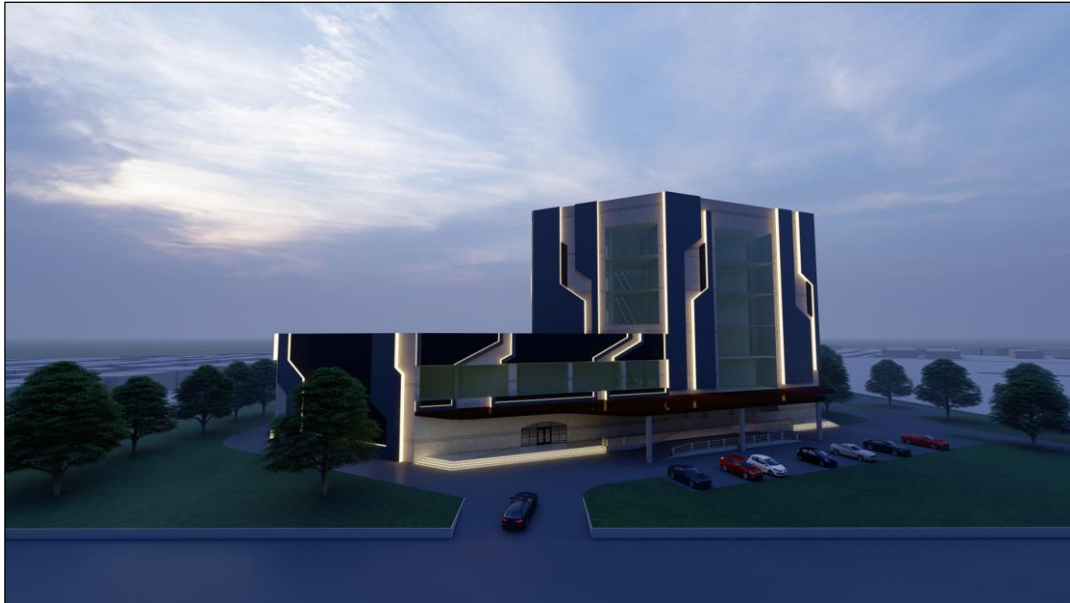


Fasilitas Pencipta Konten Media Daring di Surabaya

Jarren Fortino dan Andhi Wijaya
 Program Studi Arsitektur, Universitas Kristen Petra
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
 jarrenfortino13@gmail.com; andiwi@petra.ac.id



Gambar. 1. Perspektif eksterior depan bangunan Fasilitas Pencipta Konten Media Daring di Surabaya

ABSTRAK

Bangunan ini merupakan fasilitas untuk membantu masyarakat khususnya kaum milenial yang tertarik dalam bidang pembuatan konten media daring, tetapi belum memiliki fasilitas pribadi agar dapat menghasilkan konten media daring yang berkualitas dari segi tempat maupun peralatan. Karakter ruang menjadi aspek utama pada perancangan ini dikarenakan keinginan dalam membuat konten setiap orang berbeda-beda. Pengolahan ruang melalui studi ruang membentuk karakter yang dapat memenuhi kebutuhan ruang pengguna fasilitas dalam membuat sebuah konten.

Kata Kunci: fasilitas, karakter ruang, media daring, pencipta konten

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini hampir semua orang di dunia menggunakan internet sehari-hari. Pengguna internet di Indonesia sendiri saat ini mencapai 175,4 juta dari total 272,1 juta populasi di Indonesia, yang berarti sebesar 64 persennya telah terkoneksi internet (Wahyunanda Kusuma Pertiwi, 2020). Menurut Maysari (2020), media daring adalah “sebuah sarana untuk berkomunikasi secara daring melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet. Berisikan teks, suara, foto dan video”. Tidak sedikit dari mereka yang ingin mencari penghasilan dari internet, salah satunya adalah menjadi seorang pencipta konten. Rata-rata anak muda zaman sekarang sudah berkeinginan menjadi seorang pencipta konten, baik itu di Youtube, Tiktok, Instagram, dan lainnya mengingat *platform digital* masih terus berkembang seiring berjalannya waktu. Namun

tidak semua dari mereka beruntung dapat memiliki fasilitas pribadi untuk membuat konten yang berkualitas. Oleh karena itu, dibutuhkan fasilitas yang dapat membantu menunjang kebutuhan mereka dalam membuat konten dan kesiapan mental dalam menghadapi komentar negatif dan *cyberbullying*. sektor pariwisata.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara memenuhi kebutuhan ruang setiap pengguna fasilitas yang memiliki keinginan yang berbeda-beda dalam membuat sebuah konten dengan kreatifitas mereka masing-masing. Selain itu, bagaimana cara agar fasilitas ini menarik minat masyarakat untuk menggunakannya dan dapat memenuhi setiap kebutuhan mereka, mengingat jumlah pengguna internet terus meningkat yang berarti kemungkinan orang ingin menjadi pencipta konten juga terus meningkat seiring berjalannya waktu. Diharapkan bangunan ini dapat menarik masyarakat serta dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pembuatan konten media daring.

1.3 Tujuan Perancangan

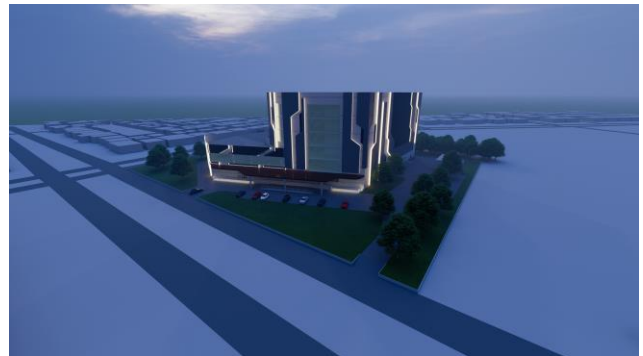
Ingin membantu menyediakan fasilitas untuk para pencipta konten yang belum memiliki fasilitas pribadi untuk menunjang pembuatan sebuah konten. Selain itu fasilitas ini juga bertujuan untuk membantu para pencipta konten menemukan ide kreatif dan kesiapan mental untuk terjun di dunia media sosial.

1.4 Manfaat

Fasilitas ini akan memberikan manfaat berupa kontribusi dalam membantu memenuhi keinginan pencipta konten dalam membuat konten yang kreatif dan inovatif serta mental yang kuat. Selain itu fasilitas ini ingin memotivasi dan mendorong orang-orang untuk berkreasi dalam membuat konten media daring, serta memberi kesempatan kepada mereka yang mungkin belum memiliki fasilitas untuk membuat konten media daring.

1.5 Sasaran Perancangan

Seluruh masyarakat khususnya kaum milenial.



Gambar 1. 1. Perspektif eksterior bangunan (*bird-eye view*)



Gambar 1. 2. Perspektif eksterior bangunan samping



Gambar 1. 3. Perspektif eksterior bangunan (*man-eye view*)

2. DESAIN BANGUNAN

2.1 Data dan Situasi Tapak



Gambar 2.1 Gambar situasi

Data Tapak

Nama jalan : Jl. Raya Darmo Permai II

Status lahan : Tanah kosong

Luas lahan : 15.045,48 m²

Tata guna lahan : Jasa dan Perdagangan

Koefisien dasar bangunan (KDB) : 60%

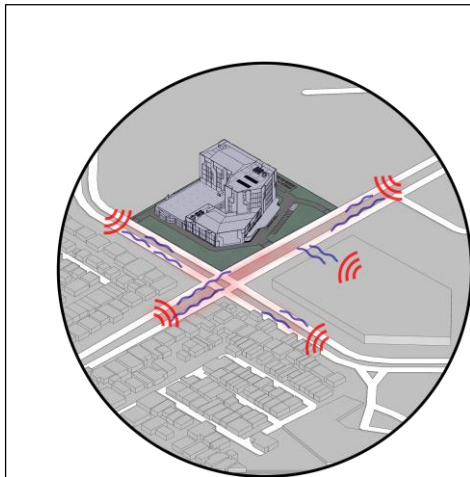
Koefisien dasar hijau (KDH) : 10%

Koefisien luas bangunan (KLB) : 1,8

Koefisien Tapak Basement (KTB) : 65%

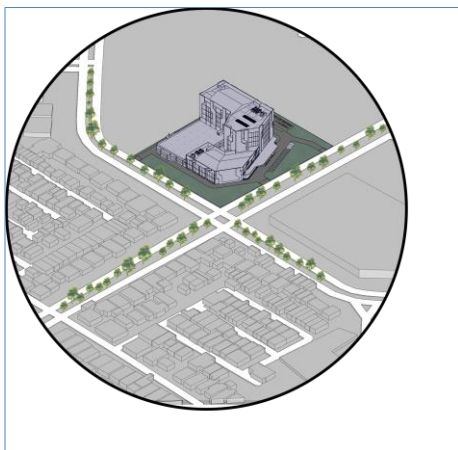
(Sumber: Peta RDTR Surabaya)

2.2 Analisa Tapak



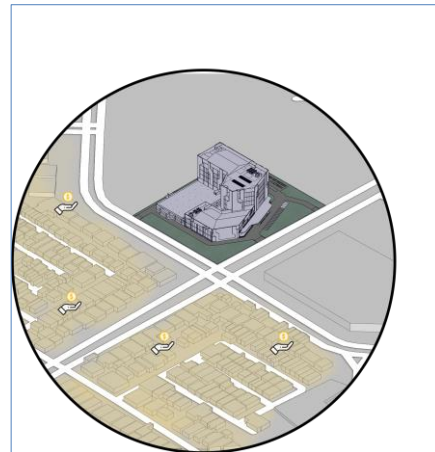
Gambar 2. 2. Analisa tapak kebisingan

Lokasi objek perancangan terletak dekat perempatan jalan sehingga kebisingan cukup tinggi.



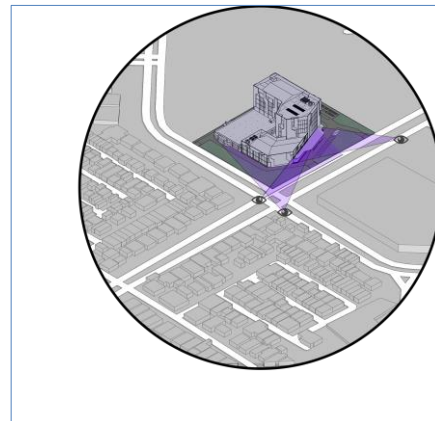
Gambar 2. 3. Analisa tapak vegetasi

Vegetasi disekitar site cukup banyak, sehingga dapat membantu mengurangi panas.



Gambar 2. 4. Analisa tapak sumber mata pencaharian

Disekitar site terdapat perumahan warga yang cukup padat, sehingga fasilitas yang dirancang dapat menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat sekitar.



Gambar 2. 5. Analisa tapak respon bangunan

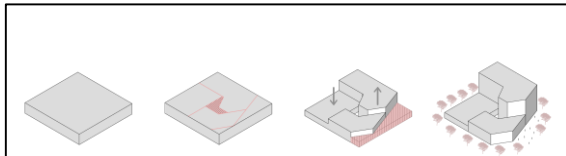
Bagian depan bangunan dimiringkan untuk merespon dan menangkap pandangan orang yang lewat.

2.3 Pendekatan Perancangan

Pendekatan yang dipakai adalah **pendekatan spasial**, dimana dengan menggunakan konsep *space within space* dapat membuat ruang-ruang tertentu sesuai kebutuhan para konten kreator yang berarti bersinambung dengan pendekatan spasial dalam hal memenuhi kebutuhan para konten kreator, sehingga cocok untuk digunakan dalam pemecahan masalah desain.

2.4 Transformasi Bentuk

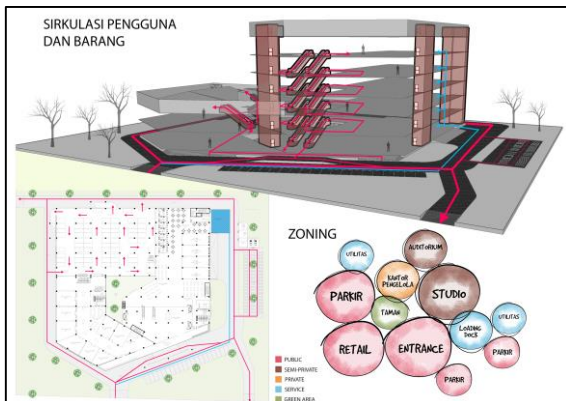
Transformasi bentuk dimulai dengan membuat bentuk kotak yang besar, kemudian dibagi menjadi 3 buah bentuk pattern yang berbeda. Terdapat bagian yang dinaikkan, diturunkan, tetap serta dihilangkan. Bagian yang dinaikkan merupakan bangunan fasilitas utama, yang diturunkan merupakan gedung parkir, dan yang tetap merupakan bangunan fasilitas retail.



Gambar 2.6. Transformasi bentuk

2.5 Sirkulasi Pengguna, Barang, dan Zoning

Pada alur sirkulasi, garis yang berwarna merah merupakan sirkulasi pengguna fasilitas, sedangkan yang berwarna biru merupakan sirkulasi dari barang. Terdapat juga arah alur sirkulasi kendaraan pengguna fasilitas pada jalan disekitar site dan juga pada gedung parkir, serta sirkulasi vertikal untuk pengguna dan barang. Bangunan ini juga dirancang dengan area loading dock yang berfungsi untuk area menurunkan barang untuk dimasukkan kedalam bangunan. Zonasi bangunan juga dirancang sesuai dengan tingkat keprivasiannya.

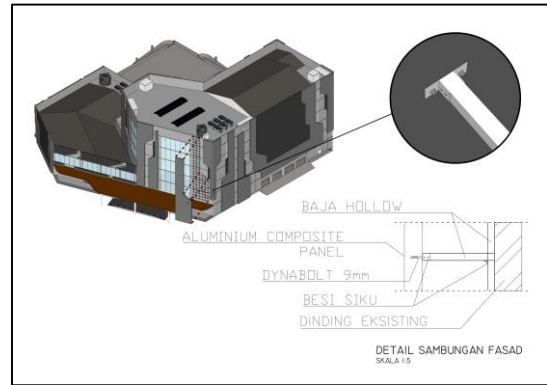


Gambar 2.7. Sirkulasi pengguna, barang, dan zoning

2.6 Detail Fasad

Fasad bangunan menggunakan bentuk *pattern* yang dirancang agar terlihat futuristik tanpa menghilangkan bentuk dasar bangunan yang minimalis untuk menarik kaum milenial. Fasad bangunan menggunakan finishing Aluminium

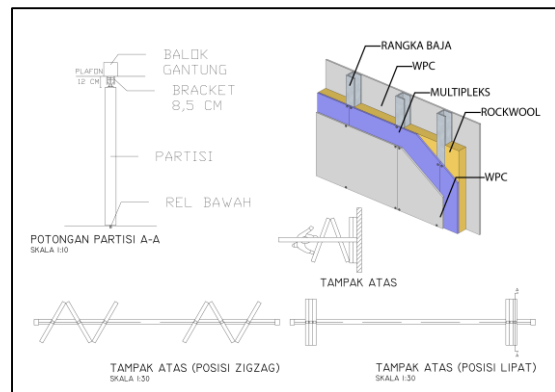
Composite Panel yang diberikan sentuhan permainan cahaya LED.



Gambar 2.8. Detail fasad

2.7 Detail Partisi

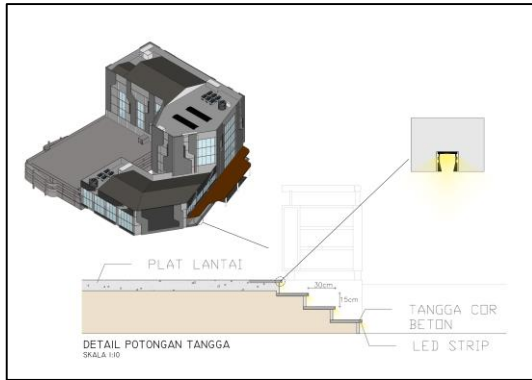
Terdapat ruang studio khusus yang dibatasi oleh partisi yang dapat dilipat untuk mendapatkan luasan ruang yang lebih besar. Partisi tersebut dirancang khusus dan sudah terdapat peredam suara berbahan rockwool didalamnya sehingga kebisingan tidak mengganggu pengguna lainnya.



Gambar 2.9. Detail partisi

2.8 Detail Tangga

Tangga pada bagian fasad depan bangunan didesain khusus dengan menggunakan permainan cahaya LED. Diharapkan dengan permainan cahaya pada tangga fasad depan bangunan akan memberikan kesan futuristik dan mendorong ketertarikan masyarakat akan fasad dari bangunan yang dirancang.



Gambar 2.10. Detail tangga

3. PENDALAMAN DESAIN

Pendalaman yang dipilih adalah **pendalaman karakter ruang**, untuk menunjukkan studi ruang dari studio yang didesain dan suasana yang ingin dicapai.

3.1 Konsep Desain

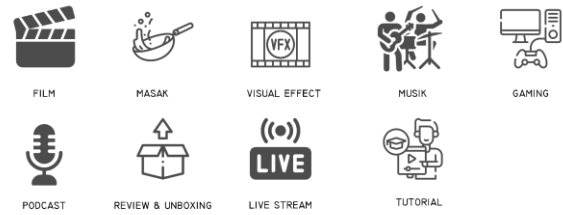
Menggunakan konsep *space within space*, dimana akan terlihat seperti sebuah objek didalam sebuah ruang dengan cara meletakkan ruang yang lebih kecil didalam ruang yang lebih besar. Membuat ruangan yang kecil menjadi ruang yang dapat memiliki aktivitas berbeda. Dengan menggunakan konsep *space within space* dapat membentuk ruang sebagai ruang yang fungsional, dan berkembang berdasarkan kebutuhan untuk membuat fungsi tertentu didalam sebuah bangunan.



Gambar 3.1. Konsep desain *space within space*

3.2 Konten yang diwadahi

Terdapat 9 buah konten berbeda yang coba diwadahi oleh bangunan yang dirancang, yaitu konten film, memasak, *visual effect*, musik, *gaming*, *review & unboxing* barang berukuran sedang dan besar, *live stream*, serta *tutorial*. Tidak menutup kemungkinan akan terjadi penambahan-penambahan dikemudian hari mengingat konten media daring terus berkembang seiring berjalannya waktu.



Gambar 3.2. Konten yang diwadahi

3.3 Pendalaman Karakter Ruang

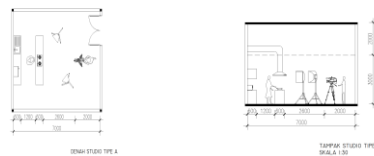
Pendalaman karakter ruang berfungsi untuk menunjukkan ukuran, konten yang diwadahi, fasilitas yang didapatkan, serta suasana yang ingin dicapai dari konten-konten berbeda yang diwadahi oleh fasilitas yang dirancang.

Tabel 3.1. Pendekatan karakter ruang

TIPE STUDIO	UKURAN	KONTEN YANG DIWADAH	FASILITAS
STUDIO TIPE A	7m x 6m	<ul style="list-style-type: none"> Konten Memasak Konten Podcast Konten Gaming Konten Livestreaming Konten Tutorial 	<ul style="list-style-type: none"> Lampu softbox Kamera Prompter
STUDIO TIPE B	10m x 6m	<ul style="list-style-type: none"> Konten Musik Konten Review & Unboxing (ukuran sedang) Konten Film 	<ul style="list-style-type: none"> Lampu softbox Kamera Prompter Ruang mixer Alat musik
STUDIO TIPE C	14,7m x 6m	<ul style="list-style-type: none"> Konten Visual Effect (Green Screen) Konten Review & Unboxing (ukuran besar) 	<ul style="list-style-type: none"> Lampu softbox Lampu sorot studio Kamera Kamera Dolly Prompter

3.3.1. Detail Studio Tipe A Konten Memasak

Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe A. Sirkulasi sudah diperhitungkan sehingga pengambilan gambar sudah disesuaikan untuk konten memasak, begitu juga dengan suasana yang ingin dicapai dan juga peralatan yang dibutuhkan untuk membuat konten memasak, seperti *exhaust hood*, kompor, tempat mencuci, dan sebagainya.



Gambar 3.3. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe A konten memasak

3.3.2. Detail Studio Tipe A Konten Podcast

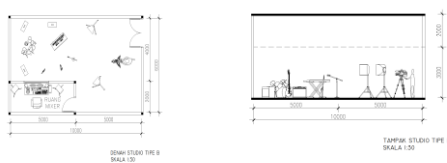
Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe A. Peralatan sudah disesuaikan untuk keperluan membuat konten podcast, dimana terdapat mikrofon, meja, kursi yang nyaman untuk mengobrol, terdapat juga prompter yang berfungsi untuk memberikan arahan konteks pembicaraan yang akan diobrolkan.



Gambar 3.4. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe A konten podcast

3.3.3. Detail Studio Tipe B Konten Musik

Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe B. Kebutuhan alat musik sudah disediakan, seperti gitar, bass, drum, penguat suara, dan sebagainya. Ruangan juga sudah menggunakan peredam suara agar suara yang dihasilkan lebih maksimal dan tidak mengganggu. Terdapat juga ruangan mixer yang berfungsi untuk mengatur suara, sehingga konten musik yang dihasilkan lebih maksimal.

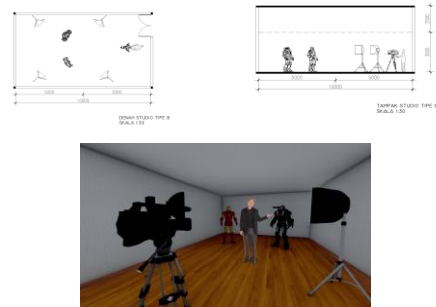


Gambar 3.5. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe B konten musik

3.3.4. Detail Studio Tipe B Konten Review & Unboxing

Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe B. Barang berukuran sedang yang digunakan

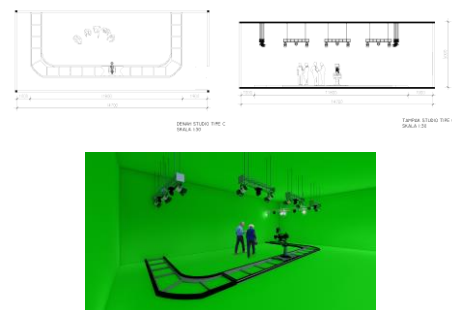
sebagai contoh untuk direview & unboxing adalah mereview *action figure* dengan skala 1:1 sesuai dengan karakter atau tokoh yang dibuat menjadi *action figure*. Barang yang direview dapat bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dari pengguna fasilitas.



Gambar 3.6. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe B konten review & unboxing

3.3.5. Detail Studio Tipe C Konten Visual Effect

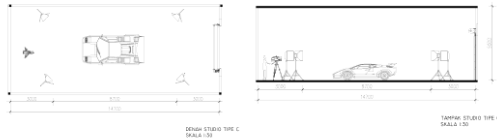
Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe C. Pada studio ini didominasi oleh ruang hijau atau *green screen* dikarenakan fungsinya lebih spesifik untuk pengeditan video visual effect sehingga studio ini mengadaptasi *green screen* secara keseluruhan beserta peralatan pendukung untuk konten *visual effect*.



Gambar 3.7. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe C konten visual effect

3.3.6. Detail Studio Tipe C Konten Review & Unboxing

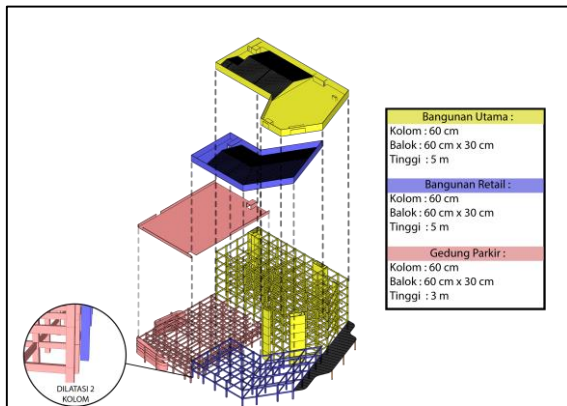
Tipe studio yang dipakai adalah studio tipe C. Barang berukuran besar yang digunakan sebagai contoh untuk direview & unboxing adalah mereview mobil. Letak studio ini berada pada lantai dasar sehingga barang-barang besar yang ingin direview & unboxing lebih mudah dibawa masuk ke dalam ruang studio, sehingga mereview barang seperti mobil sangat dimungkinkan.



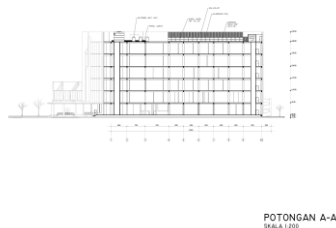
Gambar 3.8. Denah, tampak, dan perspektif studio tipe C konten review & unboxing

4. SISTEM STRUKTUR

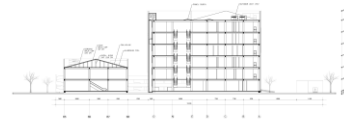
Bangunan ini didominasi dengan menggunakan struktur beton pada ketiga bangunan yang dirancang. Bagian atap bangunan yang dicor beton difungsikan sebagai fungsi utilitas, seperti penyimpanan outdoor unit VRV, tandon atas, ruang lift, dan sebagainya. Selain itu terdapat juga atap yang berbentuk pelana dikarenakan terdapat ruang auditorium dibawahnya yang membutuhkan ruang bebas kolom, dan juga disisi lain untuk perhitungan pembiayaan lebih efisien.



Gambar 4.1. Isometri struktur



POTONGAN A-A
SKALA 1:200



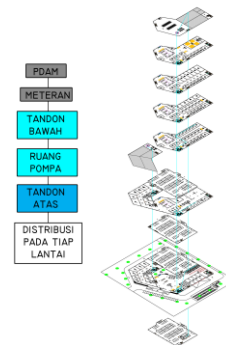
POTONGAN B-B
SKALA 1:200

Gambar 4.2. Potongan bangunan

5. SISTEM UTILITAS

5.1 Sistem Utilitas Air Bersih

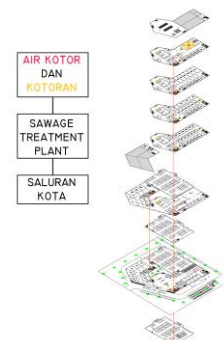
Sistem utilitas air bersih pada bangunan ini menggunakan sistem *downfeed*, dimana air dari PDAM yang masuk akan ditampung pada tandon bawah bangunan yang terletak di basement, kemudian, air bersih tersebut akan didorong oleh pompa menuju ke tandon atas untuk ditampung, kemudian dari tandon atas, air bersih tersebut didistribusikan pada setiap lantai melalui shaft yang sudah disiapkan pada bangunan ini.



Gambar 5.1. Aksonometri utilitas air bersih

5.2 Sistem Utilitas Air Kotor dan Kotoran

Air kotor dan kotoran pada bangunan ini disalurkan ke bawah melalui shaft yang sudah disiapkan menuju ke sawage treatment plant pada basement bangunan kemudian dialirkan ke saluran kota.



Gambar 5.2. Aksonometri utilitas air kotor dan kotoran

5.3 Sistem Utilitas Air Hujan

Air hujan pada bangunan dialirkan melalui talang air menuju ke bak kontrol. Kemudian air hujan tersebut akan dialirkan menuju kolam retensi sebagai penampung. Setelah itu, dialirkan ke saluran kota.



Gambar 5.3. Aksonometri utilitas air hujan

6. KESIMPULAN

Fasilitas Pencipta Konten Media Daring di Surabaya ini dirancang untuk membantu masyarakat khususnya kaum milenial yang belum berkesempatan memiliki fasilitas pribadi agar dapat membuat konten yang berkualitas, mengingat pada saat ini banyak anak muda yang berkeinginan menjadi pencipta konten atau konten kreator. Fasilitas ini akan sangat membantu para pencipta konten yang ingin serius dalam membuat konten yang berkualitas, terlebih lagi terdapat ruang-ruang studio dengan pendalaman karakter ruang sesuai dengan konten yang ingin dibuat akan sangat membantu para pencipta konten. Selain itu penggunaan konsep space within space serta pendekatan spasial yang dipakai dalam merancang dapat menjawab kebutuhan ruang setiap pengguna fasilitas yang memiliki keinginan berbeda-beda dalam membuat sebuah konten media daring. Diharapkan fasilitas yang dirancang dapat menjadi wadah bagi para pencipta konten dalam menyalurkan ide kreatif dan inovatif mereka dalam membuat konten media daring, dapat mewujudkan ide-ide tersebut yang sebelumnya mungkin sulit terealisasi akibat keterbatasan peralatan dan tempat membuat konten, serta

dapat menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Meinard, N. A. (2018). *Pemaknaan Kreator Konten Youtube: Studi Fenomenologi Kreator Konten Tim2one Chandra Liow Dan Usama Harbatah Memanfaatkan Media Baru* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Metalocus, dan Lalueta, I. (2013, Februari 18). Culture of smoking: From Taboo to Taboo by Brigada. Diakses Desember 2, 2020, dari <https://www.metalocus.es/en/news/culture-smoking-taboo-taboo-brigada>
- Maysari, Shelly. (2020, Desember 2). Pengertian Media Online serta Kelebihan & Kekurangannya. Diakses Desember 2, 2020, dari <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-online/>
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2020, Februari 2). Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen. Diakses Desember 2, 2020, dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen>
- Trisiana, A., Hanafiah, U.I.M., dan Sarihati, T. (2018, April). Pemanfaatan Konsep *Space Within A Space* Dalam Pengelolaan Layout pada Interior. Diakses Desember 2, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/331400001_PEMANFAATAN_KONSEP_SPACE_WITHIN_A_SPACE_DALAM_PENGOLAHAN_LAYOUT_PADA_INTERIOR
- Utami, Y. C. (2014). Cyberbullying di kalangan remaja. *Journal Universitas Airlangga*, 3(3), 1-10.