

Konsep *Connectivity* dalam Redesain Interior GECO *Creative Digital Hub* Surabaya

Lavenia Emilia Inneke, Laksmi Kusuma Wardani, David Tan Kayogi
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: laveniaemiliainneke@gmail.com, laksmi@petra.ac.id, davidtankayogi@gmail.com

Abstrak—*Creative Digital Hub* merupakan suatu istilah yang menggambarkan suatu tempat yang menampung kegiatan kreatif dalam bekerja di bidang digital. Sasaran utama pengguna ruangnya adalah kaum muda yang terdiri dari mereka yang berada di generasi Y, Z, A di masa depan (*entrepreneur* muda, pekerja *startup*, mahasiswa dan siswa sekolah). Adanya perkembangan teknologi yang terus meningkat, maka generasi digital di Surabaya memerlukan suatu ruang yang dapat memfasilitasi dalam berkreasi di bidang digital. Rancangan menggunakan metode *design thinking* meliputi tahapan observasi kebutuhan dan kegiatan pengguna ruang, *survey* lapangan, analisis hasil *survey* dengan menghasilkan produk *programming*, *brainstorming* menghasilkan suatu konsep yang diterapkan dalam skematik desain dan maket studi, hingga menghasilkan produk akhir berupa: layout, rencana lantai dan plafon, perspektif, maket presentasi, dan lainnya. Fasilitas ruang yang dirancang adalah *lobby*, *private space*, *meeting room*, area kerja publik, studio kerja, *pantry*, *event space/ classroom* serta area *service*.

Kata Kunci—Interior, *Co-Working Space*, *Creative Digital Hub*, Generasi Muda, Digital.

Abstract— *Creative Digital Hub* is a term that describes a place that accommodates creative activities in working in the digital field. The main targets of space users are young people consisting of those in the Y, Z, A generation in the future (young entrepreneurs, startup workers, students and students). With the development of technology that continues to increase, the digital generation in Surabaya needs a space that can facilitate creation in the digital field. The design using design thinking methods includes the stages of observing the needs and activities of space users, field surveys, analyzing survey results by producing programming products, brainstorming producing a concept that is applied in design schematics and study models, to produce final products: layouts, floor plans and ceilings, perspective, presentation model, and others. The designed room facilities are lobby, private space, meeting room, public work area, work studio, pantry, event space / classroom and service area.

Keyword— Interior, *Co-working space*, *Creative Digital Hub*, Young People, Digital.

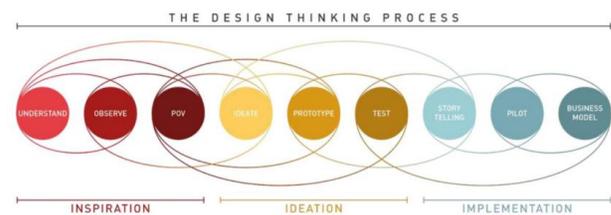
I. PENDAHULUAN

Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia. Surabaya merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Jawa Timur. Perkembangan industri kreatif dan teknologi tidak jauh dari kehidupan

generasi muda yang merupakan pelaku aktif dalam ekonomi kreatif kota Surabaya. Surabaya bisa disebut sebagai kota kreatif karena menurut SCCF (*Surabaya Creative City Forum*) pada tahun 2017, PDRB lokal Surabaya kurang lebih Rp 12,3 triliun berasal dari industry kreatif. [1].

Berdasarkan analisis mengenai karakter kerja generasi Y, Z, dan A, mereka membutuhkan tempat kerja yang nyaman dan menyenangkan serta memiliki fasilitas teknologi yang memadai. Mereka membutuhkan tempat untuk bertukar ide dan gagasan dengan orang lain karena seringkali hasil pemikiran tidak hanya cukup untuk diselesaikan oleh satu orang saja, melainkan perlu juga adanya masukan serta pendapat kelompok atau orang lainnya. Maka diperlukan interaksi sosial dengan manusia lainnya bisa sesama pelajar atau orang yang lebih berpengalaman untuk saling bertukar ide, berbagi pengetahuan, mengisi satu sama lain, dan berkreasi bersama. Terlebih di GECO sendiri sebagai sebuah *co-working space*, belum mempresentasikan tempat kerja kaum digital yang memiliki fasilitas ruang yang memadai dengan teknologi yang masih minim pula. Maka dengan adanya suatu ruang yang disebut dengan *creative digital hub* ini, diharapkan para generasi muda ini bisa menjadikan tempat tersebut sebagai fasilitas untuk menambah pengetahuan, berkreasi bersama serta menambah jaringan yang lebih luas untuk digunakan dalam dunia kerja dengan kemudahan teknologi yang ada.

II. METODE PERANCANGAN



Gambar. 1. Metode Perancangan dengan menerapkan *design thinking*.
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/design-thinking-a-quick-overview>

A. *Inspiration*

1) *Understand*

Pada tahap ini dilakukan studi literatur mengenai Surabaya sebagai kota metropolitan, kreatif, dan fakta mengenai banyaknya jumlah *startup* serta *co-working space* di

Surabaya. Kemudian juga pembahasan mengenai generasi milenial (Z), Y, dan *Alpha* (A), ruang kerja, ruang kreatif dan penggunaan teknologi *IoT* (*Internet of Things*) dalam ruang. Selain itu juga mencari dan menemukan masalah yang ada di sekitar yang mana menjadi isu kental di masyarakat.

2) *Observe*

Pada tahap ini dilakukan studi lapangan, termasuk observasi lingkungan objek perancangan, interview dengan pengguna ruang, keliling ke berbagai macam *co-working space* baik di Surabaya maupun di luar Surabaya, untuk mengamati baik ruangan maupun tingkah laku pengguna. Yang dihasilkan bisa berupa studi tipologi, hasil pengamatan aktivitas pengguna, hasil refleksi apa yang menjadi kebutuhan pengguna dari sisi desain interior.

3) *Point of View*

Hal-hal yang bisa dilakukan diantaranya adalah menjabarkan kebutuhan pengguna, rumusan masalah yang perlu dijawab, dan mengintegrasikan semua temuan. Memikirkan solusi awal untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

B. *Ideation*

1) *Ideate*

Pada tahap ini yang dilakukan diantaranya, brainstorming ide, membuat alternatif ide yang inovatif dan dapat menjadikannya sebagai suatu solusi berupa desain. Kemudian solusi tersebut dapat dikemukakan dalam bentuk *programmatic concept* dan *design concept* sebagai tahap visualisasi ide.

2) *Prototype*

Membuat 3D modeling, gambar kerja maket studi, dan maket presentasi.

3) *Test*

Yang dilakukan adalah mengevaluasi desain dengan mendapat masukan dari beberapa ahli mengenai hasil perancangan.

C. *Implementation*

1) *Story Telling*

Pada tahap ini yang dilakukan menyusun narasi desain akhir menjadi sesuatu yang nyata dan berpotensi komersial bagi orang-orang sekitar untuk terlibat melalui beberapa tahap. Pada tahap akhir, ditariklah kesimpulan, yang merupakan identifikasi sebenarnya yang diminta agar orang lain harga dan investasikan dalam perancangan desainer.

2) *Pilot*

Kembali pada tahapan *inspiration*, menerima masukan dan membenarkan desain agar menjadi lebih baik. Untuk bisa dipasarkan secara luas, desain yang dirancang ini perlu mulai diperkenalkan ke dunia luas. Salah satu caranya yaitu dengan membawa desain ini ke pemilik sebenarnya dan menerima timbal balik dari mereka sebagai masukan.

3) *Business Model*

Membuat presentation board sebagai sarana untuk mempermudah orang memahami desain yang dirancang. Menyusun hasil produk luaran, bisa berupa maket presentasi, dan karya tulis mengenai desain rancangan tersebut. Produk luaran tersebut bertujuan untuk

memperkenalkan desain dengan bantuan media lainnya agar dapat dipahami oleh semua kalangan di publik.

III. KAJIAN PUSTAKA

A. Tentang GECO

GECO ini merupakan nama yang terdiri dari *GeekOut*, *Co-Work*, *Scale up*. Merupakan suatu tempat *co-working space* yang dapat digunakan masyarakat Surabaya untuk bekerja bersama, berkolaborasi dan bertukar ide satu sama lain. Geco sendiri awalnya bernama Coneco. GECO ini merupakan bentukan dari Gerdhu (*Gedung Creative Digital Hub*). Walnya GECO ini terletak di Perumahan Wisma Mukti, namun kemudian berpindah di kompleks AJBS di Jl. Ratna, Ngagel Tempat ini didirikan sekitar tahun 2017 oleh 3 orang yaitu oleh Bapak Tunjung Utomo sebagai co-founder Gerdhu, Bapak Irwan, dan Bapak Ufan sebagai co-founder jelasin.com.

B. Pengguna Ruang

1) Generasi Milenial (Y) dan Karakternya

Generasi milenial merupakan sebutan populer untuk generasi Y. Generasi ini lahir sekitar tahun 1981-1995 dan sekarang berusia 23-37 tahun. Generasi Y memiliki karakteristik pola komunikasi yang lebih terbuka dari pada generasi-generasi sebelumnya. Selain itu mereka memiliki sifat yang fanatik terhadap penggunaan media sosial serta sangat berpengaruh terhadap kehidupan teknologi. Generasi Y memiliki gaya hidup dan pekerjaan yang seimbang. [2].

2) Generasi Z dan Karakternya

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1996-2010, mereka merupakan peralihan dari generasi Y, disebut juga dengan generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat atau instan, tidak bertele-tele dan berbelit-belit. [2].

3) Generasi A dan Karakternya

Lahir di tahun 2011- sekarang. Merupakan generasi pertama yang lahir di jaman serba digital. Karakter mereka diantaranya lebih tidak fokus daripada generasi Z, serba bisa, lebih bersifat individual, lebih global, dan berpikir lebih terbuka, serta lebih cepat untuk terjun ke dunia kerja.

C. *Co-working Space* dan *Creative Hubs*

1) *Co-working Space*

Co-working sendiri merupakan sebuah konsep kerja yang melibatkan lingkungan bekerja bersama, seperti kantor pada umumnya, *co-working* biasanya tidak digunakan oleh organisasi yang sama dengan masing-masing bidangnya. *Co-working space* muncul sebagai alternatif dari ruang di gedung perkantoran yang relatif mahal. Kebutuhan atas ruang kerja muncul karena banyak bisnis *start-up* dan semakin diminatinya *freelance job*. Biasanya penggunaannya adalah orang-orang yang di dalamnya adalah orang sering melakukan perjalanan (nomaden) yang akhirnya bekerja dalam isolasi yang relatif.

2) *Creative Hubs*

Menurut *CreativeHubKit*, *creative hub* adalah tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif dan berperan sebagai penghubung yang menyediakan ruang dan dukungan untuk menjalin koneksi, pengembangan bisnis dan keterlobatan masyarakat dalam sector kreatif, budaya, dan teknologi. [3].

D. Jenis Industri Kreatif Berbasis Digital

Didefinisikan sebagai industry kreatif yang bergerak dalam bidang digital. Jenis-jenisnya diantaranya: [4].

1) *Industri Permainan*

Industri permainan ini terkait dengan kreasi permainan (game) dan produksi permainan yang tidak hanya bersifat menghibur tetapi juga memberikan edukasi serta meningkatkan ketangkasan pemain.

2) *Industri Musik*

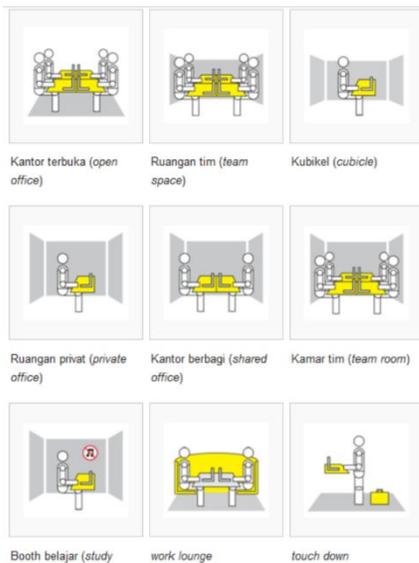
Industri musik bisa dalam hal kreasi musik, komposisi sebuah lagu, menciptakan lagu hingga proses produksi saat rekaman.

3) *Industri Layanan Komputer dan Perangkat Lunak*

Industri ini bisa menghasilkan produk berupa aplikasi, website yang dapat memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitasnya.

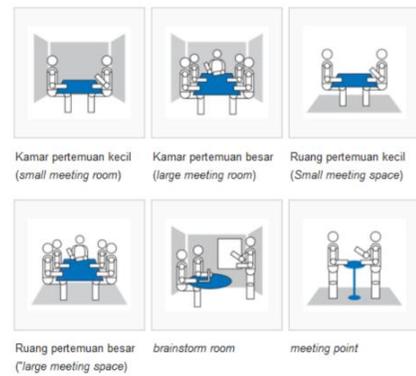
E. Jenis-Jenis Ruang Kerja, *Meeting dan Support Room*

Ada beberapa jenis ruang kerja yang mendukung aktivitas pengguna dalam melakukan berbagai aktivitas, diantaranya: [5].

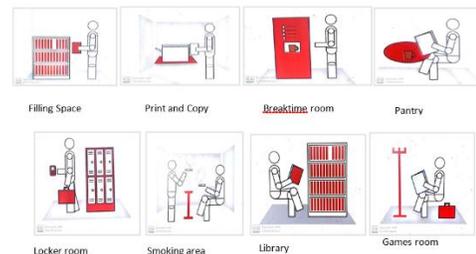


Gambar. 2. Jenis-jenis ruang kerja. Sumber: Meel, et.al (2010, p. 20)

Namun, penulis hanya membatasi penggunaan jenis ruang kerja yaitu *open office*, *team space*, *private office*, *shared office*, dan *work lounge*. Selain ruang kerja, ada beberapa jenis ruang pertemuan diantaranya:



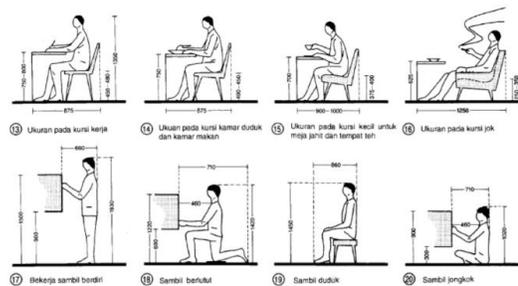
Gambar. 3. Jenis-jenis ruang pertemuan. Sumber: Meel, et.al (2010, p.27)



Gambar. 4. Jenis-jenis ruang pendukung. Sumber: Meel, et.al (2010, p. 35)

F. Ergonomi

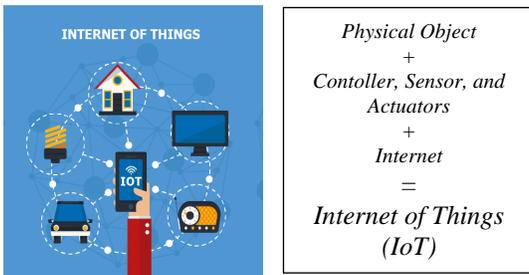
Faktor ergonomi merupakan suatu keharusan dalam suatu desain karena desain tidak dapat dinikmati, apabila tidak memiliki kenyamanan untuk penggunanya terlebih untuk melakukan aktivitas terlebih bekerja yang dilakukan dalam waktu yang lama. [6].



Gambar. 5. Standar ukuran kursi dan ergonomi saat bekerja. Sumber: Neufert (1996,p. 26)

G. *IoT dan Cara Kerjanya*

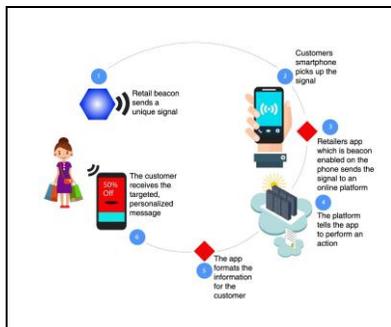
IoT merupakan singkatan dari Internet of Things. Bekerja dengan memanfaatkan suatu argumentasi pemrograman, dimana tiap-tiap perintah argumen tersebut bisa menghasilkan suatu interaksi antar mesin yang telah terhubung secara otomatis tanpa campur tangan manusia dan tanpa terbatas jarak berapapun jauhnya. Sedangkan manusia di sini hanya sebagai pengatur dan pengawas dari mesin-mesin yang bekerja sendiri tersebut. [7].



Gambar. 6. Cara kerja *Internet of Things*.
 Sumber: McEwen (2014,p. 11)

H. Teknologi *Beacon*

Bluetooth Beacon merupakan suatu pemancar *hardware* yang menggunakan *Bluetooth Low Energy (BLE)*. Untuk cara kerja *Bluetooth beacon* menggunakan *bluetooth* dengan kedekatan energi yang rendah, dengan penginderaan *bluetooth* tersebut akan mengirimkan pengenal unik universal yang dipancarkan oleh aplikasi atau sistem operasi yang kompatibel. Pengenal yang dikirim tersebut dapat digunakan untuk menentukan lokasi fisik perangkat, melacak pengguna, atau mengetahui aktivitas berbasis lokasi pada perangkat seperti *check-in* di media sosial atau pemberitahuan lainnya. [8]



Gambar. 7. Contoh penggunaan *bluetooth beacon*.
 Sumber: <https://www.happiestminds.com/Insights/Beacons-technology/>

IV. PROGRAM PERANCANGAN

GECO co-working space terletak di kompleks AJBS Jl. Ratna no. 14, Ngagel, Surabaya. Memiliki arah hadap yaitu barat daya. Menyediakan tempat *co-working*, *private office*, *event venue*, *meeting room*, dan *community center*. Untuk pengguna ruang atau pengunjung mayoritas adalah mahasiswa, siswa sekolah, *individual developer*, dan *community developer*. Jam operasional *GECO* sendiri yaitu setiap hari dari jam 8 pagi hingga jam 9 malam. Biasanya untuk hari Minggu tempat tersebut digunakan oleh beberapa komunitas untuk mengadakan acara.

Beberapa masalah yang ditemukan di dalam interiornya yaitu *brand GECO* belum dikenal orang banyak terlebih Surabaya, ruang yang ada belum bisa memfasilitasi kegiatan pengunjung. Belum terlihat desain yang mempresentasikan *co-working space* tersebut merupakan tempat berkumpul anak-anak pecinta digital.



Gambar. 8. *GECO co-working space*.
 Foto: Penulis, 2019

V. KONSEP PERANCANGAN

Konsep yang diterapkan adalah "*Connectivity*". Konsep ini diambil terinspirasi dari bentuk *Iot* yang terbentuk karena adanya hubungan antara satu sama lain. "*Connectivity*" sendiri memiliki arti konektivitas. Selain itu *creative hub* diciptakan juga untuk memudahkan pengguna ruang untuk memiliki jaringan yang lebih luas. Konsep diterapkan dengan bentuk ruangan yang terpusat dan saling terkoneksi.

A. Tema Perancangan

Tema perancangannya adalah "*Smart*" dan "*Modern*". Tema *smart* diambil karena menyesuaikan dengan tujuan dirancangnya *creative digital hub* yang menyediakan ruang bagi kaum muda pecinta digital. Diterapkan dengan bentuk ruangan yang simple, penggunaan warna-warna yang menampilkan kesan modern dan formal. Tema modern diambil mengikuti dengan perkembangan jaman yang terus meningkat terlebih di bidang teknologi. Diterapkan dengan minimalnya penggunaan motif dan warna kayu.

B. Aplikasi Perancangan

Berdasarkan latar belakang, pemilihan konsep, dan tema perancangan, maka pengaplikasian dalam desain perancangan sebagai berikut:

1) *Bentuk*

Dari segi bentuk menggunakan bentuk geometris, yang didominasi oleh bentuk hexagon (segi 6), sebagai penggambaran koneksi, kemudian garis horizontal dan vertikal.

2) *Material*

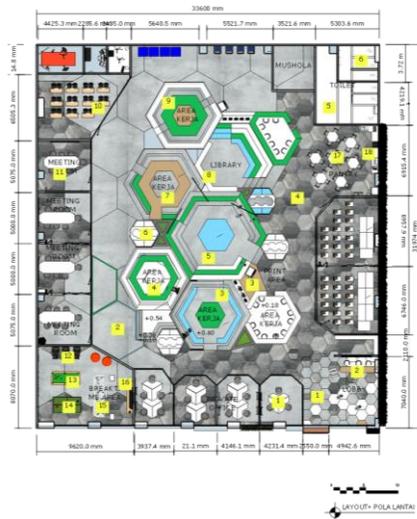
Material yang digunakan didominasi oleh *concrete*, multipleks dengan finishing hpl panel berwarna, kaca dengan ketebalan yang berbeda-beda, *vinyl* dan keramik.

3) *Warna*

Warna didominasi oleh warna putih, coklat, warna *brand* (hijau dan biru muda), kuning sebagai aksen, warna *concrete* abu-abu.

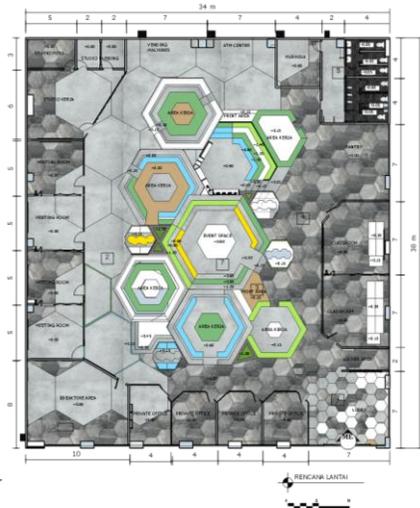
C. Transformasi Desain

Dari hasil pertimbangan beberapa konsep dan sketsa *layout*, maka berikut ini merupakan transformasi desain yang mendekati dan menjawab kebutuhan pengguna ruang. Desain ini menjadi identitas dari *brand GECO* dan anak digital. Dengan akses dan sirkulasi kerja yang terbuka memudahkan pengguna ruang untuk fleksibel dalam bekerja dengan laptop. Menyediakan desain ruang dan suasana yang tidak membosankan sehingga meningkatkan produktivitas dalam bekerja.



Gambar. 9. Layout (Gambar: Penulis,2019)

Material yang digunakan untuk desain lantai adalah *vinyl concrete*, keramik *tile motif*, dan untuk *leveling* menggunakan multipleks dengan *finishing vinyl*. Warna yang mendominasi adalah abu-abu untuk menonjolkan kesan *modern* dan *Smart*.



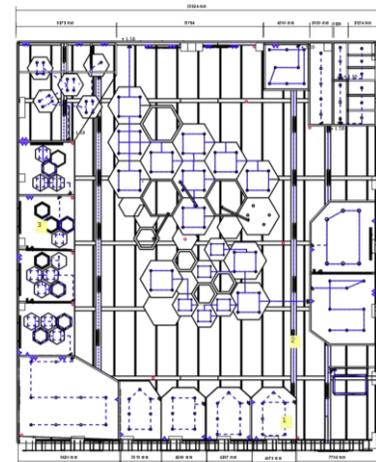
Gambar. 10. Rencana lantai (Gambar: Penulis,2019)

Beberapa transformasi desain juga diterapkan pada pola plafon dengan bentuk yang serupa agar unity dengan desain. Memiliki ketinggian yang beragam agar menambah estetika.



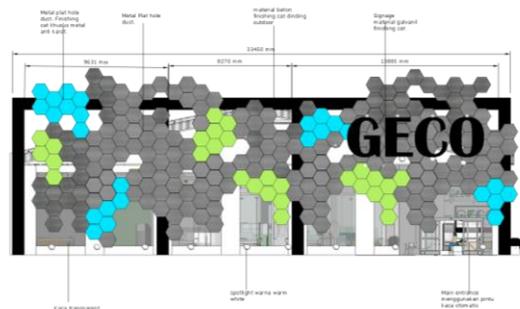
Gambar. 11. Rencana plafon (Gambar: Penulis,2019)

Berikut ini adalah rencana mekanikal elektrikal yang terdiri dari penggunaan jenis lampu, jumlah stop kontak, jumlah saklar baik *single* maupun *doublé switch*. Kemudian penggunaan *CCTV* serta aliran listrik ke lampu



Gambar. 12. Rencana mekanikal elektrikal (Gambar: Penulis,2019)

Permainan bentuk hexagon dengan material *eveporated* plat yang tembus pandang, sehingga kaca transparan tidak tertutup, sinar matahari masih bisa masuk dari celah-celah plat. Warna hexagon yaitu abu-abu dan ada beberapa yang di cat dengan cat metal warna *brand* hijau muda dan biru muda.



Gambar. 13. Main entrance (Gambar: Penulis,2019)

C. Aplikasi Desain pada Plafon

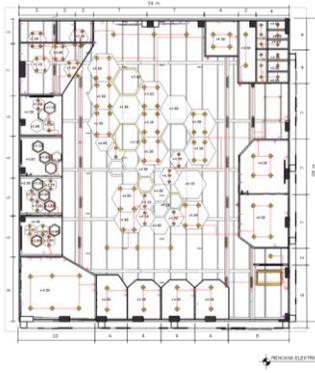
Untuk plafon ada yang digantung dan ada yang *finishing* dengan *gypsum board*. Untuk plafon gantung, menggunakan material multipleks *finishing* cat, plat besi, dan akrilik warna. Menggantungnya menggunakan *string* besi. Plafon yang digantung memiliki ketinggian yang beragam untuk menambah estetika.



Gambar. 20. Rencana pola plafon (Gambar: Penulis,2019)

D. Perencanaan Mekanikal Elektrikal

Untuk mekanikal elektrikal, dibedakan menjadi 2 gambar kerja yaitu elektrikal di plafond dan di lantai. Untuk yang di plafon dihitung 1 meter kebawah (atas) terdiri dari jenis lampu, stop kontak, saklar, CCTV. Sedangkan yang di lantai terdiri dari saklar, stop kontak di perabot dan lantai, serta lampu di beberapa *leveling*.



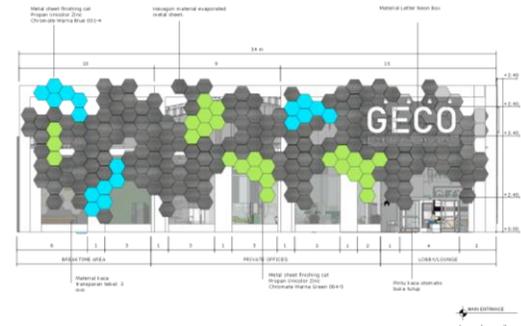
Gambar. 21. Rencana elektrikal plafon (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 22. Rencana elektrikal lantai (Gambar: Penulis,2019)

E. Main Entrance

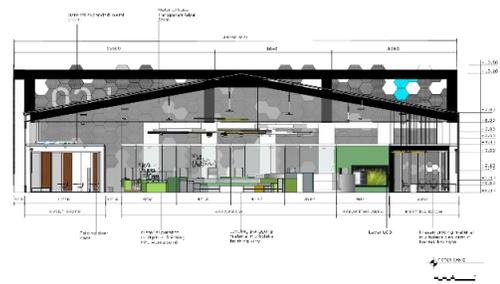
Main entrance diperindah dengan adanya penggunaan hexagon yang disusun secara acak. Material yang digunakan yaitu evaporated plat besi. Digantungkan ke dinding pilar menggunakan plat besi panjang. Untuk signage menggunakan material letter neon box. Hexagon ini menutupi semua bagian depan bangunan dan bagian sisi kanan bangunan untuk menutupi bentuk gedung yang seperti gudang.



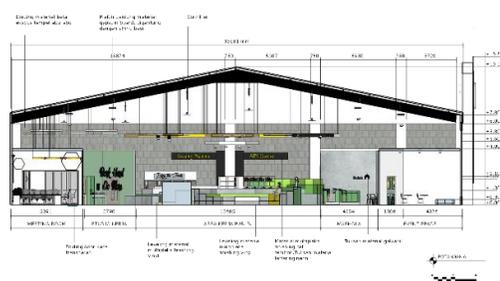
Gambar. 23. Main entrance (Gambar: Penulis,2019)

F. Potongan

Berikut ini adalah beberapa potongan bangunan yang dirancang, dapat dilihat suasana *GECO Creative Digital Hub* dan elemen interior di dalamnya.



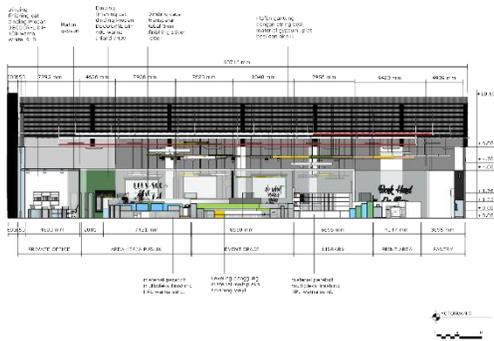
Gambar. 24. Potongan A (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 25. Potongan B (Gambar: Penulis,2019)



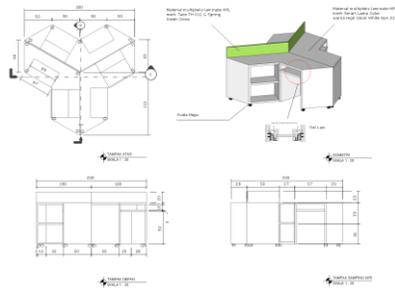
Gambar. 26. Potongan C (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 27. Potongan D (Gambar: Penulis,2019)

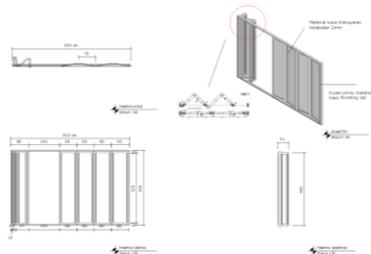
G. Elemen Pembentuk Ruang

Berikut ini adalah elemen pembentuk ruang. Gambar berikut ini adalah pintu folding kaca yang difungsikan sebagai dinding pemisah antar ruang agar ruangan lebih fleksibel.



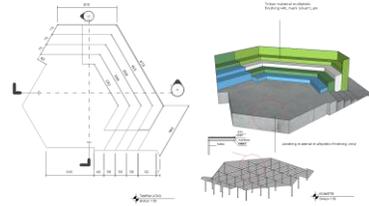
Gambar. 28. Detail elemen pembentuk ruang 1 (Gambar: Penulis,2019)

Lantai leveling pada ruang pojok perpustakaan yang juga membentuk tribun sebagai tempat duduk. Menggunakan rangka panggung, material multipleks dengan finishing vinyl. Memiliki ketinggian yang beragam.



Gambar. 29. Detail elemen pembentuk ruang 2 (Gambar: Penulis,2019)

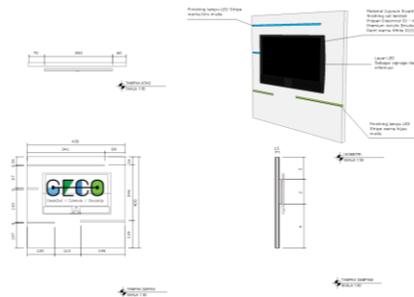
Partisi yang diletakkan di area lobby, sebagai backdrop bagain resepsionis. Ada TV LED dan lampu stripe sebagai penambah estetika.



Gambar. 30. Detail elemen pembentuk ruang 3 (Gambar: Penulis,2019)

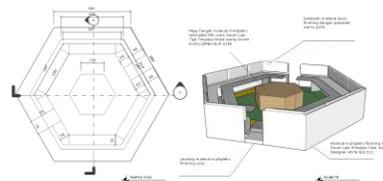
H. Elemen Pengisi Ruang

Elemen pengisi ruang yaitu perabot-perabot yang didesain dalam perancangan ini. Meja ini digunakan di private office, memiliki roda supaya lebih fleksibel, menggunakan material multipleks finishing HPL warna solid.



Gambar. 31. Detail elemen pengisi ruang 1 (Gambar: Penulis,2019)

Ruang kerja publik menggunakan perabot berbentuk hexagon yang terdiri dari tempat duduk panjang, meja kerja panjang, dan meja untuk tutor. Material yang digunakan adalah multipleks dengan finishing HPL.



Gambar. 32. Detail elemen pengisi ruang 2 (Gambar: Penulis,2019)

Berikut ini adalah beberapa perspektif ruangan yang ada dalam desain akhir. Terdiri dari lobby, area kerja publik dengan beberapa view, pantry, event space, breaktime area, dan lainnya.



Gambar. 33. Perspektif lobby (Gambar: Penulis,2019)

Lobby merupakan tempat pertama kali yang dikunjungi oleh pengunjung, di sini pengunjung biasa menunggu dan melakukan registrasi. Material dominan menggunakan vinyl concrete pada lantai, dan dinding dengan kaca transparan.



Gambar. 34. Perspektif area kerja publik (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 35. Perspektif area kerja publik (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 36. Perspektif area kerja publik (Gambar: Penulis,2019)



Gambar. 37. Perspektif area kerja publik (Gambar: Penulis,2019)

Area kerja publik ini merupakan bagian utama dari perancangan. Tempat yang digunakan untuk mengerjakan pekerjaan kreatif digital seperti mengedit video, membuat aplikasi dan lainnya. Bisa juga digunakan untuk mengadakan *open forum*, berkumpul bersama komunitas, bekerja secara mandiri dan tutorial. Tersedia fasilitas pojok perpus dan *meeting POD* di dalam area kerja ini. Untuk material perabot didominasi oleh multipleks dengan *finishing hpl* dan *vinyl* di beberapa *leveling*.



Gambar. 38. Perspektif private office (Gambar: Penulis,2019)

Private office dapat disewa oleh pengunjung untuk digunakan sebagai tempat suatu perusahaan startup untuk mengembangkan inovasinya dan saling bertukar ide. Terdiri dari perabot meja dan kursi kantor untuk 3-5 orang. Material dominan adalah multipleks dengan *finishing hpl*. Berikut ini adalah perspektif pantry yang digunakan untuk makan dan minum pengunjung.



Gambar. 39. Perspektif pantry (Gambar: Penulis,2019)

Gambar. 40. Perspektif *event space* (Gambar: Penulis,2019)

Ruangan ini bisa juga dijadikan sebagai suatu kelas untuk mengadakan acara yang bersifat tertutup. Terdiri dari *mini stage* dan meja kursi lipat. Bersifat fleksibel sehingga ruangannya bisa digabungkan dengan ruang sebelah jika kapasitas ruang untuk acara kurang besar.

Gambar. 41. Perspektif *meeting space* (Gambar: Penulis,2019)Gambar. 42. Perspektif *breaktime area* (Gambar: Penulis,2019)

Di atas merupakan perspektif dari breaktime area yang digunakan pengunjung untuk melepas penat, bisa bermain dan istirahat sejenak menikmati kursi pijat, untuk melepas bosan.

VII. KESIMPULAN

Perkembangan industri kreatif dan teknologi sekarang berkembang sangat pesat, begitu pula di kota Surabaya. Minat anak muda dalam bidang digital juga terus meningkat, maka produk-produk teknologi digital juga semakin digandrungi oleh banyak orang. Dibutuhkan suatu wadah dan ruang yang dapat menampung kekreatifan kaum digital dalam menghasilkan banyak inovasi produk digital. Ruang tersebut

dinamakan *creative digital hub*, yang dapat mengembangkan potensi anak jaman sekarang dalam dunia digital. Diciptakanlah *creative digital hub* ini dengan teknologi bersifat serba mudah dan instan. Konsep *co-working space* bertema *smart* dan *modern* diterapkan dalam desain ini.

Fasilitas-fasilitas yang dirancang yaitu *lobby*, *private office*, *meeting space*, *meeting POD*, area kerja publik, studio kerja (studio foto, studio *dubbing*), *vending machines*, *atm center*, mushola, *breaktime area*, *pantry*, *event space*, dan *open forum space*. Tempat ini didesain dengan tujuan untuk menyediakan ruang kerja yang nyaman dan tidak membosankan bagi kaum digital untuk lebih produktif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Kemudian mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Laksmi Kusuma Wardani, S. Sn., M.Ds. dan Bapak David Tan Kayogi, S. T., HDII sebagai dosen pembimbing yang sudah menyertai, memberikan waktunya serta ilmunya kepada penulis dalam proses pengerjaan desain ini. Selain itu tidak lupa kepada pihak-pihak lain yang membantu seperti keluarga dan rekan-rekan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I . Willy. "SCCF Dorong Surabaya jadi Kota Kreatif Unesco". Januari 2017.Web. 22 Juni 2019. <<https://jatim.antaranews.com/berita/190469/sccf-dorong-surabaya-jadi-kota-kreatif-unesco>>
- [2] R . Gilar. "Kenali Karakter dan Pola Pikir 5 Generasi Ini Agar Semakin Bijak". November 2018. Web. 15 Juni 2019 <<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3677417/kenali-karakter-dan-pola-pikir-5-generasi-ini-agar-semakin-bijak>>
- [3] Matheson, J., & Easson, G . *Creative HubKit: Made by Hubs for Emerging Hubs*. UK: British Council. 2015
- [4] S , Nugraha. "5 Contoh Industri Kreatif Produktif Digital". Oktober 2017. Web. 15 Juni 2019 <<https://agribisnis.co.id/5-contoh-industri-kreatif-produktif-digital/>>
- [5] Meel, J.V., Martens,Y., Jan van Ree, H. *Planning Office Spaces: a practical guide for managers and designers* . UK: Laurance King Publishing Ltd. 2010
- [6] Neufert, Ernst. Data Arsitek. Jilid 1. Edisi 33. Trans. Ing Sunarto Tjahjadi. . Jakarta: Erlangga. Trans. Of Bauentwurflehre. 1996
- [7] McEwen, A., & Hakim, C. *Designing the Internet of Things*. UK: John Wiley and Sons Ltd. 2014
- [8] " Mengenal Apa itu Bluetooth Beacon dan Fungsinya". Desember 2016. Web. 22 Juni 2019 <<http://produktekno.com/mengenal-apa-itu-bluetooth-beacon-dan-fungsinya/>>