



Kajian Aspek-Aspek Perancangan Creative Hub di Kabupaten Asahan

Nur Arba'atun Tsaniyah

Architecture Department, Faculty of Engineering, Universitas Sumatera Utara
natsaniyah@gmail.com

Wahyuni Zahrah

Architecture Department, Faculty of Engineering, Universitas Sumatera Utara
wahyuni.zahra@usu.ac.id

*Corresponding Author: natsaniyah@gmail.com

Alamat: Jalan Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155

Abstract: *The Creative Industry in Indonesia has experienced significant growth. However, it faces challenges such as low quality of human resources and inadequate facility accessibility. The Creative Industry in Indonesia has experienced significant growth. However, the challenges lie in the low quality of human resources and inadequate accessibility to facilities. One solution is to provide creative hub facilities as centers for collaboration, innovation, and the development of the creative industry business. This research aims to analyze the aspects of creative hub in enhancing creativity and the development of the creative industry business in Kabupaten Asahan. The method used in this research is a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods, involving a comparative study of buildings with similar functions and a survey using questionnaires with 30 respondents, particularly those who have used creative hubs and the general population of Kabupaten Asahan. The results show that creative hub facilities in Kabupaten Asahan play a crucial role in enhancing creativity and the development of the creative industry business. Users tend to prefer facilities that support collaboration and innovation, as well as those that provide comfort such as prayer rooms and green open spaces. This emphasizes the potential of creative hubs as centers for developing creative potential and the creative industry business in the Kabupaten Asahan area.*

Keywords: *Creative Industry, Creative Hub, Kab. Asahan.*

Abstrak: Industri Kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Namun, kendalanya adalah kualitas SDM yang rendah dan aksesibilitas fasilitas yang kurang memadai. Salah satu solusinya dengan menyediakan fasilitas creative hub sebagai pusat kolaborasi, inovasi, dan pengembangan bisnis industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek creative hub dalam meningkatkan kreativitas dan pengembangan bisnis industri kreatif di Kabupaten Asahan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran kualitatif-kuantitatif, berupa studi banding bangunan yang memiliki fungsi sejenis dan survei menggunakan kuesioner dengan responden berjumlah 30 orang, khususnya yang pernah menggunakan creative hub dan umumnya masyarakat Kabupaten Asahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas creative hub di Kabupaten Asahan berperan penting dalam meningkatkan kreativitas dan pengembangan bisnis industri kreatif. Pengguna cenderung memilih fasilitas yang mendukung kolaborasi dan inovasi, serta yang memberikan kenyamanan seperti ruang ibadah dan ruang terbuka hijau. Hal ini menegaskan potensi creative hub sebagai pusat pengembangan potensi kreatif dan bisnis industri kreatif di wilayah Kabupaten Asahan.

Keywords: Industri Kreatif, Creative Hub, Kab. Asahan.

PENDAHULUAN

Industri kreatif telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang semakin penting di banyak negara di seluruh dunia. Berdasarkan data Pertumbuhan Industri Kreatif di Indonesia, pertumbuhannya semakin signifikan. Pada tahun 2019, industri kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap PDB nasional dan jumlah tenaga kerja yang terlibat mencapai sekitar 16,5 juta orang (Kemenparekraf, 2019). Di Kab. Asahan 3 sektor lapangan usaha yang memberi peran dominan terhadap PDRB hingga tahun 2022 yaitu: sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan sebesar 39,78%; sektor Industri Pengolahan sebesar 22,37% serta sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reperasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 19,91% (BPS Asahan, 2022). Kendala yang dihadapi di pasar tradisional pada umumnya berkaitan dengan aspek fisik bangunan, kondisi pasar, kenyamanan, keamanan dan kebersihan, kemudian sirkulasi pasar tradisional yang berantakan, di mana pedagang yang tidak memiliki lahan untuk berjualan memakai pedestrian dan bahu jalan untuk berjualan sehingga hal ini membuat kemacetan pada jalan yang dilalui kendaraan. Adapun kendala yang sering dihadapi tidak hanya di pasar tradisional yaitu kurangnya ataupun tidak adanya area parkir. Pada pasar tradisional area parkir untuk kendaraan masih memakai lahan pemukiman warga setempat yang berdekatan dengan pasar tradisional atau memakai bahu jalan. Selain itu, kenyamanan, keamanan, dan kebersihan pasar tradisional juga kurang memadai.

Industri pengolahan berada pada urutan kedua dari 3 lapangan usaha yang mendominasi pendapatan daerah Kab. Asahan. Mengingat jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kab. Asahan cukup banyak dengan beberapa sektor industri kreatif seperti, kerajinan sepatu kulit, kerajinan gerabah, dsb. Lapangan usaha industri pengolahan Kab. Asahan memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang, terutama jika diikuti dengan pengembangan industri kreatif. Kedua sektor ini juga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi regional maupun nasional melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakatnya. Industri pengolahan memerlukan tenaga kerja yang terampil dan teknologi yang canggih, sementara industri kreatif memerlukan keterampilan dan keahlian dalam seni dan desain. Intinya diperlukan sumber daya manusia yang mumpuni, kreatif serta inovatif untuk mengembangkan sektor ini. Namun, jika dilihat dari kualitas SDM nya belum memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Untuk itu perlu adanya fasilitas yang mampu mengakomodasi kebutuhan para pelaku industri kreatif dan masyarakat setempat dalam mengembangkan keterampilan dan bakat mereka. Selain itu, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif adalah dalam hal aksesibilitas terhadap fasilitas dan infrastruktur yang memadai untuk mengembangkan bisnis mereka.

Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan tersebut adalah dengan membangun Creative Hub. Creative Hub dapat menjadi pusat kolaborasi, inovasi, dan pengembangan bisnis untuk pelaku industri kreatif. Namun, dalam perencanaannya, perlu diperhatikan faktor keberlanjutan dan aksesibilitas untuk memastikan bahwa fasilitas tersebut dapat diakses oleh berbagai kelompok masyarakat, ramah lingkungan dan mampu memfasilitasi kolaborasi antara pelaku industri kreatif dan pengusaha di Kab. Asahan.

KAJIAN LITERATUR









Menurut Virani dan Malem (2016), creative hub memiliki tiga fungsi utama: (1) menciptakan pengetahuan baru, (2) mentransfer pengetahuan ke tempat-tempat di mana dapat diterapkan; dan (3) menyebarkan pengetahuan kepada orang lain melalui pendidikan dan pelatihan. Namun, penting untuk dicatat bahwa pusat-pusat yang berfokus pada sektor inovasi kreatif dan digital yang lebih baru seringkali menghadapi tantangan dalam hal pendanaan. Mereka sering harus mencari bentuk-bentuk investasi baru dan model konstitusional yang lebih terbuka terhadap partisipasi masyarakat. Pusat pengetahuan ini dianggap sebagai bagian dari sistem inovasi lokal dan juga sebagai simpul dalam jaringan produksi dan berbagi pengetahuan. Beberapa karakteristik utama dari Creative Hub adalah memberikan layanan yang disesuaikan untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang kreatif termasuk bisnis mikro, ditujukan khusus untuk UKM kreatif tahap awal dan bisnis mikro, difasilitasi oleh individu-individu yang dipercaya untuk memegang beberapa posisi penting dan melaksanakan berbagai aktivitas penting, dan keberadaan menjadi penting bagi kesehatan ekonomi kreatif lokal (O'Hara & Naik, 2021).










Persepsi umum terkait fasilitas Creative Hub sangatlah beragam, sebagian orang akan berfikir bahwa fasilitas ini berupa gedung besar atau tempat yang berfokus pada kreativitas dalam bidang tertentu, seperti seni atau desain. Sementara yang lain berfikir terkait platform online. Menurut, Creative HubKit British Council (2016) tempat kreatif dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- Studio, tempat di mana beberapa orang bekerja bersama
- Pusat, yaitu gedung besar dengan berbagai fasilitas seperti toko, kafe, dan lain-lain. Jaringan, di mana orang atau bisnis berhubungan di beberapa tempat yang berbeda
- Klaster, di mana banyak orang kreatif berkumpul di satu area tertentu
- Platform online, yang hanya ada di dunia maya
- Tempat alternatif, yang fokus pada hal-hal baru dan eksperimental.

Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video (BDI Yogyakarta, 2015). Berdasarkan kemenparekraf, data subsektor ekonomi kreatif di Indonesia tahun 2020 berjumlah 17 sub sektor seperti yang terlihat pada Tabel 2.1.

Tabel 1. Sub Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia

No.	Sub Sektor	Keterangan
1.	 Aplikasi	Sub-sektor ini mencakup pembuatan perangkat lunak, aplikasi mobile, dan platform digital lainnya. Ini termasuk pengembangan game, aplikasi bisnis, aplikasi pendidikan, dan banyak lagi. Profesional di bidang ini menciptakan solusi perangkat lunak yang inovatif untuk berbagai keperluan.
2.	 Desain Produk	Ini melibatkan perancangan produk fisik atau barang konsumen. Desainer produk menciptakan produk yang fungsional, estetik, dan ergonomis. Mereka berfokus pada aspek seperti bentuk, bahan, kegunaan, dan pengalaman pengguna.
3.	 Desain Komunikasi Visual	Sub-sektor ini melibatkan desain grafis, ilustrasi, desain web, dan desain identitas merek. Desainer komunikasi visual membantu organisasi dan individu dalam menyampaikan pesan mereka melalui gambar, teks, dan elemen visual lainnya.
4.	 Penerbitan	Ini mencakup industri penerbitan buku, majalah, dan materi cetak lainnya. Penerbit menghasilkan, mendistribusikan, dan memasarkan karya tulis dan grafis.
5.	 TV & Radio	Industri penyiaran mencakup produksi dan penyiaran program televisi dan radio. Ini mencakup berita, hiburan, program pendidikan, dan banyak lagi.
6.	 Musik	Industri musik mencakup produksi, distribusi, dan pemasaran musik rekaman dan pertunjukan langsung. Ini melibatkan musisi, produser, penyanyi, penulis lagu, dan berbagai profesional lainnya.
7.	 Kriya	Sub-sektor ini mencakup pembuatan produk kerajinan tangan seperti keramik, tekstil, perhiasan, kaca, dan kerajinan lainnya. Para pengrajin sering menggunakan keterampilan tradisional dan teknik inovatif untuk menciptakan barang-barang unik yang memiliki nilai artistik dan pasar.
8.	 Kuliner	Industri kuliner mencakup restoran, kafe, produksi makanan, dan layanan catering. Ini melibatkan penciptaan dan penyajian makanan dan minuman dengan penekanan pada cita rasa, presentasi, dan pengalaman gastronomi.

9.	 Fotografi	Fotografi adalah seni dan praktik mengambil dan memproses gambar dengan menggunakan kamera. Ini mencakup fotografi editorial, komersial, seni, fotografi pernikahan, dan banyak lagi.
10.	 Film, Animasi & Video	Sub-sektor ini melibatkan produksi film animasi, video iklan, video musik, dan konten video digital lainnya. Para profesional di bidang ini menciptakan karakter animasi, mengarahkan produksi film, dan melakukan proses produksi post-produksi.
11.	 Fesyen	Industri fesyen mencakup desain pakaian, manufaktur pakaian, perancang aksesoris, dan ritel pakaian. Ini berhubungan dengan desain dan produksi pakaian dan aksesoris untuk dipakai.
12.	 Seni Pertunjukan	Ini mencakup teater, musik, tari, dan pertunjukan langsung lainnya. Seniman pertunjukan tampil di depan penonton untuk menyajikan karya seni mereka.
13.	 Seni Rupa	Seni rupa mencakup berbagai media seperti lukisan, patung, seni grafis, dan seni instalasi. Seniman rupa menciptakan karya seni visual yang beragam.
14.	 Permainan Interaktif	Sub-sektor ini mencakup pengembangan dan produksi permainan video, permainan papan, permainan kartu, dan permainan digital lainnya. Game designer, pengembang, dan artis grafis berperan penting dalam menciptakan permainan yang menarik.
15.	 Arsitektur	Ini mencakup perencanaan, desain, dan pembangunan bangunan fisik dan lingkungan binaan. Arsitek merancang bangunan yang estetis dan fungsional.
16.	 Desain Interior	Sub-sektor ini berfokus pada perancangan ruang dalam seperti rumah, kantor, toko, dan ruang komersial lainnya. Desainer interior menciptakan lingkungan yang estetis dan nyaman.
17.	 Periklanan	Industri periklanan mencakup pengembangan kampanye periklanan, iklan cetak, iklan media digital, dan strategi pemasaran. Profesional periklanan menciptakan pesan yang persuasif untuk mempromosikan produk atau layanan.

METODE PENELITIAN

Strategi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian campuran (kualitatif dan kuantitatif) dengan metode kuisioner dan studi kasus. Hal ini sejalan dengan pandangan Groat dan Wang yang menyatakan bahwa strategi penelitian campuran memberikan informasi dari masing-masing metode yang dapat digabungkan dan diinterpretasikan bersama-sama, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam tentang penggunaan Creative Hub (Groat & Wang, 2013).

1. Populasi dan Sampel:

- Populasi penelitian ini adalah pengguna creative hub dan masyarakat Kab. Asahan.

- Sampel penelitian dipilih secara acak dari populasi yang relevan dengan menggunakan metode sampel acak sederhana atau metode lain yang sesuai untuk memastikan representativitas sampel.

2. Pengembangan Kuisisioner:

- Kuisisioner dikembangkan berdasarkan tujuan penelitian dan literatur terkait.
- Kuisisioner terdiri dari pertanyaan terstruktur yang mencakup aspek penggunaan creative hub, tingkat kepuasan, preferensi, manfaat yang dirasakan, dan harapan responden terhadap creative hub.

3. Pengumpulan Data:

- Kuisisioner akan didistribusikan kepada responden secara online.
- Informasi yang diperlukan seperti pengalaman, kegiatan yang dilakukan, preferensi, dan persepsi masyarakat Kab. Asahan terkait creative hub akan dikumpulkan melalui kuisisioner.

4. Analisis Data:

- Data yang dikumpulkan melalui kuisisioner akan dianalisis teknik analisis deskriptif kuantitatif.
- Data dari creative hub yang sedang diteliti akan dibandingkan dengan data dari creative hub lain yang serupa untuk mengidentifikasi perbedaan dan kesamaan dalam penggunaan dan dampaknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi Banding dengan Bangunan yang Memiliki Fungsi Sejenis

Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting untuk sebuah bangunan, terutama bangunan Creative Hub. Pemilihan lokasi memiliki dampak besar pada interaksi dan kolaborasi di antara masyarakat dan pelaku kreatif yang berkolaborasi didalamnya. Kemudahan dan kenyamanan akses menuju site merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam merancang bangunan, terutama bangunan creative hub yang harus bisa diakses oleh masyarakat setempat dan pengunjung baik menggunakan transportasi umum, kendaraan pribadi, maupun berjalan kaki. Bandung Creative Hub terletak di pusat kota, dekat dengan permukiman, terletak dipersimpangan sehingga strategis dan mudah diakses. Thailand Creative Design Center yang

berlokasi di Khon Kaen, berada dipusat kota, dengan akses yang mudah karena terletak ditepi jalan raya dan dekat dengan permukiman serta fasilitas pendukung lain. Wuhan Creative Design Center terletak di Wuhan, tepatnya di site bekas bangunan bersejarah asrama WISCO sebagai salah satu program revitalisasi di daerah utara Wuhan dengan akses yang nyaman di pusat kota, terutama untuk pejalan kaki.

A. Subsektor

Menurut Hidayat, bahwa industri kreatif kemungkinan besar dipengaruhi oleh aktivitas di dalam kota dan sebaliknya. Kegiatan pariwisata menyediakan pasar bagi produk-produk kreatif. Namun, permintaan lokal juga merupakan pasar yang penting[1]. Bandung Creative Hub mewadahi 17 atau semua subsektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. Mulai dari sektor kuliner, fashion, kriya, musik, seni pertunjukan, seni rupa, fotografi, televisi dan radio, penerbitan, film animasi dan video, aplikasi hingga game development. Thailand Creative Design Center mewadahi sub sektor potensi lokal, meliputi: seni, arsitektur, media cetak dan multimedia. Wuhan Creative Design Center mewadahi sub sektor potensi lokal, meliputi: seni, arsitektur, dan multimedia.

Tujuan dan layanan

Menurut Kemenparekraf, Creative Hub adalah sebuah wadah fisik yang menyediakan infrastruktur untuk para pelaku ekonomi kreatif. Tujuannya adalah untuk mendukung kegiatan mereka dalam berkarya dengan lebih efektif. Creative Hub membantu para pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan ide, memulai bisnis, membangun jaringan profesional, berkolaborasi dengan sesama pelaku ekonomi kreatif, serta memperkuat ikatan antara mereka. Dengan menyediakan ruang kerja, fasilitas, dan sumber daya lainnya, Creative Hub menciptakan lingkungan yang mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan dan kesuksesan para pelaku ekonomi kreatif. Bandung Creative Hub Bangunan ini memiliki banyak fungsi, namun tujuan utamanya adalah untuk mendukung perkembangan industri kreatif di Kota Bandung. Bangunan ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berbagai kegiatan, termasuk berkarya untuk menciptakan peluang baru, berinteraksi dengan komunitas kreatif di seluruh Bandung, serta berkolaborasi dengan komunitas kreatif di seluruh Bandung. Thailand Creative Design Center memberikan 3 layanan, yaitu: (1) Pusat pengetahuan mengenai desain dan kreativitas, sumber pengetahuan dan database untuk pengembangan kreator berupa media cetak dan multimedia. Pameran dan kegiatan perkuliahan dari narasumber dalam dan luar negeri. (2) Pusat inovasi material Isan, kumpulan database material dari seluruh dunia dan

material isan lokal untuk pengembangan lebih lanjut menjadi produk bernilai tambah. (3) Pusat pengembangan bisnis kreatif memajukan industri kreatif agar terhubung dengan sektor produksi sebenarnya. Wuhan Creative Design Center menciptakan lingkungan yang menyatukan visi pemulihan organik, perspektif sejarah, dan kebutuhan manusia dengan menggabungkan unsur-unsur sejarah dan desain kontemporer untuk menciptakan atmosfer yang bersatu dan berkesan. Serta untuk menjadi pusat inovasi dan pengembangan dalam bidang desain kreatif di wilayah Wuhan. Pusat ini bertujuan untuk mendorong kolaborasi antara para desainer, seniman, dan inovator, serta memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan ide-ide baru dalam industri kreatif

Fasilitas

Kelengkapan fasilitas di Creative Hub sangat penting karena memfasilitasi kegiatan kreatif, kolaborasi, dan pembelajaran. Fasilitas yang lengkap menciptakan lingkungan inklusif, memperkaya pengalaman pengunjung, dan mendukung pertumbuhan industri kreatif secara keseluruhan. Selain itu, juga menarik minat pengunjung dan pelaku kreatif untuk berkunjung. Bandung Creative Hub memberikan fasilitas yang bisa digunakan oleh komunitas kreatif atau warga Bandung seperti ruang pameran, perpustakaan, ruang pemutaran film, studio musik, studio rekaman serta beberapa ruangan workshop yang sudah dilengkapi hal penunjang lainnya seperti sub-sektor animasi, fashion serta fotografi. Selain fasilitas kreatif, Bandung Creative Hub juga menyediakan beberapa ruangan co-working space dengan meja serta kursi untuk digunakan meeting ataupun perkumpulan. Thailand Creative Design Center Ruang menyediakan fasilitas ruang presentasi atau aula , Ruang pertemuan/ rapat, Workshop, Coffee bar, Ruang kerja bersama (co-working space) , Ruang diskusi/kolaborasi, Material Library, Inner court, Ruang pameran/ exhibition, Ruang baca/ perpustakaan, Ruang pengelola, Taman, Ruang servis. Wuhan Creative Design Center memiliki fasilitas berbagai jenis ruang pameran seperti : ruang pameran teknologi dan informasi, seni, arsitektur, dsb.

Berdasarkan pembahasan diatas berikut dirangkum perbandingan dari ketiga studi kasus proyek sejenis creative hub, seperti yang terlihat pada tabel 4.1

Tabel 2 Perbandingan Studi Kasus Bangunan Creative Hub (Penulis, 2023)

Konsep	Bandung Creative Hub	Thailand Creative Design Center	Wuhan Creative Design Center
Lokasi	Terletak di pusat kota, dekat dengan permukiman, terletak dipersimpangan sehingga strategis dan mudah diakses.	berlokasi di Khon Kaen, berada dipusat kota, dengan akses yang mudah karena terletak ditepi jalan raya dan dekat dengan permukiman serta fasilitas pendukung lain.	terletak di Wuhan, tepatnya di site bekas bangunan bersejarah asrama WISCO sebagai salah satu program revitalisasi di daerah utara Wuhan dengan akses yang nyaman di pusat kota, terutama untuk pejalan kaki.
Sub Sektor	Mewadahi 17 atau semua subsektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia. Mulai dari sektor kuliner, fashion, kriya, musik, seni pertunjukan, seni rupa, fotografi, televisi dan radio, penerbitan, film animasi dan video, aplikasi hingga game development.	Mewadahi sub sektor potensi lokal, meliputi: seni, arsitektur, media cetak dan multimedia.	Mewadahi sub sektor potensi lokal, meliputi: seni, arsitektur, dan multimedia.
Tujuan dan layanan	Mendukung perkembangan industri kreatif yang ada di Kota Bandung. Tempat ini juga sebagai wadah untuk menyelenggarakan berbagai acara seperti pameran, workshop, seminar, diskusi, pemutaran film dan lain-lain yang berkaitan dengan industri kreatif.	Sebagai Pusat pengetahuan mengenai desain dan kreativitas, Pusat inovasi material Isan, kumpulan database material dari seluruh dunia dan material isan lokal untuk pengembangan lebih lanjut menjadi produk bernilai tambah. Pusat pengembangan bisnis kreatif memajukan industri kreatif agar terhubung dengan sektor produksi sebenarnya. Pameran, seminar, diskusi, dan workshop.	menciptakan lingkungan yang menggabungkan pemulihan organik, sejarah, dan kebutuhan manusia dengan unsur-unsur sejarah dan desain kontemporer, serta menjadi pusat inovasi dalam desain kreatif di Wuhan, mendorong kolaborasi dan pertukaran ide di antara para profesional kreatif. Umumnya kegiatan yang diadakan berupa pameran dan workshop.

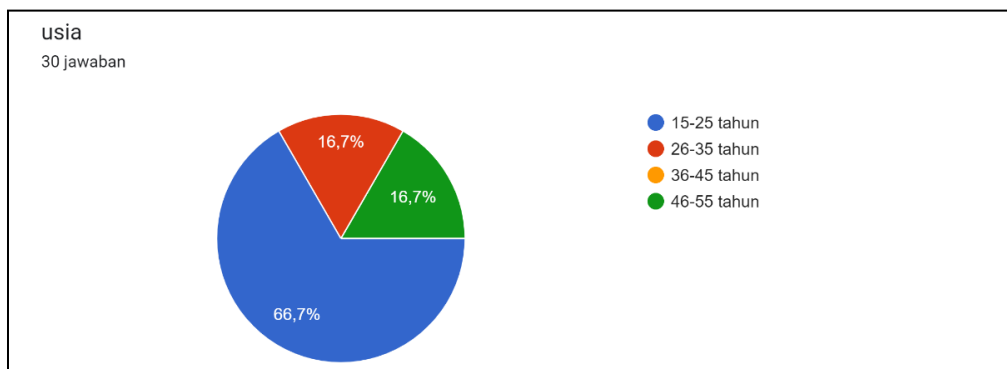
Fasilitas musholah , Area terbuka hijau (taman), Ruang kerja bersama (co-working space) , Ruang diskusi/kolaborasi, Inner court, Ruang pameran/exhibition , Studio musik, Studio tari, Studio design art , Studio rekaman , Studio fotografi, Workshop, Ruang presentasi atau aula , Ruang pertemuan/rapat , café & resto , Ruang baca/perpustakaan, Ruang pengelola, Taman, Ruang servis	Ruang presentasi atau aula , Ruang pertemuan/rapat, Workshop, Coffee bar, Ruang kerja bersama (co-working space) , Ruang diskusi/kolaborasi, Material Library, Inner court, Ruang pameran/exhibition, Ruang baca/perpustakaan, Ruang pengelola, Taman, Ruang servis, Mini bar.	Area terbuka hijau (taman), Ruang kerja bersama (co-working space) , Ruang diskusi/kolaborasi, Ruang pameran/exhibition , Studio design art, Studio fotografi, Workshop, Ruang presentasi atau aula , Ruang pertemuan/rapat , café & resto , Ruang baca/perpustakaan, Ruang pengelola, Taman, Ruang servis
---	--	--

4.1 Bagian Kuisisioner

4.2.1 Persepsi Masyarakat Kab. Asahan dan Pengguna Terhadap Fasilitas

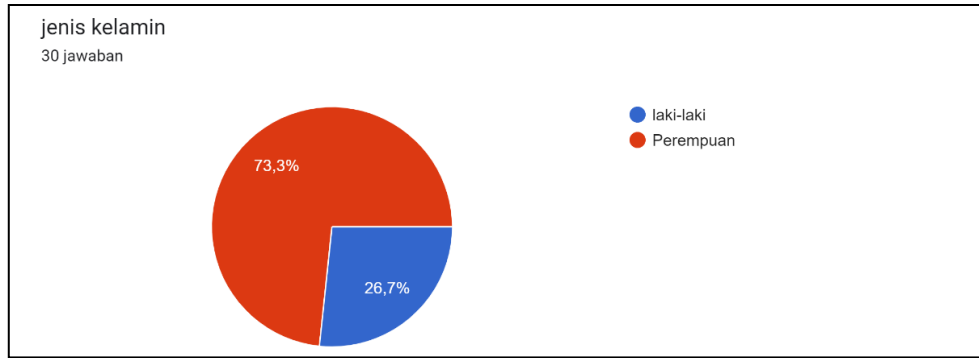
A. Karakteristik dan Profil Responden

- Usia dan Jenis Kelamin



Gambar 1 Diagram Lingkaran Data Responden Berdasarkan Kategori Umur

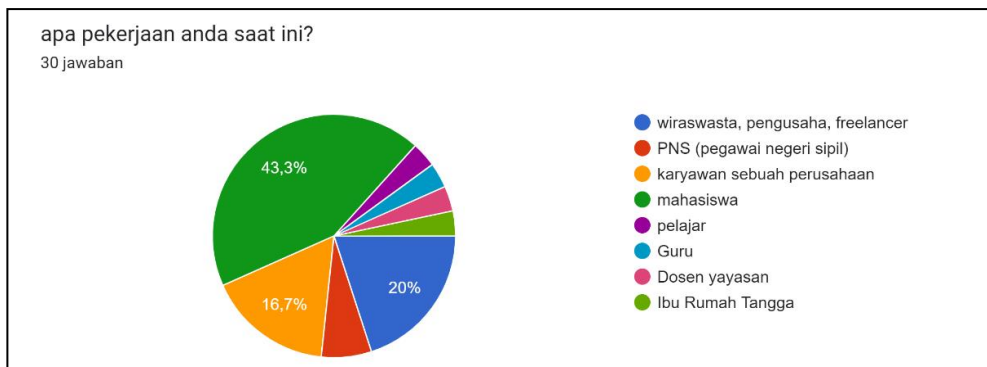
Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 30 responden pada penelitian ini dengan jumlah responden terbanyak berada pada kategori usia 15-25 tahun yang berjumlah 20 orang (66,7%), sedangkan responden berusia 26-35 tahun dan 46-55 tahun yang masing-masing berjumlah 5 orang (16,7).



Gambar 2 Diagram Lingkaran Data Responden Berdasarkan Kategori Umur & Jenis Kelamin

Hasil kuisioner berdasarkan kategori jenis kelamin, didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 22 orang (73,3%) sedangkan responden laki-laki berjumlah 8 orang (26,7%).

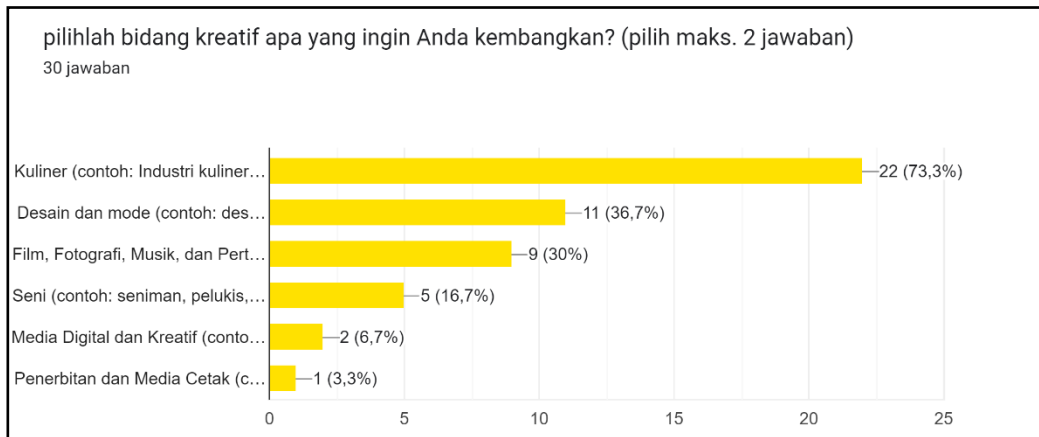
- **Data Pekerjaan Responden**



Gambar 3 Diagram Lingkaran Data Responden Berdasarkan Kategori Jenis Pekerjaan

Berdasarkan kategori jenis pekerjaan, responden yang berstatus sebagai mahasiswa memiliki jumlah terbanyak yaitu 13 orang (43,3%), diikuti oleh wiraswasta, freelancer atau pengusaha yang berjumlah 6 orang (20%), karyawan perusahaan berjumlah 5 orang (16,7%), PNS berjumlah 2 orang (6,7%) dan terakhir kelompok jenis pekerjaan guru, dosen yayanan, ibu rumah tangga, dan pelajar berjumlah masing-masing 1 orang (3,33%).

- Data Bidang Kreatif yang Ingin Dikembangkan Responden

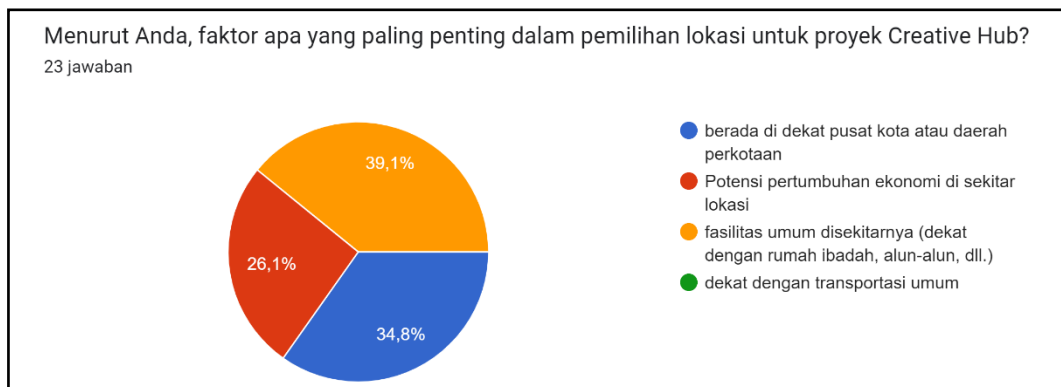


Gambar 4. Diagram Batang Data Responden Berdasarkan Kategori Bidang Kreatif yang Ingin Dikembangkan

Berdasarkan kategori bidang kreatif yang ingin dikembangkan responden diminta untuk memilih maks. 3 bidang, responden yang memilih bidang kuliner memiliki jumlah terbanyak yaitu 22 orang (73,3%), bidang desain dan mode dipilih sebanyak 11 orang (36,7%), sedangkan bidang film, fotografi, musik, dan teater dipilih oleh 9 orang (30%), kemudian bidang seni rupa/kriya memiliki jumlah 5 orang (16,7%), dan diurutan terakhir bidang media digital dan kreatif serta penerbitan dan media cetak masing-masing dipilih oleh 2 orang (6,7%) dan 1 orang (3,3%).

B. Pemilihan lokasi Fasilitas Creative Hub

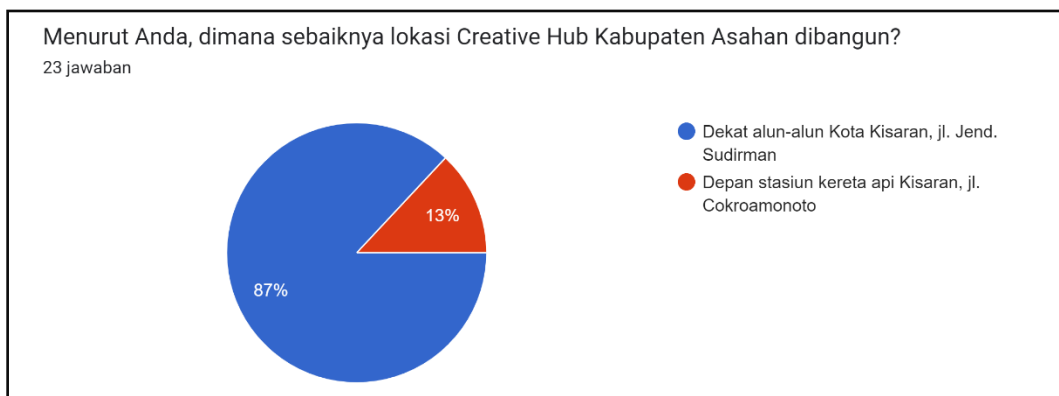
- (a) Data Faktor Penting dalam Pemilihan Lokasi Proyek Menurut Masyarakat Kab. Asahan



Gambar 5 Diagram Lingkaran Data Responden Berdasarkan Kategori Jenis Pekerjaan

Berdasarkan kategori faktor penting dalam pemilihan lokasi proyek diberikan 4 jawaban pilihan, responden yang memilih faktor lokasi dekat dengan fasilitas umum disekitarnya memiliki jumlah terbanyak yaitu 9 orang (39,1%), diikuti dengan faktor lokasi dekat atau berada di pusat kota atau daerah perkotaan dipilih oleh 8 orang (34,8%), kemudian faktor potensi pertumbuhan ekonomi disekitar lokasi dipilih oleh 6 orang (26,1%), sedangkan pilihan terakhir yaitu: faktor lokasi dekat dengan transformasi umum tidak dipilih oleh responden (0%).

(b) Data Faktor Penting dalam Pemilihan Lokasi Proyek Menurut Masyarakat Kab. Asahan



Gambar 6 Diagram Lingkaran Data Responden Berdasarkan Kategori Pemilihan Lokasi Proyek

Berdasarkan kategori pemilihan lokasi proyek diberikan 3 jawaban pilihan, yaitu: (1) Dekat alun-alun Kota Kisaran, Jl. Jend. Sudirman; (2) Depan stasiun kereta api Kisaran, Jl. Cokroamonoto, (3) saran lokasi. Responden memilih lokasi (1) memiliki jumlah terbanyak yaitu 23 orang (87%), sedangkan lokasi (2) dipilih oleh 3 orang (13%), dan tidak ada saran lokasi proyek dari responden. Dari data ini dapat dijadikan pertimbangan utama dalam pemilihan lokasi proyek, yang berlokasi didekat alun-alun Kota Kisaran, Jl. Jend. Sudirman.

C. Preferensi Pengalaman Pengguna dan Pengunjung serta Persepsi Masyarakat Terkait Fasilitas Creative Hub

Terdapat 30 responden yang menilai 13 fasilitas yang ada di Creative Hub berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya : Ruang kerja bersama (co-working space), Ruang pertemuan/rapat, Ruang diskusi/kolaborasi, Ruang pameran atau galeri, Studio kreatif (misalnya, studio seni, studio musik), Ruang presentasi atau aula, ruang baca, toko alat tulis kantor (ATK), musholah, area terbuka hijau (taman), inner court (area terbuka dalam bangunan, misal: taman, area duduk, kolam), area print dan fotocopy, dan cafe.

Data hasil kuisioner tersebut ditabulasi dengan menggunakan frekuensi dan persentase berdasarkan kategori (tingkat skala Likert) yang digunakan. Terdapat 5 tingkatan skala Likert yang digunakan mulai dari:

- STP (Sangat Tidak Penting): 1
- TP (Tidak Penting): 2
- P (Penting): 3
- dan SP (Sangat Penting): 4.

Tabel 3 Data Skoring Preferensi Pengguna Coworking Space

No	Nama Ruang	ST P	TP	P	SP	Total
1	Ruang Kerja Bersama (Co-Working Space)	0	0	39	72	111
2	Ruang Pertemuan/Rapat	0	0	57	48	105
3	Ruang Diskusi/Kolaborasi	0	2	27	80	109
4	Ruang Pamer atau Galeri	0	2	33	72	107
5	Studio Kreatif (Misalnya, Studio Seni, Studio Musik)	0	0	39	68	107
6	Ruang Presentasi atau Aula	0	0	42	64	106
7	Ruang Baca	0	0	54	48	102
8	Toko Alat Tulis Kantor (ATK)	0	10	51	32	93
9	Musholah	0	0	18	100	118
10	Area Terbuka Hijau (Taman)	0	0	21	92	113
11	Inner Court	0	0	33	76	109
12	Area Print dan Fotocopy	0	6	39	56	101
13	Cafe	0	0	27	68	103

Sebelumnya perlu menghitung dan mengetahui interval (rentang jarak) dan interpretasi persen sehingga dapat menjadi penilaian dalam menentukan kriteria fasilitas yang penting dari data diatas. Metode yang digunakan dengan mencari interval skor persen (I):

$$I = 100/\text{jumlah skor (likert)}$$

$$I = 100/4$$

$$I = 25$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka didapat 4 kriteria interpretasi skor berdasarkan interval diatas, yaitu:

Tabel 4. Data Interval Skor

Interval	Skor
STP	0% - 24,99%
TP	25% - 49,99%
P	50% - 74,99%
SP	75% - 100%

Setelah ditabulasi, data kuisioner di atas akan dianalisis menggunakan rumus RII (*Relative Important Index*). Berikut merupakan rumus yang akan dipakai dalam analisis:

$$RII = \frac{4(n_4) + 3(n_3) + 2(n_2) + n_1}{4(n_1 + n_2 + n_3 + n_4)} \times 100\%$$

Tabel 5 Data Ranking Fasilitas Berdasarkan RII

No.	Preferensi Terhadap Ruang	RII (%)
1.	Musholah	98,33%
2.	Area terbuka hijau (taman)	94,17%
3.	Ruang kerja bersama (co-working space)	92,50%
4.	Ruang diskusi/kolaborasi	90,83%
5.	Inner court	90,83%
6.	Ruang pameran atau galeri	89,17%
7.	Studio kreatif (misalnya, studio seni, studio musik)	89,17%
8.	Ruang presentasi atau aula	88,33%
9.	Ruang pertemuan/rapat	87,50%
10.	Cafe	85,83%
11.	Ruang baca	85,00%
12.	Area print dan fotocopy	84,17%
13.	Toko alat tulis kantor (ATK)	77,50%

Berdasarkan tabel hasil ranking diatas menunjukkan bahwa 3 fasilitas dengan urutan teratas merupakan fasilitas yang penting dan harus ada di sebuah Creative Hub menurut responden. Fasilitas tersebut terdiri dari:

1. Musholah (98,33%), menjadi ruang yang paling tinggi preferensinya menurut responden. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan dan pentingnya fasilitas ibadah dalam Creative Hub. Mengingat mayoritas masyarakat kab. Asahan beragama islam dengan persentase 81,92% dari total penduduknya (BPS Sumut, 2020).
2. Area terbuka hijau /taman (94,17%) mendapatkan tingkat preferensi yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menghargai kehadiran ruang hijau yang dapat memberikan suasana alami dan segar dalam Creative Hub.
3. Ruang kerja bersama/*co-working space* (92,50%) juga menjadi salah satu fasilitas yang tinggi preferensinya. Ini menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan ruang yang dapat digunakan untuk bekerja secara kolaboratif dan berbagi ide dalam Creative Hub.

Namun, berdasarkan kriteria interpretasi skor diatas fasilitas lain dalam tabel juga termasuk kategori fasilitas yang sangat penting karena RII-nya berada di interval 75% - 100%. Sehingga fasilitas-fasilitas lainnya harus ada dan tersedia menurut responden di Creative Hub. Dengan kata lain, semua fasilitas yang telah disebutkan sebelumnya dapat dijadikan acuan pemrograman ruang dalam Creative Hub yang akan direncanakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan tahapan analisis data diatas, dapat disimpulkan bahwa yang membedakan Creative Hub dari bangunan multi-tenant lainnya adalah fokus dan tujuannya untuk menyediakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan kolaborasi dalam industri kreatif. Creative Hub didesain khusus untuk memfasilitasi kegiatan kreatif seperti lokakarya, pertunjukan, pameran seni, dan pelatihan. Selain itu, Creative Hub juga menyediakan beragam layanan dan fasilitas yang dapat membantu para profesional kreatif dalam mengembangkan bisnis mereka, seperti ruang kerja bersama, peralatan kreatif, dan program inkubasi. Hal ini karena fasilitas dan layanan tersebut erat kaitannya dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, termasuk kebiasaan individu, kelompok, dan sosial. Sejalan dengan itu, sub sektor ekonomi yang diwadahi juga tergantung dari kegiatan, kebutuhan, dan potensi daerah setempat. Creative Hub umumnya terletak di pusat kota dan mudah diakses dengan transportasi umum. Dengan demikian, Creative Hub bukan hanya sekadar bangunan komersial biasa, tetapi juga menjadi pusat kegiatan dan kolaborasi yang berfokus pada industri kreatif.

Perhatian khusus perlu diberikan pada ruang dan fasilitas yang akan disediakan oleh creative hub, seperti fasilitas dan ruang yang mendapatkan tingkat preferensi tinggi dari masyarakat berdasarkan pembahasan diatas. Ruang-fasilitas tersebut antara lain adalah mushollah, area terbuka hijau (taman), dan ruang kerja bersama (co-working space). Dengan memperhatikan preferensi masyarakat ini, Creative Hub dapat menciptakan lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Lokasi proyek direncanakan berada di daerah pusat dekat alun-alun kota kisaran, dekat dengan fasilitas umum lainnya. Sedangkan, untuk jenis aktivitas yang di fasilitasi meliputi: pelatihan, lokakarya, pameran seni, pertunjukan, inkubator pelaku industri kreatif, dan acara budaya. Terutama dalam bidang kuliner dan seni dengan tetap memperhatikan potensi daerah kab. Asahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan jurnal ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan terlibat dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Asahan. (2023). BRS No. 01/03/1208/Th. XXIII. [Dokumen/Publikasi]. Kabupaten Asahan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan.
- BPS Kabupaten Asahan. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Asahan Tahun 2022*. [Laporan/ Publikasi]. Kabupaten Asahan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan.
- BPS Provinsi Sumatera Utara. (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut Tahun 2020*. [Laporan/ Publikasi]. Provinsi Sumatera Utara: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Dovey, J., Pratt, A., Moreton, S., Virani, T., Merkel, J., & Lansdowne, J. (2016). *Creative hubs: Understanding the new economy*.
- Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Hidayat ARRT, Asmara AY. *Creative industry in supporting economy growth in Indonesia: Perspective of regional innovation system. Dalam: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing; 2017. hlm. 012031.*
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2019). *Potensi Industri Kreatif Indonesia 2019*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Low, L. (2017). *Connecting Creative Communities: Creative Hubs in Malaysia, Thailand, Indonesia & the Philippines*. creativeconomy. britishcouncil. org.
- O'Hara, E., & Naik, D. (2021). *Mapping Creative Hubs in England*.
- Pratt, A. C. (2021). *Creative hubs: A critical evaluation*. *City, Culture and Society*, 24, 100384.

- Foord, J. (2009). Strategies for creative industries: an international review. *Creative industries journal*, 1(2), 91-113.
- TCDC (Pusat Kreatif & Desain Thailand). (2017). TCDC Khon Kaen. Diambil dari <https://www.tcdc.or.th/en/tcdc-khonkaen/about#contact>
- Abdel, H. (2020), *Thailand Creative Design Center Khon Kaen / Architects 49* by Archdaily, Diambil dari <https://www.archdaily.com/948218/thailand-creative-design-center-khon-kaen-architects-49>
- Lalueta, I. (2021), *The Complex Look At The Past. Wuhan Creative Design Center By Office For Urban Renewal By Metalocus*, Diambil dari <https://www.metalocus.es/en/news/complex-look-past-wuhan-creative-design-center-office-urban-renewal>