh dengan (JAK Adi, 2022) menciptakan unsur alam, aktivitas, ruang bersama, visibilitas eksploratif, informal, dinamis, pencahayaan, bentuk yang beraneka ragam, *layout*, sekuens, dan triangulasi.

Berdasarkan latar belakang, untuk mengakomodasi kebutuhan gen z yang aktif dalam kegiatan kreatif dan teknologi, serta memanfaatkan tren kerja *remote* yang semakin populer, Kabupaten Tangerang memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pengembangan ekonomi kreatif bagi gen z. Namun, untuk mewujudkan potensinya diperlukan perancangan *creative hub* yang tidak hanya menyediakan ruang kerja dan kolaborasi saja tetapi juga mengintegrasikan pendekatan edukatif dan rekreatif. Lokasi yang strategis menjadi titik awal yang ideal untuk menempatkan fasilitas ini. Diharapkan dapat membangun dan menginspirasi komunitas kreatif khususnya gen z dalam mengembangkan suatu ide atau karya yang dapat dijadikan nilai tambah dan dapat diapresiasi oleh masyarakat. Dengan demikian, Kabupaten Tangerang dapat memperkuat peranannya sebagai pusat kreatif yang dinamis dan inklusif, mengarah pada pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

## MATERIAL DAN METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dalam perancangan ini dapat dilihat melalui gambar 3 dijelaskan bahwa fenomena atau isu yang didapatkan akan menghasilkan pernyataan masalah yang informasinya akan dicari melalui pengumpulan data. Pengumpulan data ini didapatkan melalui studi preseden dengan mengamati objek secara langsung maupun melalui platform digital atau internet. Selain itu, dilakukan studi literatur mengenai tipologi bangunan, target pengguna, pendekatan melalui jurnal, artikel, dan

website yang sesuai dengan topik. Selanjutnya, menganalisis isu atau permasalahan yang terjadi di lokasi perancangan serta menganalisis pendekatan yang digunakan dalam perancangan. Hasil dari analisis tersebut akan dielaborasi sehingga menghasilkan konsep desain dengan kajian-kajian dan strategi perancangan yang dijadikan dasar dalam menyusun perancangan seperti diagram analisis fungsi, pemrograman desain, transformasi massa hingga mengimplementasikan strategi desain pada desain bangunan akhir.



Gambar 3. Kerangka Perancangan  
Sumber: penulis, 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Data dan Analisis Tapak

Lokasi perancangan berada di Jl. BSD Grand Boulevard, Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Lokasi ini sangat strategis dan memiliki peluang besar bagi para pelaku ekonomi kreatif, karena dekat dengan kawasan pendidikan dan perkantoran. Banyak penduduk, terutama gen z, yang sedang menuntut ilmu dan bekerja di area tersebut. Namun, fasilitas creative hub yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik gen z di lokasi ini masih belum tersedia.





Gambar 4. Site analysis  
Sumber: penulis, 2024

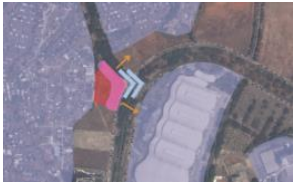

Lokasi perancangan terletak di lahan hoek kosong dengan luas area sebesar 7.014m<sup>2</sup>. Dapat dilihat melalui gambar 4 kondisi sekitar tapak dikelilingi oleh tiga sisi jalan yaitu jalan utama, jalan sekunder, dan jalan perumahan. Selain itu, terdapat lahan yang masih kosong dan area pemukiman warga. Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki dari jalan utama, jalan sekunder, dan jalan perumahan disekitar tapak berpotensi menjadi akses masuk ke dalam tapak. Jalan utama berfungsi sebagai akses utama kendaraan dan pejalan kaki. Sementara jalan sekunder digunakan sebagai akses keluar tambahan bagi kendaraan dan akses keluar masuk pejalan kaki. Sementara jalan perumahan hanya dapat diakses oleh pejalan kaki saja. Selanjutnya, *view* dari *site* berpotensi memberikan pandangan ke luar *site*, berada di tenggara dan timur laut yang terlihat jalan raya dan adanya bangunan lainnya, yaitu Hotel Santika dan ICE BSD. Lalu, *view* ke *site* dapat terlihat melalui jalan utama, jalan sekunder, dan jalan perumahan. Area hook pada *site* akan menjadi potensi *view* terbaik dari jalan utama dan jalan sekunder. Menurut peraturan wilayah Kabupaten Tangerang dengan ROW 40, GSB yang didapatkan adalah 12m dengan setback 4m. Terdapat area dengan tingkat kebisingan yang cukup tinggi di jalan utama. Selain itu, tidak hanya kebisingan saja namun kepadatan akan terjadi di hari-hari tertentu karena tapak dekat dengan ICE (*Indonesia Convention Exhibition*) BSD.

ICE BSD merupakan pameran perdagangan internasional dengan skala besar. ICE menawarkan 10 *hall* atau ruang pameran dengan total luas 50.000m<sup>2</sup> (Tim Indonesia International Expo, 2021). Bangunan tersebut memiliki konsep acara dengan mewujudkan kreativitas dan imajinasi tak terbatas. Terdapat acara yang mampu mengakomodir pameran B2B, B2C, konser, acara olahraga, seminar, acara perusahaan skala besar, dan masih banyak lagi. Dengan demikian, ritme kegiatan di ICE BSD cukup padat sehingga fungsi *creative hub* ini mampu mewadahi kegiatan-kegiatan kreatif yang dapat berkesinambungan ataupun kegiatan lainnya yang blm terwadahi dari kegiatan yang sudah ada di acara tahunannya.

Untuk mempertegas analisis yang didapatkan, perlu menganalisis *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threat* (SWOT) yang ada pada lokasi perancangan. Dengan adanya *analysis SWOT*, desain yang dihasilkan dapat memberikan keputusan yang lebih matang dan juga memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika dan fungsional saja, namun tetap menghasilkan desain yang berkelanjutan. Pada tabel 1 dijelaskan bahwa disetiap elemen-elemennya terdapat analisis yang dihasilkan berdasarkan permasalahan yang didapatkan pada lokasi perancangan.

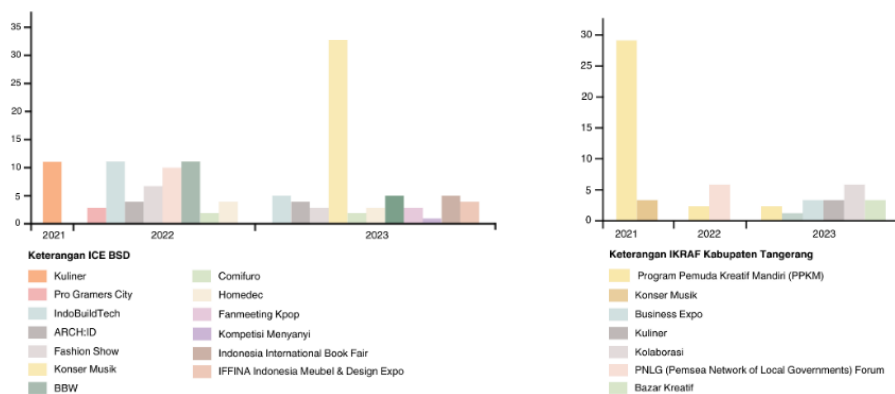
Tabel 1. Analisis SWOT

Analisis	Keterangan
1. <i>Strength</i> (kekuatan) 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tapak Berada di jalan boulevard <span style="color: green;">■</span></li> <li>- Tapak berada di hook (jalan utama dan jalan sekunder) <span style="color: grey;">▬▬▬</span></li> <li>- Berada diperempatan jalan <span style="color: yellow;">+</span></li> <li>- Dekat dengan fasilitas komersial, fasilitas umum, dan fasilitas pendidikan <span style="color: teal;">■</span></li> <li>- Dekat dengan halte bus <span style="color: grey;">🚏</span></li> </ul>
2. <i>Weakness</i> (kelemahan) 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekat dengan jalan utama dan perempatan jalan yang menyebabkan kepadatan dan kebisingan <span style="color: orange;">■</span></li> <li>- Akses pedestrian yang mengharuskan pejalan kaki menyebrang untuk ke halte bus <span style="color: red;">⋯⋯</span></li> </ul>

<p>3. Opportunities (Peluang)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berpotensi menjadi ruang publik terbuka <span style="color: pink;">█</span></li> <li>- Berpotensi memiliki 2 fasad bangunan <span style="color: orange;">→</span></li> <li>- Berpotensi menghubungkan atau menjadi magnet daerah permukiman dengan kepadatan tinggi dan kepadatan rendah <span style="color: blue;">█</span></li> <li>- Berpotensi menjadi bangunan yang ikonik <span style="color: lightblue;">█</span></li> </ul>
<p>4. Threat (Ancaman)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat fungsi bangunan yang memiliki kebisingan dan kepadatan yang tinggi di hari-hari tertentu <span style="color: green;">█</span></li> <li>- Arah matahari dari timur dan barat yang memungkinkan tapak menjadi panas <span style="color: orange;">↔</span></li> </ul>

### Analisis Fungsi Terhadap Aktivitas Kreatif

Terdapat beberapa analisis fungsi kegiatan kreatif yang diselenggarakan pada ICE BSD dan IKRAF Kabupaten Tangerang. Pada gambar 5 informasi kegiatan didapatkan melalui akun media sosial ICE BSD dan IKRAF (Industri Kreatif) Kabupaten Tangerang. Melalui analisis digital tersebut kegiatan kreatif di ICE BSD selama 3 tahun terakhir banyak menyelenggarakan kegiatan yang bersifat musik yaitu konser musik. Konser musik ini sebagian besar menampilkan musik dengan genre K-pop. Selain itu, ada juga acara kuliner, IndoBuildTech, BBW, dan lain-lainnya diadakan di ICE BSD. Kegiatan-kegiatan yang dihadirkan memiliki sinergi yang kuat antara bangunan ICE dengan *creative hub*. Ada pula analisis digital IKRAF yang disimpulkan bahwa industri kreatif di Kabupaten Tangerang banyak menyelenggarakan kegiatan yang bersifat mengedukasi atau memberi wawasan kepada komunitas kreatif. Dilihat dari diagram tersebut paling tinggi adalah kegiatan Program Pemuda Kreatif Mandiri. Kegiatan PPKM ini sifatnya seperti seminar dan *workshop*. Kedua analisis tersebut, dapat mempermudah penulis dalam menganalisis pemrograman desain yang akan diterapkan pada perancangan *creative hub*.



Gambar 5. Diagram batang kegiatan kreatif di ICE BSD (kiri) dan IKRAF kabupaten tangerang (kanan)  
Sumber: penulis, 2024

### Strategi Perancangan

Dalam merancang *creative hub* perlu dimasukkan strategi perancangan agar mencapai desain yang sesuai kebutuhan kegiatan kreatif dan karakteristik gen z dengan pendekatan edukatif dan rekreatif, serta desain yang mampu menyesuaikan konteks lahan yang ada. Konsep perancangan

arsitektur yang edukatif dapat diwujudkan melalui desain bangunan yang menambah wawasan dan pengetahuan, sehingga membuat seseorang semakin paham. Jadi, dapat dikatakan arsitektur menjadi alat atau media yang mengedukasi dan mengasosiasi seseorang dengan lainnya. Sedangkan rekreatif memiliki sifat rekreasi yang berarti menciptakan hiburan dan meningkatkan kembali kesegaran yang hilang akibat rutinitas sehari-hari. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pendekatan edukatif rekreatif adalah pendekatan dengan memberikan pengetahuan atau informasi yang menambah wawasan bagi pengguna dengan memberikan unsur hiburan atau kesan santai yang membuat pengguna tidak bosan dan menghilangkan kepenatan dikala kesibukannya.

Tabel 2. Elemen edukatif rekreatif

No	Elemen	Keterangan
1	Visibilitas	Pemandangan yang harmonis dengan keterhubungan unsur alam, pencahayaan, dan visibilitas yang optimal
2	Sirkulasi	Sirkulasi dengan memberikan sekuens tertentu dalam bentuk layout yang eksploratif
3	Material dan Warna	Penggunaan material dan warna yang informal menciptakan estetika
4	Pengalaman Ruang	Pengalaman ruang yang memiliki aktivitas menarik dengan menimbulkan suatu interaksi yang menghubungkan dan mengumpulkan orang dalam suatu kegiatan tertentu
5	Bentuk Bangunan yang Dinamis	Style bangunan yang dinamis dengan bentuk beragam

Pada tabel 2 terdapat elemen-elemen yang diperoleh dari kedua elemen edukatif dan elemen rekreatif yang sudah dijabarkan pada pendahuluan. Kemudian dirangkum menjadi satu kesatuan berdasarkan analisis penulis. Strategi perancangan yang dapat diterapkan, yaitu visibilitas, sirkulasi, material dan warna, pengalaman ruang, serta bentuk bangunan yang dinamis. Hal tersebut dapat menciptakan desain yang eksploratif dan dinamis sehingga pengguna merasa nyaman dan fleksibel. *Creative hub* berbasis edukatif dan rekreatif dapat membuka ruang bagi publik yang datang hanya sekadar berkreasikan saja. Namun, bagi gen z akan merasakan belajar dan bekerja melalui kegiatan kreatif yang dilakukan.

## Pemrograman Desain

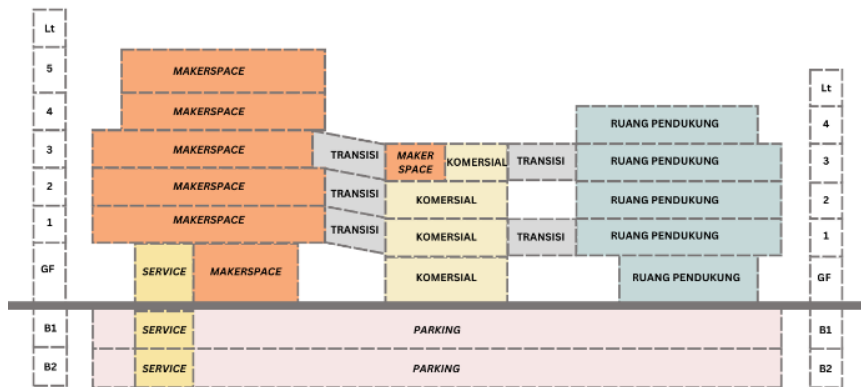
### Zoning

Dalam merancang zoning, didapatkan tiga fungsi ruang yang dibedakan zonanya namun tetap saling terhubung satu sama lain yaitu *makerspace* atau ruang *workshop*, kedua ruang komersial, dan yang ketiga ruang pendukung. Area *makerspace* ini akan menjadi bangunan utama yang terletak di dekat jalan utama serta berfungsi sebagai area kegiatan kreatif. Lalu, ruang komersial terletak di dekat *hook* jalan dan berdampingan dengan *makerspace* dan ruang pendukung agar pengguna komunitas kreatif dan publik dapat mengakses secara mudah. Kemudian, ruang pendukung yang berada dekat dengan jalan sekunder yang penggunaannya tidak hanya digunakan oleh komunitas kreatif saja tetapi publik bisa menggunakannya.



Gambar 6. Zoning horizontal  
Sumber: penulis, 2024

Pada gambar 6 terlihat bahwa terdapat area penerimaan sebagai pintu masuk bagi pejalan kaki, sekaligus sebagai area penerimaan *drop off* pada bangunan. Untuk sirkulasi kendaraan diakses melalui jalan utama sebagai pintu masuk dan pintu keluar. Peletakkan parkir mobil dan motor hanya ada di *basement*, namun beberapa parkir difabel berada di lantai dasar. Pada sirkulasi yang berwarna kuning kecoklatan hanya diakses oleh mobil servis dan mobil pemadam kebakaran. Selain pintu keluar di jalan utama, ada pula pintu keluar di jalan sekunder dari area servis dan *basement*. *Communal space* diletakkan di tengah lahan agar terlihat dari segala area, yaitu area makerspace, komersial, dan ruang pendukung. Terdapat area transisi yang bertujuan untuk menghubungkan area *makerspace*, komersial, dan ruang pendukung.

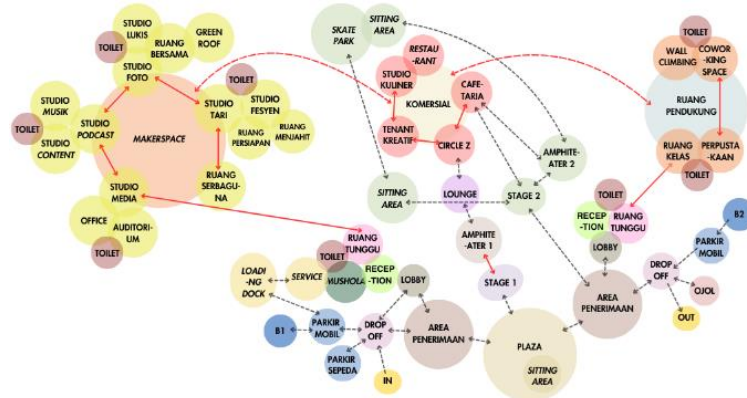


Gambar 7. Zoning vertikal  
Sumber: penulis, 2024

Gambar 7 menjelaskan zoning secara vertikal dengan memperlihatkan komposisi ruang di setiap lantainya. Perancangan ini, memiliki 6 lantai dan 2 basement dengan bangunan utama yang terdiri dari 6 lantai dan didukung oleh fasilitas servis, bangunan utama ini memiliki ketinggian lantai yang lebih tinggi dibandingkan bangunan komersial dan pendukung. Jadi, terdapat area transisi dengan menggunakan ramp sebagai penghubung bangunan. Di tengah bangunan, terdapat bangunan komersial yang terdiri dari 4 lantai dengan tambahan area makerspace sebagai studio kuliner yang mendukung aktivitas komersial seperti *restaurant* dan *cafeteria*. Terakhir, bangunan pendukung yang terdiri dari 5 lantai dengan area transisi ke bangunan komersial.

### Program Ruang

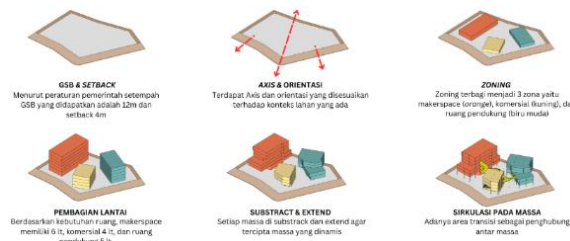
Program ruang ini didapatkan dari studi preseden dan studi literatur yang akan diimplementasikan ke dalam desain perancangan. Ruang-ruang ini akan terlihat keterhubungannya dengan menggunakan *bubble diagram*. *Bubble diagram* ini akan melanjutkan zoning yang sudah didesain, kemudian akan membentuk sirkulasi dan ruang secara mendetail.



Gambar 8. Diagram gelung perancangan creative hub  
Sumber: penulis, 2024

Pada gambar 8 menjelaskan hubungan disetiap ruang yang ada. Terdapat tiga area zonasi yang sudah didetailkan melalui fungsi ruang yang ada di dalamnya. Bangunan *makerspace* diakses melalui lobby bangunan yang terhubung secara langsung melalui ruang pendukungnya dan bangunan ini mewadahi kegiatan kreatif seperti studio, auditorium, ruang serbaguna, ruang bersama dan *office*. Studio ini terdiri dari studio media, studio podcast, studio content, studio musik, studio foto, studio lukis, studio tari, dan studio fesyen. Ruang tersebut dikelompokkan menurut fungsi dan kesinambungan antar studio lainnya. Bangunan *makerspace* dihubungkan melalui area transisi ke arah bangunan komersial. Bangunan komersial dapat diakses melalui plaza yang menghubungkan ke arah stage dan secara tidak langsung berhubungan dengan *amphitheater*. Bangunan ini mewadahi *tenant kreatif*, *circle z*, studi kuliner serta *restaurant*, dan *cafeteria*. *Tenant kreatif* ini berisikan tenant-tenant yang menjualkan hasil karya kreatif yang dihasilkan melalui ruang studio. Ruang *cafeteria* berhubungan langsung dengan *communal space* yang ditandai dengan warna hijau muda. *Cafeteria* yang berada di lantai dasar memungkinkan ruang publik yang ramai dengan pengunjung karena ruang tersebut menjadi preferensi gen z dalam menghilangkan kepenatan yang ada dan juga dekat dengan *communal space* yang dijadikan area untuk berkegiatan kreatif. *Communal space* ini terdiri dari panggung, *amphitheater*, dinding mural, *skate park*, dan *sitting area*. Lalu, area transisi yang menghubungkan bangunan komersial ke bangunan pendukung. Bangunan pendukung mewadahi ruang kelas, perpustakaan, *coworking space*, dan *wall climbing*. *Wall climbing* ini dijadikan sebagai fasilitas rekreasi atau hiburan bagi para pengguna dan pengunjung bangunan. Area tersebut tidak hanya sebagai *wall climbing* saja, tetapi ada fasilitas mini *amphitheater* dan *sitting area*.

### Implementasi Strategi Perancangan Massa Bangunan



Gambar 9. Tranformasi massa bangunan  
Sumber: penulis, 2024



outdoor. Dinding pada *amphitheater* dapat digunakan oleh komunitas seni lukis untuk berkreasi membuat mural. Sirkulasi pada area duduk mengarahkan dari area penerimaan 1 (jalan utama) menuju ke area penerimaan 3 (jalan perumahan). Pada area *skate park* tidak hanya digunakan oleh komunitas kreatif saja tetapi untuk publik bisa menggunakannya. Ruang komunal ini mengutamakan visibilitas pada ruang luar agar terlihat dari segala arah. Selain itu, pengalaman ruang yang ditawarkan bersifat berkumpul dan saling berinteraksi sehingga menciptakan ruang kolaborasi antar komunitas.



Gambar 11. Implementasi strategi perancangan pada ruang komunal  
Sumber: penulis, 2024

Pada gambar 12 terlihat bahwa sirkulasi ini diawali dengan area penerimaan, lalu amphitheater dan stage yang mengarah ke lantai 1 dengan pengalaman ruang yang beragam yaitu adanya kegiatan presentasi, musik, tari, dan lainnya. Selanjutnya area transisi yang dapat melihat ke segala arah dan pengalaman ruang dengan penggunaan *ramp*, warna yang dihadirkan adalah warna kuning yang mengartikan kreativitas dan optimisme. Ada pula, tangga putar yang dihadirkan dengan sirkulasi yang memutar dan juga mengimplementasikan warna kuning. Selain itu, tatanan massa bangunan membentuk bangunan yang dinamis dengan merespon konteks lahan.



Gambar 12. 3D Perancangan dengan implementasi strategi perancangan  
Sumber: penulis, 2024

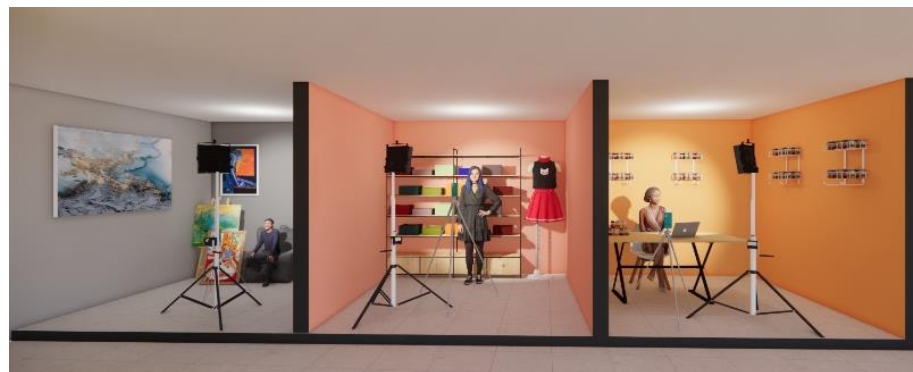
Implementasi strategi perancangan melalui material dan warna diterapkan pada fasad bangunan. Gambar 13 terlihat bahwa tampak pada bangunan memiliki *secondary skin* bertujuan untuk membantu mengontrol suhu dalam bangunan dengan bertindak sebagai penghalang terhadap panas dan dingin. Di sisi lain, menambah elemen estetika yang unik pada bangunan. Hal ini, membuat bangunan menjadi ikonik dan mencerminkan identitas dan visi artistik yang kuat. Fasad bangunan memiliki arti yaitu gen z yang futuristik dan dinamis. Fasad baja yang diputar memberikan tampilan yang

seolah-olah bergerak atau berputar, meskipun sebenarnya statis. Bentuk-bentuk spiral, lengkungan, dan pola asimetris yang dibuat dari baja bisa memberikan kesan bahwa bangunan ini adalah bagian dari masa depan. Warna yang diterapkan adalah orange memiliki arti kepercayaan diri dan kemampuan bersosialisasi.



Gambar 13. Tampak pada site  
Sumber: penulis, 2024

Tidak hanya itu, ruang dalam pada perancangan creative hub memiliki beragam kegiatan kreatif. Terlihat pada gambar 14 terdapat studio *live content* yang difungsikan sebagai ruang untuk menjualkan produk atau jasa dari komunitas kreatif melalui platform digital. Beberapa barang yang dijualkan melalui karya mereka seperti karya lukis, baju, hingga makanan. Gambar 15 terdapat studio musik yang difungsikan sebagai ruang untuk latihan bermusik seperti menyanyi, bermain gitar, keyboard, bass, dan lain sebagainya. Biasanya komunitas musik akan menampilkan karyanya di ruang komunal yang tersedia yaitu area panggung 1 ataupun panggung 2.



Gambar 14. Perspektif studio *live content*  
Sumber: penulis, 2024



Gambar 15. Perspektif studio musik  
Sumber: penulis, 2024

Dengan adanya creative hub ini, kegiatan kreatif yang diwadahi sebagai pusat inovasi dan kolaborasi yang mampu menampung berbagai kegiatan kreatif, menghubungkan individu dan komunitas dengan beragam latar belakang, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif melalui fasilitas dan lingkungan yang mendukung. Desain pada bangunan ini menekankan pada inovasi yang tidak hanya mencakup aspek estetika saja tetapi juga aspek fungsionalitas dan keberlanjutan. Penggunaan secondary skin pada fasad yang terkesan dinamis dan futuristik, serta penerapan material yang efisien energi, membantu menciptakan bangunan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga ramah lingkungan. Konsep creative hub ini diterjemahkan melalui bentuk bangunan yang responsif terhadap karakteristik gen z dengan pendekatan edukatif rekreatif yang membentuk pengalaman ruang yang menginspirasi kreativitas dan interaksi sosial. Manfaatnya adalah menciptakan ruang yang fleksibel dan adaptif, mampu mewadahi berbagai kegiatan kreatif, serta menjadi ikon baru yang mencerminkan visi artistik dan keberlanjutan di tengah perkembangan kota yang pesat.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Kegiatan kreatif merupakan hal yang dihadapi oleh gen z di setiap harinya. Kegiatan kreatif sangat memberikan dampak positif jika dimanfaatkan dengan baik, Namun, sayangnya wadah kegiatan kreatif yang dilakukan gen z dan komunitas kreatif untuk mengekspresikan dirinya sangatlah kurang. Selain itu, kegiatan kreatif harus memenuhi kebutuhan dan karakteristik gen z pada saat ini. Dengan menganalisis konteks sekitar, lokasi perancangan berada di Jl BSD Grand Boulevard, Kecamatan Pagedangan dekat dengan ICE BSD. Hal tersebut memberikan sinergi yang berkesinambungan dengan kegiatan kreatif. Untuk mengedukasi kegiatan kreatif dengan hiburan yang menarik dapat menggunakan pendekatan edukatif dan rekreatif. Pendekatan edukatif dan rekreatif di Kabupaten Tangerang berfungsi sebagai wadah yang dapat memberikan permasalahan atas kurangnya wadah yang menyatukan berbagai kegiatan kreatif dalam satu tempat. Pendekatan edukatif rekreatif dapat memberikan pengguna bangunan merasakan pengalaman edukasi yang juga mendapatkan pengalaman rekreasi. Tidak hanya untuk komunitas kreatif gen z saja, tetapi orang yang bukan melakukan kegiatan kreatifpun bisa menggunakan fasilitas umum yang tersedia. Elemen-elemen edukatif rekreatif seperti visibilitas, sirkulasi, material dan warna, pengalaman ruang, dan bentuk bangunan yang dinamis telah dirancang secara optimal untuk memberikan pengalaman edukasi sekaligus rekreasi bagi pengguna. Setiap elemen ini secara menyeluruh menjawab tujuan desain dengan memastikan bahwa ruang yang dihasilkan tidak hanya mendukung aktivitas kreatif, tetapi juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk belajar dan berkreasikan dalam lingkungan yang menginspirasi. Pendekatan edukatif rekreatif ini secara tegas memenuhi tujuan desain dengan menghadirkan wadah yang memenuhi kebutuhan gen z, sekaligus menawarkan pengalaman menarik dengan sekuens tertentu dan visibilitas optimal ke segala arah. Diharapkan perancangan ini dapat memberikan peluang untuk gen z menyalurkan kegiatan kreatifnya dengan bijak dan dapat berkontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi lokal khususnya di Kabupaten Tangerang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliefia, S., Ratnasari, A., & Kusuma, A. (2023). *BOND, CREATIVE AND NATURE: PERANCANGAN RUANG BELAJAR KREATIF ANAK PADA SEKOLAH DASAR RANCA IYUH*. <http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/RUSTIC>
- Assalimi. (2023, October 11). *Tren Kerja Remote di Kalangan Milenial dan Gen Z*. Milenialis.Id.
- BPS Humas. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik.
- Buzz K. (2023, December 15). *Kreativitas dan Seni di Era Digital Gen Z*.
- Deskimo. (2023, January 17). *Tren Remote Working: Pilihan Terbaik Pekerja Di Masa Depan*. Deskimo.
- Faricha Almadina, A., & Rachma Marcillia, S. (2023). *LAKAR THE USE OF PHYSICAL SETTING PREFERENCE BY GENERATION Z IN PUBLIC OPEN SPACE CASE STUDY: YOGYAKARTA o KILOMETER POINT*. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/lakar/article/view/19281>
- Francis, T. and H. F. (2018). *“True Gen”: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies#/>
- JAK Adi. (2022). *BAB II KAJIAN TEORI 2.1. Tinjauan Redesain Kawasan Wisata 2.1.1. Redesain*.
- Josefien, A., Radianto, V., Rifkhi Fauzan S, M., Kilay, T. N., Saija, C., Renleeuw, M. D. I., & Christine, T. N. (2023). *MEMBANGUN JIWA KEWIRAUSAHAAN BAGI GENERASI MUDA (GEN Z) DENGAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA PADA ERA DIGITALISASI*. *JABB*, 4(2), 2023. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i2>
- Rita, E. N., Firzal, Y., & Susilawaty, M. D. (2022). *Penerapan Pendekatan Arsitektur Edukatif pada Perancangan Petroleum Museum di Pekanbaru*. <https://doi.org/10.33510/marka>
- Robert, A. (2020). *THE FUTURE OF WORK IN UK & IRELAND FUTUREPROOFING CAREERS AND WORKFORCES*.
- Sakitri, G. (2021). *“Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!”*
- Salim, N. (2024). *Pekerja Start-Up: Berkorban Waktu dan Kesehatan Tanpa Sadar Haknya*. Australian Broadcasting Corporation.
- Siregar, F., & Sudrajat, D. (2017). *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia*. Tim Indonesia International Expo. (2021). *Exhibition Hall*. <https://ice-indonesia.com/id/aboutus/aboutice>
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi. (2020, December). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.