

## KAJIAN KULTURAL LOKAL DAN KARAKTER BISNIS PARIWISATA DI JAWA TENGAH UNTUK PENGEMBANGAN DESAIN ITDC (*INDONESIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION*)

Oleh : Amirul Naufal Dzaki , Indriastiardjo

*Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat vital dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat dibandingkan bidang sektor perekonomian lainnya. Dengan mengangkat dan menguatkan nilai dari potensi budaya dan kultural lokal dalam pengembangan wisata sendiri menjadi peluang tersendiri untuk memajukan nilai ekonomi.*

*Kota Semarang dikenal sebagai Urban Heritage Tourism memiliki sumber daya yang potensial di bidang pariwisata yang kaya akan peninggalan kultural lokalnya sebagai tujuan pengembangan bisnis dan juga memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat lokal sendiri maupun pengunjung Internasional. Namun perlu pengembangan guna mewujudkan Kota Semarang sebagai pusat studi dan pariwisata urban heritage yang menarik melalui pengembangan produk heritage, dan didukung oleh elemen-elemen penggerak pariwisata, seperti pemerintah, swasta dan masyarakat, melalui kajian produk dan penggerak pariwisata, sehingga Kota Lama Semarang dapat berperan dalam ilmu kepariwisataan daerah, dengan kebutuhan, tour / pemandu wisata, dan masyarakat, terhadap Kota Semarang.*

*Kurangnya kepedulian masyarakat di Indonesia terutama di kota Semarang ini terhadap potensi untuk mengembangkan nilai lokal menjadi faktor utama dalam kajian ini. Untuk itu, peneliti perlu mengkaji pengembangan desain kantor ITDC yang berfokus pada tuntutan bisnis dan pariwisata dengan potensi kearifan lokal yang ada di daerah Jawa Tengah dan sekitarnya.*

**Kata Kunci :** *Pariwisata, Bisnis, Kearifan Lokal*

### 1. LATAR BELAKANG

Kawasan bersejarah Bisnis tourism development corporation akan memulai cabang baru dari Jawa Tengah, peneliti mengusulkan pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk mengembangkan sektor pariwisata khususnya di daerah Jawa Tengah dengan membuka kantor pariwisata di Kota Semarang. Menurut Vitasurya (2016) Dengan kekayaan Kearifan lokal berasal dari nilai-nilai adat istiadat, nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal yang dimiliki secara alami terbentuk dalam suatu kelompok masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar.

Perkembangan dan perbaikan fasilitas sarana dan prasarana pariwisata di Jawa Tengah terus dibangun, namun masih ditemukan kekurangan terkait perkembangan pariwisata dengan nilai kearifan lokal seperti pementasan seni, warisan sejarah, rekreasi budaya, dan lain-lain. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka konsep pengembangan desain ITDC dengan kultural lokal dan karakter bisnis dipilih

menjadi solusi untuk menjawab permasalahan tersebut.

### 2. RUMUSAN MASALAH

- Saat ini sedang gencar peningkatan bisnis terhadap karakter digital.
- Karakter digital bisnis tersebut diharapkan dapat membantu dalam pengembangan desain ITDC.
- Diperlukan suatu karakter dengan potensi kearifan lokal untuk dalam pengembangan desain.
- Diperlukan area komersial untuk kegiatan perdagangan yang berhubungan dengan sepeda untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan sepeda yang meningkat

### 3. METODOLOGI

Kajian dilakukan dengan melakukan riset untuk menemukan konsep pengembangan desain ITDC Jawa Tengah dengan mengkaji kultural lokal dan karakter bisnis.

## **4. KAJIAN PUSTAKA**

### **4.1. Karakter Bisnis Dalam Arsitektur**

#### **4.1.1. Revolusi Industri 4.0**

Di era Revolusi Industri 4.0 ini Dunia yang telah memasuki era revolusi industri 4.0 menjadi tanda telah dimulainya perkembangan berbagai teknologi dan informasi. Kemajuan teknologi internet memberikan dampak yang begitu besar bagi kehidupan masyarakat saat ini. Masyarakat kini telah menjadikan internet sebagai salah satu kebutuhan pokok dan wajib untuk diakses setiap harinya. Internet tidak hanya dapat digunakan sebagai media untuk bertukar informasi, namun bisa juga dimanfaatkan untuk berkomunikasi, bertukar informasi, hiburan bahkan untuk melakukan transaksi jual beli barang maupun jasa secara online.

Menurut Dovey dan Pratt (2016) dari segi infrastruktur, perkembangan industri kreatif terhambat oleh terbatasnya jumlah pusat pelatihan, laboratorium riset, inkubator bisnis. Selain itu, perkembangan industri kreatif juga terhambat oleh kurangnya ruang kreatif, pasar dan galeri seni, tempat pertunjukan yang permanen dan berstandar internasional, techno park, serta ketersediaan akses internet juga berperan dalam perkembangan industri kreatif.

#### **4.1.2. E-Marketplace**

David (2014) dalam Suryanto (2018: 159) dalam penelitiannya menyatakan bahwa, e-marketplace memiliki manfaat bagi para pelaku usaha dalam membuat strategi baru untuk melakukan pemasaran sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien. E-marketplace merupakan pasar virtual dimana penjual dan pembeli bertemu dalam melakukan berbagai jenis transaksi, seperti halnya pasar nyata, marketplace ini menyediakan ruang atau tempat kepada penjual untuk memasarkan produk maupun jasanya (2). Kemudian terdapat beberapa marketplace yang mengkhususkan konten dan pemasarannya pada arsitektur dan desain. Hal

ini dilatarbelakangi oleh kesulitan masyarakat mengetahui arsitek atau desainer yang tepat dalam mendesain bangunan yang diinginkan. Masyarakat beranggapan bahwa konsultan arsitektur atau desainer cenderung dianggap mahal, sehingga mereka lebih memilih membuat bangunan melalui jasa kontraktor (tukang) tanpa menggunakan konsultan desain terlebih dahulu. Hal ini mengakibatkan desain bangunan yang dihasilkan terkadang tidak memuaskan atau tidak memiliki pertimbangan desain seperti fungsi, estetika dan ergonomi. Oleh karena itu, e-marketplace memberikan solusi berupa informasi, konsultan arsitek dan desainer yang tepat serta referensi lain mengenai desain yang diperlukan oleh masyarakat.

E-Marketplace mampu menjadi sebuah solusi disaat kebutuhan masyarakat akan informasi arsitektur dan desain interior yang besar serta membantu menghemat waktu dan biaya. Selain memberikan keuntungan bagi masyarakat selaku calon konsumennya, keberadaan e-marketplace juga dapat dijadikan sebagai media pemasaran online bagi para konsultan arsitek dan desainer yang akan memasarkan jasa mereka. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam artikel ini akan dibahas perkembangan e-marketplace di Indonesia dan jenis pemasaran, serta kinerja suatu sistem atau website dengan menggunakan teori jasa pemasaran dan teori usability.

#### **4.1.3. Strategi Pemasaran**

Karya arsitektur saat ini menjadi salah satu komoditi bidang jasa. Semakin banyaknya jumlah biro arsitek maupun arsitek perorangan yang menjual jasa desain, membuat persaingan tidak hanya sebatas kualitas karya, namun juga pada harga atau biaya desain. Hal tersebut memicu para pelaku arsitek untuk membuat strategi pemasaran.

##### **▪ Media Internet**

Dalam era digital, keberadaan internet merupakan system paling efektif dalam

menyebarkan informasi. Selain mudah diakses, media ini juga tidak memerlukan biaya yang besar. Dengan internet, masyarakat bisa mendapatkan informasi yang sangat luas cakupannya dengan mudah dan cepat. Masyarakat saat ini cenderung lebih banyak mengakses internet daripada media yang lain. Media internet dan media social lebih banyak digunakan oleh masyarakat usia muda. Biro arsitek dan arsitek perorangan yang menggunakan media internet dan media social lebih menyasar pasar usia muda, dengan rentang usia 25 sampai 45 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif yang dianggap sudah waktunya membutuhkan jasa desain arsitektur. Dalam bidang arsitektur, masyarakat yang membutuhkan jasa arsitektur dapat menggunakan media internet untuk mencari jasa penyedia layanan arsitektur dengan mesin pencari.

- **Media Cetak**

Biro arsitek atau arsitek perorangan memasarkan jasa mereka melalui media cetak. Meskipun saat ini media cetak sedikit terpinggirkan karena kemajuan media digital dan internet. Meskipun demikian, media cetak masih digunakan oleh biro arsitek maupun arsitek perorangan dalam mempromosikan layanan jasa tersebut. Sasaran dari media cetak adalah masyarakat yang tidak begitu familiar dengan media internet, dengan prosentase paling besar adalah orang tua. Selain biaya yang cukup mahal, iklan di media cetak terbatas dalam inovasi bentuk iklan dan tayangan. Terlebih, beberapa media cetak hanya beredar secara local di wilayah atau regional tertentu, sehingga jangkauan potensi untuk dibaca menjadi lebih kecil. Dari beberapa biro arsitek maupun arsitek perorangan yang memasang iklan di media cetak, ada beberapa yang mencantumkan harga desain. Dan seperti halnya biro arsitek maupun arsitek perorangan yang aktif di media internet, harga desain tersebut jauh lebih rendah daripada aturan dari Ikatan Arsitek Indonesia.

- **Media Sayembara**

Beberapa arsitek perorangan maupun tim, sering mengikuti dan menjuarai sayembara arsitektur. Selain mendapatkan hadiah, sayembara merupakan salah satu tolok ukur dalam menentukan kualitas karya arsitektur. Arsitek perorangan maupun tim yang pernah mengikuti sayembara kemudian juara, dianggap mempunyai kualitas arsitektur yang tinggi, yang kemudian dapat mendongkrak nama dan diikuti oleh naiknya tarif desain mereka. Sayembara cukup efektif dalam menaikkan tarif desain. Namun demikian, tidak semua masyarakat paham tentang sayembara arsitektur. Sehingga, dengan tarif yang tinggi, masyarakat yang dapat menghargai sebuah karya arsitektur saja yang akan menggunakan jasa arsitek perorangan ataupun biro arsitek tersebut.

Untuk mengedepankan karakter bisnis dalam pengembangan desain kantor ITDC, diperlukan fasilitas-fasilitas penunjang yang dapat menarik minat wisatawan seperti galeri seni, café modern bernuansa kearifan local, dan pertunjukan seni lainnya dengan menggunakan 3 unsur di atas Revolusi Industri 4.0, E-marketing, dan Strategi Pemasaran.

Dalam mengelola manajemen tourism(pariwisata), dibutuhkan suatu wadah untuk dapat mengembangkan bisnis aset wisata yaitu dengan pengembangan desain ITDC.

## **4.2. Tinjauan Kultural Lokal**

### **4.2.1. Pengertian Kultural Lokal**

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta yaitu buddhayah, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut culture, yang berasal dari kata Latin Colere, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata culture juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia. (Wikipedia).

Industri pariwisata apabila ditinjau dari segi budaya, secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya Indonesia karena dengan adanya suatu objek

wisata maka dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu negara seperti kesenian tradisional, upacara-upacara agama atau adat yang menarik perhatian wisatawan asing dan wisatawan Indonesia. Industri pariwisata yang berkembang dengan pesat memberikan pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi pengunjung wisata (turis) dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut berada. Hal tersebut menjadikan para wisatawan dapat mengenal dan menghargai budaya masyarakat setempat dan juga memahami latar belakang kebudayaan lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut (Spillane, 1994).

Istilah budaya lokal memiliki dimensi yang cukup luas. Bukan hanya sekedar mempertahankan fisik bangunannya namun juga kehidupan masyarakat. Budaya atau kearifan budaya lokal menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, terutama di negara-negara sedang berkembang seperti Indonesia. Kebudayaan diturunkan sebagai 'warisan yang diturunkan tanpa surat wasiat'. Kebudayaan adalah realitas objektif dimana setiap kelompok akan mencari persepsinya, dipertegas dan dijadikan sebagai identitas kelompoknya.



**Gambar 1 :** Masyarakat Sedang Membuat  
Sumber : Inibaru.id

Menurut Brent C Brolin dalam bukunya *Architecture in Context* (1980) adalah kemungkinan perluasan bangunan dan keinginan mengaitkan bangunan baru dengan lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain,

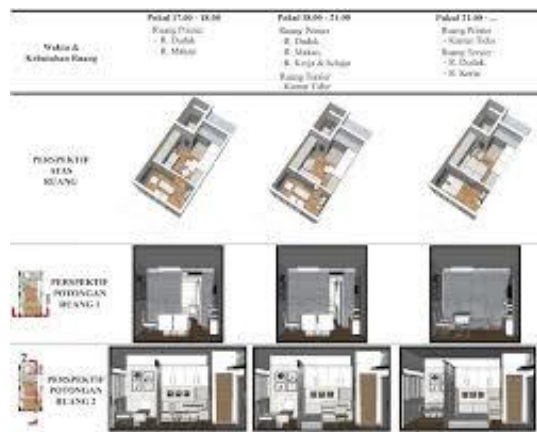
kontekstualisme merupakan sebuah ide tentang perlunya tanggapan terhadap lingkungannya serta bagaimana menjaga dan menghormati jiwa dan karakter suatu tempat.

Potensi Pariwisata dengan kearifan lokal di daerah Jawa Tengah dan sekitarnya yang diminati oleh wisatawan, baik lokal dan mancanegara rata-rata di dominasi wisata dengan berbagai macam pilihan :

- Wisata Alam : Karimun Jawa (Jepara), Dieng (Wonosobo), Telaga Warna (Wonosobo), Rawa Pening (Semarang).
- Wisata Heritage : Candi Borobudur (Magelang), Candi Prambanan (Klaten), Candi Gedong Songo (Kab. Semarang), Lawang Sewu (Semarang), Sam Poo Kong (Semarang), Kota Lama (Semarang).
- Wisata Budaya : Pasar Bambu Papingan (Temanggung), Sentra Kerajinan Batik (Brebes), Kuliner Pecinan (Semarang), Sentra Kerajinan Kaligrafi (Demak), Kampung Kemlayan (Solo).

### 4.3. Hasil Analisis

#### 4.3.1 Fleksibilitas



**Gambar 2 :** Gambar penerapan fleksibilitas dalam ruang  
Sumber : arsitektur.studentjournal.ub.ac.id

Menurut KBBI, Fleksibilitas berarti lentur, luwes, dan mudah menyesuaikan diri. Fleksibilitas dalam ruang adalah suatu sifat kemungkinan dapat digunakannya sebuah ruang untuk berbagai sifat dan kegiatan, dan dapat dilakukan pengubahan susunan ruang

sesuai tanpa mengubah tatanan bangunan. Fleksibilitas ruang dalam mengacu pada dua teori yaitu Teori Carmona dan Harbraken. Teori Carmona mengklasifikasikan fleksibilitas menjadi tiga, yaitu Time Cycle and Time Management, Continuity and Stability, Implemented Over Time. Time Cycle and Time Management adalah perubahan waktu dan aktivitas pengguna menjadi acuan dasar dalam menganalisis kebutuhan fleksibilitas dan sebagai konsep dasar perancangan partisi. Continuity and Stability yaitu hasil desain beradaptasi terhadap waktu.

Ada tiga konsep fleksibilitas, yaitu ekspansibilitas, konvertibilitas, dan versabilitas. Ekspansibilitas adalah konsep fleksibilitas yang penerapannya pada ruang atau bangunan yaitu bahwa ruang dan bangunan yang dimaksud dapat menampung pertumbuhan melalui perluasan. Untuk konsep konvertibilitas, ruang atau bangunan dapat memungkinkan adanya perubahan tata atur pada satu ruang. Untuk konsep versabilitas, ruang atau bangunan dapat bersifat multi fungsi. Fleksibilitas arsitektur dengan menggunakan berbagai macam solusi dalam mengatasi perubahan-perubahan aspek terbangun di sekitar tapak membuatnya dapat dianalisa pada kajian temporer yaitu dimana fleksibilitas arsitektur ini dapat berubah sesuai dengan yang pengguna butuhkan. Sifat temporer ini dapat dianalisa pada tiga aspek temporal dimension yang diungkapkan oleh Carmona, et al (2003) :

- Time Cycle and Time management

"Activity are fluid in space and time,environments are used differently at different times". Dari pernyataan ini dapat disarikan bagaimana aktivitas selalu berubah sesuai dengan ruang maupun sesuai dengan waktu seperti sebuah zat cair yang nantinya akan memerlukan sebuah wadah untuk memberikan kekuatan aktivitas tersebut. Disinilah arsitek sebagai pencipta ruang harus selalu kritis melihat celah-celah terbentuknya ruang yang berubah sesuai dengan perubahan

waktu yang juga memberikan reaksi pada penggunaan lingkungan sekitarnya

- Continuity and Stability

"Although environments relentlessly change over time,a high value is often placed on some degree of continuity and stability" Walaupun lingkungan selalu berubah dari waktu ke waktu sebuah keberadaan desain seharusnya mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan lingkungan tersebut, sehingga keberlanjutan desain yang diharapkan dari sebuah karya arsitektur memiliki fungsi optimal yang stabil dalam bereaksi dengan lingkungan terbangun.

- Implemented Over Time

Sebagai seorang Arsitek,perencana ruang, hal ini merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Bagaimana desain nantinya bukan bekerja di jamannya saja tetapi juga justru bisa melampaui jamnnya. Sehingga pemikiran-pemikiran yang inovatif harus terus dihadirkan untuk menghadirkan strategi yang dapat mengatasi segala perubahan akan lingkungan.

Hal ini dikaji dengan kemampuan fleksibilitas pada ruang terhadap waktu pengguna. Implemented Over Time yaitu hasil perancangan mengikuti perkembangan waktu dan aktivitas meskipun terdapat penambahan kebutuhan ruang. Sedangkan Harbraken, mengklasifikasikan kemampuan fleksibilitas ada elemen ruang menjadi tiga yaitu, Penambahan (addition), Pengurangan (elimination), dan Pergerakan atau Perpindahan (movement). Penambahan adalah penambahan suatu elemen sehingga terjadi perubahan. Penambahan diterapkan pada partisi untuk beradaptasi terhadap pertambahan kebutuhan ruang. Pengurangan (elimination) adalah pengurangan suatu elemen sehingga terjadi perubahan. Pengurangan diterapkan pada partisi untuk beradaptasi terhadap pengurangan kebutuhan ruang. Pergerakan atau Perpindahan (movement) adalah pergerakan yang disebabkan oleh pergeseran elemen ruang sehingga terjadi perubahan. Hal ini diterapkan

untuk adaptasi partisi kinetik terhadap fleksibilitas ruang.

Aspek mengenai fleksibilitas yaitu tentang kebutuhan ruang yang dapat berubah settingnya sesuai keinginan penggunanya. Menurut KBBI, Fleksibilitas berarti lentur, luwes, dan mudah menyesuaikan diri. Fleksibilitas dalam ruang adalah suatu sifat kemungkinan dapat digunakannya sebuah ruang untuk berbagai sifat dan kegiatan, dan dapat dilakukan perubahan susunan ruang sesuai tanpa mengubah tatanan bangunan.

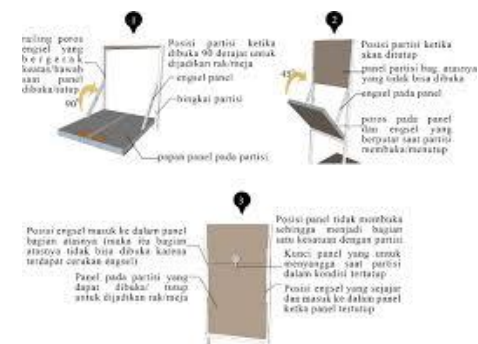
Karakteristik fleksibilitas untuk kebutuhan ruang pada kantor cocok untuk diaplikasikan dengan desain kantor berkonsep open plan, dikarenakan tidak banyak membutuhkan partisi terutama partisi dinding masif agar setting ruang mudah berganti-ganti fungsi sesuai waktu, tema, keinginan, dan kebutuhan tanpa membutuhkan renovasi besar-besaran.

Berdasarkan teori fleksibel, terdapat 3 jenis konsep fleksibel yaitu konvertibilitas, ekspansibilitas dan versabilitas. Ketiga konsep ini dapat diterapkan dalam bangunan Pusat Fotografi sehingga menciptakan fleksibilitas dalam bangunan. Ketiga konsep ini juga digabungkan dengan perilaku-perilaku pengguna sebagai pelaku utama dalam bangunan ini, yaitu:

- Luasan ruang dapat berubah sesuai dengan jumlah pengguna Luasan ruang dapat berubah sehingga dapat digunakan untuk kegiatan yang bersifat individual dan yang bersifat kelompok. Contohnya adalah ruang studio yang dapat digunakan oleh perseorangan namun dapat pula menjadi lebih luas sehingga dapat digunakan oleh kelompok yang lebih besar misalnya peserta kursus. Luasan ruang juga dapat berubah sehingga dapat digunakan untuk event maupun bukan event. Untuk event, ruangan dapat mencakup orang yang lebih banyak dibandingkan ketika tidak event.
- Perabot dalam ruang dapat berubah sesuai dengan jenis kegiatan Perabot yang berada dalam ruangan dapat diganti, dipindah

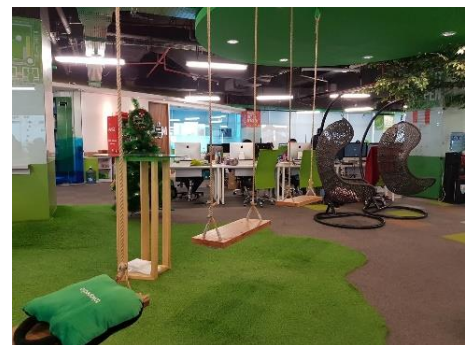
maupun digunakan ulang dalam beberapa jenis kegiatan.

- Ruang dapat digunakan untuk beberapa kegiatan yang berbeda Beberapa ruang tertentu dapat bersifat multifungsi sehingga dapat digunakan dalam beberapa fungsi yang berbeda. Contohnya adalah ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk fungsi seminar, namun dapat pula digunakan untuk fungsi pameran apabila diperlukan.



**Gambar 3 :** Contoh partisi pada ruang kantor  
Sumber : [arsitektur.studentjournal.ub.ac.id](http://arsitektur.studentjournal.ub.ac.id)

#### 4.3.2 Dinamis



**Gambar 4 :** Gambar Layout Kantor Tokopedia yang menerapkan Dinamis dalam ruang  
Sumber : [idntimes.com](http://idntimes.com)

Dewasa ini, karakter dinamis pada ruang kantor cukup diperlukan dan sudah mulai diterapkan pada kantor di Indonesia. dengan menciptakan suasana kerja yang dinamis dan kondusif, dapat mendorong pengguna didalamnya untuk selalu bergerak dengan fleksibilitas yang tinggi dalam beraktifitas dan juga mengembangkan ide-ide mereka. Melalui

desain yang moderen dan sederhana, sehingga tetap elegan dan nyaman. Ketersediaan berbagai fasilitas-fasilitas penunjang konsep dinamis seperti phone booth, coffee corner untuk bersantai, lounge, self pantry, reading spot, gaming room dan outdoor communal space untuk area berkumpul.

▪ **Karakter**

Karakter dan gaya yang ingin digunakan pada desain perancangan ini bersifat modern dengan menggunakan bentuk-bentuk geometris.

▪ **Gaya Desain**

Gaya desain yang digunakan adalah gaya desain modern kontemporer yaitu dengan mengedepankan desain yang simple (lebih menekankan dari segi kenyamanan) tetapi juga „kekininan“. Karakter desain muncul pada penggunaan material lantai, yaitu memadukan antara parket dengan tegel, sehingga sifatnya dinamis dan kolaboratif.

▪ **Suasana**

Suasana pada perancangan ini ingin menimbulkan suasana yang nyaman, dinamis, fun namun tetap esetetis. Karena target pengguna terhadap perancangan ini yaitu 18-30 tahun, maka desain yang dimunculkan juga disesuaikan dengan karakter anak muda yang dinamis dan kreatif. Penggunaan warna yang ingin diterapkan menggunakan yang sesuai dengan suasana yang ingin dicapai. Seperti penggunaan warna cokelat yang merupakan warna netral yang natural, hangat, dan stabil. Warna ini menimbulkan kesan nyaman, memberi keyakinan dan rasa aman, serta menciptakan suasana yang hangat dan akrab. Warna hijau menyegarkan, membangkitkan energi dan juga mampu memberikan efek menenangkan, menyejukkan serta menyeimbangkan emosi.

Pengaplikasian konsep dinamis terhadap zoning, grouping dan sirkulasi berdasarkan pertimbangan sebuah ruang dengan

pembagian ruang yang bervariasi. Beberapa fasilitas yang dihadirkan seperti co-working space yang bermacam-macam menyebabkan adanya pertimbangan akan pembagian ruang dengan alur yang terarah dengan baik. Pada area lantai 1 merupakan area yang cenderung publik, dengan pertimbangan adanya ruang-ruang terbuka yang mudah diakses oleh pengunjung. Sedangkan pada lantai 2 merupakan area yang lebih privat karena hanya dapat diakses oleh pihak-pihak tertentu. Sirkulasi yang ada akan memudahkan pengunjung karena konsepnya dinamis, sehingga pada sirkulasi juga membebaskan penggunaannya untuk bebas bereksplorasi.

Dengan mengutamakan tujuan dari konsep menciptakan sebuah suasana kerja yang dinamis dan kondusif, sehingga mendorong pengguna didalamnya untuk selalu bergerak dalam mengembangkan ide-ide mereka. Melalui desain yang moderen dan sederhana, sehingga tetap elegan dan nyaman. Melalui konsep ini diharapkan dapat memberikan suasana fun tetapi juga nyaman bagi pengunjung.

▪ **Karakter**

Karakter dan gaya yang ingin digunakan pada desain perancangan ini bersifat modern dengan menggunakan bentuk-bentuk geometris.

▪ **Gaya Desain**

Gaya desain yang digunakan adalah gaya desain modern kontemporer yaitu dengan mengedepankan desain yang simple (lebih menekankan dari segi kenyamanan) tetapi juga „kekininan“. Karakter desain muncul pada penggunaan material lantai, yaitu memadukan antara parket dengan tegel, sehingga sifatnya dinamis dan kolaboratif. C. *Suasana*  
Suasana pada perancangan ini ingin menimbulkan suasana yang nyaman, dinamis, fun namun tetap esetetis. Karena target pengguna terhadap perancangan ini yaitu 18-30 tahun usia produktif, maka desain yang dimunculkan juga disesuaikan dengan karakter anak muda yang dinamis dan kreatif. Penggunaan warna yang ingin diterapkan menggunakan yang sesuai dengan suasana

yang ingin dicapai. Seperti penggunaan warna cokelat yang merupakan warna netral yang natural, hangat, dan stabil. Warna ini menimbulkan kesan nyaman, memberi keyakinan dan rasa aman, serta menciptakan suasana yang hangat dan akrab. Warna hijau menyegarkan, membangkitkan energi dan juga mampu memberikan efek menenangkan, menyejukkan serta menyeimbangkan emosi.

#### ▪ IMPLEMENTASI PADA INTERIOR

Pengaplikasian konsep dinamis terhadap zoning, grouping dan sirkulasi berdasarkan pertimbangan sebuah kantor dengan pembagian ruang yang bervariasi. Beberapa fasilitas yang dihadirkan oleh co-working space yang bermacam-macam menyebabkan adanya pertimbangan akan pembagian ruang dengan alur yang terarah dengan baik. Pada area lantai 1 merupakan area yang cenderung publik, dengan pertimbangan adanya ruang-ruang terbuka yang mudah diakses oleh pengunjung. Sedangkan pada lantai 2 merupakan area yang lebih privat karena hanya dapat diakses oleh pihak-pihak tertentu. Sirkulasi yang ada akan memudahkan pengunjung karena konsepnya dinamis, sehingga pada sirkulasi juga membebaskan penggunaannya untuk bebas bereksplorasi.

#### 4.3.3 Estetika



**Gambar 5** : Gambar Ornamen dengan kultural local fasad Stadion Papua Bangkit  
Sumber : Kompas.com

Dalam karya arsitektur, nilai-nilai estetika memiliki permasalahan yang lebih kompleks, hal ini disebabkan oleh banyaknya faktor yang

terkait dalam mempengaruhi keberhasilan sebuah karya, seperti: faktor ekonomi, sosial, budaya, teknologi, ergonomi, antropometri termasuk faktor psikologi, keselarasan serta pelestarian lingkungan. Estetika dalam arsitektur tidak terikat oleh ruang dan waktu, melainkan dapat menjelajah keseluruhan segi kehidupan masyarakat dan kebudayaan.

Melalui seni manusia dapat menunjukkan dan bahkan mempertanyakan atau menawarkan berbagai kemungkinan kedudukan dirinya dalam konteks kemanusiannya. Fenomena seni merupakan jagad refleksi kemanusiaan, sebuah dialektika yang tidak pernah berhenti sepanjang masa. Dunia kesenian diciptakan dan dikembangkan oleh dan untuk kehidupan manusia. Seni dan peristiwa kesenian yang dikendalikan oleh aspek cipta, rasa, dan karsa itu hanya melekat pada insan manusia bukan hewan atau makhluk lain. Seni adalah bentuk perwujudan pengalaman seseorang atau kelompok suatu masyarakat tertentu, yang dihadirkan melalui media sehingga menjadi konkret (Firth, 1992:16). Ada seni yang bersifat personal, ada milik kelompok sebagai pernyataan pengalaman estetika kolektif. Seni individual lebih mementingkan gaya pribadi, berbeda dengan seni kolektif yang anonim, dijiwai nilai masyarakat dan menjadi kebanggaan bersama. Seni jenis pertama lebih bersifat murni (fine art), biasa diklaim sebagai kelompok seni modern (kontemporer), sedangkan jenis kedua digolongkan pada wilayah seni tradisi yang cenderung sebagai applied art. Peristiwa mengungkapkan pengalaman rasa dalam dunia seni lebih dikenal dengan ekspresi. Kelancaran ekspresi diperlukan sarana seperti medium dan juga kemampuan teknik (alat). Pengalaman rasa (keindahan) yang diekspresikan merupakan hasil interpretasi atas realitas. Realitas yang dihadirkan dalam bentuk kesenian tidak lain adalah hasil persepsi selektif atas fenomena di sekitarnya.

Realitas ini bisa muncul lagi dalam realitas yang lain. Realitas adalah peristiwa sejarah umat manusia yang penuh dengan nilai. Realitas sepenuhnya terwujud dalam bidang etis, karena itu makna realitas lebih bersifat etis



dari pada fisik. Bahkan realitas merupakan semacam fenomena misterius di balik peristiwa konkret sehari-hari (Van Peursen, 1990:9—12). Keberadaan dan interpretasi realitas atas realitas sangat tergantung pada persepsi yang terbentuk oleh pengaruh kepekaan nilai estetis, nilai religius, dan nilai sosial tentang dunia yang ada (Van Peursen, 1990:67). Realitas seseorang dapat dikonkretkan melalui kegiatan ekspresi. Ekspresi dengan demikian merupakan representasi atas realitas, tetapi ia tentu bukan realitas itu sendiri. Maka ekspresi bisa menghadirkan realitas secara bertingkat seperti realitas pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya. Realitas bukan terletak pada objek suatu benda (fisiknya) tetapi ada pada persepsi manusianya. Dengan demikian apa yang diekspresikan adalah representasi pengalamannya atas kenyataan yang ditafsirkan, sehingga hasil ekspresi adalah sesuatu yang bernilai. Pewujudan atas realitas yang diekspresikan melalui pelakunya adalah sebuah representasi nilai yang memadat dalam bentuk simbol (Dillistone, 2002:28). Dalam budaya kolektif seperti halnya estetika tradisi, simbol lebih merupakan relasi atas struktur-struktur yang memuat pesan budaya. Pesan budaya lebih berupa pendidikan nilai yang harus ditafsirkan maknanya melalui wujud atau bentuk sebagai teks, dan aspek sosial budaya sebagai konteksnya (Ahimsa-Putra, 2001: 261— 262).

Estetika dari kata *aesthetic* (bahasa Inggris) yang artinya adalah keindahan bentuk seni (Haryono, t.th: 21). Konsep keindahan dipahami sebagai kualitas dari sifat tertentu yang terdapat pada suatu bentuk (*form*). Sifat atau kualitas seni sering dinyatakan dalam sebutan baik-buruk, indah-jelek, menarik-membosankan dsb. Secara umum orang menilai dan menganggap bahwa letak keindahan ada pada gejala atau wujud itu sendiri, dalam tindakan benda, maupun suasana yang berlangsung itu sendiri. Dalam tinjauan lain, estetika didasarkan dari kata *aesthesis* (bahasa Yunani). Ia dikenal dalam tidak hanya sebatas persepsi keindahan akan tetapi rasa dalam arti seluas-luasnya. Segala rasa di sini termasuk tanggapan manusia yang

diperoleh lewat indera penglihatan, perabaan, penciuman, penyerapan maupun pendengaran.

Dengan demikian estetika lebih merupakan tanggapan manusia atas pengalaman ketubuhannya. Tanggapan yang dilakukan didasarkan pengalaman yang diperoleh melalui proses internalisasi, pembudayaan diri, dan sosialisasi melalui berbagai proses interaksi sosial (Simatupang, 2006: 3). Dengan melihat estetika secara lebih luas, pemahamannya tidak disempitkan pada persoalan keindahan. Estetika juga tidak terletak pada benda dalam wujud nyata sebagai objek yang diamati, tetapi pada hakikatnya berada pada pikiran seseorang atau kelompok (masyarakat). Maka nilai

Dengan menambahkan ornamen-ornamen etnik berbau kultural lokal seperti roster berbentuk pola batik, *second skin* gedung dengan pola batik, dan sebagainya pada eksterior dan interior bangunan, menambah citra tersendiri pada identitas desain kantor dengan berfokus pada kearifan lokal.

## 5. KESIMPULAN PERANCANGAN

Untuk mengembangkan Kantor ITDC berbasis karakter bisnis dan kultural lokal dengan penggunaan konsep fleksibilitas, dinamis, dan estetis.

## 6. DAFTAR PUSTAKA & REFERENSI

### 6.1. Pustaka

De Chiarra, Joseph and John Callender. 1973. *Time Saver Standards for Building Types*. New York: Mc. Grow Hill Inc.

Neufert, E. (1980). *Architect's Data Second (International) English Edition*. Granada—London, Toronto, Sydney, New York.

Wijaya, S. J., Sitindjak, R. H. I., & Suryanata, L. (2017). Implementasi Konsep Dynamic Pada Interior Creative Industry Co-working Space di Surabaya. *Intra*, 5(2), 740-748.

Putri, M. P., Nugroho, A. M., & Handajani, R. P. (2016). Partisi Kinetik sebagai Elemen

Fleksibilitas Interior pada Kantor Sewa. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur*, 4(3).

## **9.2. Referensi**

Deezen.com

Archdaily.com

Wikipedia.org

Google.com