

**PERANCANGAN INTERIOR *CREATIVE SPACE ROOM 23*
BANDUNG SEBAGAI RUANG SOSIAL UNTUK
KOMUNITAS KREATIF PENGGEAR *K-POP***



PERANCANGAN

oleh:

Ratu Almira Destiana

NIM 2112435023

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2026

ABSTRAK

Perkembangan komunitas kreatif penggemar *K-Pop* di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan seiring dengan semakin besarnya minat masyarakat terhadap budaya *K-Pop* yang kini telah menjadi fenomena global. Namun, keterbatasan fasilitas publik yang dapat mewadahi aktivitas kreatif penggemar *K-Pop* masih menjadi hambatan, sehingga diperlukan ruang khusus yang mampu mendukung kebutuhan mereka dalam berkreasi dan berkolaborasi. Perancangan ini bertujuan untuk merancang interior *Creative Space Room 23* Bandung sebagai ruang sosial bagi komunitas kreatif penggemar *K-Pop* guna menciptakan wadah untuk berekspresi serta berkolaborasi dalam suasana yang aman dan nyaman. Metode perancangan dilakukan melalui kajian literatur, studi objek pada *Room 23 Merch Store*, serta analisis preseden dari ruang kreatif serupa. Hasil perancangan mengacu pada teori ruang kreatif yang menekankan pentingnya lingkungan yang kondusif dalam mendorong kreativitas, dengan menghadirkan fasilitas yang mendukung kegiatan seperti *workshop*, *exhibition*, *event* komunitas, serta ruang berkumpul. Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung ekosistem kreatif, khususnya di kalangan penggemar *K-Pop*, serta menjadi model pengembangan ruang publik tematik di Indonesia

Kata kunci: Desain Interior, *Creative Space*, Komunitas *K-Pop*

ABSTRACT

Creative communities of K-Pop fans in Indonesia have experienced rapid growth, reflecting the increasing public enthusiasm for K-Pop culture, which has expanded into a global phenomenon. Despite this progress, the lack of dedicated public facilities that accommodate the creative practices of K-Pop fans remains a pressing issue. Addressing this gap, the present study proposes the interior design of Creative Space Room 23 Bandung as a social hub that enables K-Pop communities to express, collaborate, and innovate within a safe and supportive environment. The design methodology combines literature review, site observation at Room 23 Merch Store, and precedent studies of comparable creative spaces. Grounded in theories of creative space, the design emphasizes the role of spatial environments in fostering innovation by integrating facilities for workshops, exhibitions, community events, and communal gatherings. The outcome of this project is expected to strengthen the creative ecosystem, particularly within K-Pop communities, and provide a reference model for the development of thematic public spaces in Indonesia.

Keywords: *Interior Design, Creative Space, K-Pop Community*

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN INTERIOR CREATIVE SPACE ROOM 23 BANDUNG SEBAGAI RUANG SOSIAL UNTUK KOMUNITAS KREATIF PENGGEAR KPOP diajukan oleh Ratu Almira Destiana, NIM 2112435023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90221), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 26 Februari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Riza Septriani Dewi, S. Des., M.Des.

NIP 198709282019032017

NIDN 0028098703

Pembimbing II



Monica Apriliana, S.Sn., M.Des.

NIP 199204092022032015

NIDN 0009049206

Cognate

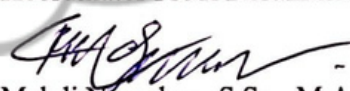


Ivada Ariyani, S.T. M.Des.

NIP 197605142005012001

NIDN 0014057604

Koordinator Prodi Desain Interior

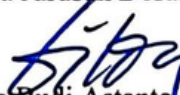


Mahdi Nurcahyo, S.Sn., M.A.

NIP 199106202019031014

NIDN 0020069105

Ketua Jurusan Desain



Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001

NIDN 0029017304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T

NIP 197010191999031001

NIDN 0019107005

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratu Almira Destiana
NIM : 2112435023
Tahun lulus : 2026
Program studi : Desain Interior
Fakultas : Seni Rupa Dan Desain

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ilmiah ini yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik dari ISI Yogyakarta, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 6 Maret 2026



Ratu Almira Destiana

2112435023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Interior Creative Space Room 23 Bandung sebagai Ruang Sosial bagi Komunitas K-pop” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S-1) Program Studi Desain Interior Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam proses perancangan Tugas Akhir ini, penyelesaiannya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ayah, Ibu, Kakak, Aa, dan keluarga besarku yang selalu mendoakan, mendukung, dan menyemangati penulis dalam setiap langkah penulis yang mana tidak ada kata kata yang bisa menggambarkan besarnya rasa terimakasih penulis pada mereka.
2. Ibu Ibu Riza Septriani Dewi, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I dan Mba Monica Apriliana, S.Sn, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan membantu penulis selama proses perancangan Tugas Akhir, yang selama ini memberikan masukan, kritik, saran, serta dukungan yang berarti untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Desain Interior beserta seluruh staf yang telah memberikan dukungan, dorongan, dan bantuan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh teman-temanku yang selalu memberikan dukungan moral maupun semangat, selalu menghibur, dan selalu ada saat diperlukan

5. Linda, Ajeng, Zidane, Edo, yang sudah mengajak mengerjakan Tugas Akhir bersama, menemani, dan banyak membantu penulis selama masa-masa TA ini.
6. Nanda, satu-satunya teman penulis ketika mundur semester, sesama pejuang sidang periode 1, yang sudah mau berbagi kamar kosnya, mau menemani dan mengantar kesana-kemari untuk kebutuhan penulis, dan banyak bantuan lainnya.
7. Firli, Fio, Vanya, Linda, Nanda, yang sudah menemani penulis semasa kuliah dan selalu mendukung penulis sampai akhir perkuliahan ini.
8. Aca, Sekar, Nadine, Fany, yang selalu menemani dan menghibur penulis setiap harinya, selalu mau mendengarkan cerita, keluhan penulis, memberikan saran, serta menjadi tempat bagi penulis untuk sejenak melepas penat di tengah proses penyusunan tugas akhir ini.
9. Nayi, Anca, Syi, Zey, yang selalu *support* dan mendoakan apapun yang penulis lakukan, selalu menghibur, menanyakan keadaan penulis, menjadi tempat cerita, dan tempat bermain penulis.
10. Nasya, yang sudah menjadi teman penulis selama 11 tahun, yang senantiasa bersedia mendengarkan berbagai cerita dan keresahan penulis. Selalu memberikan saran, pendapat, serta perspektif baru kepada penulis, tidak luput dari memberi dukungan, doa, dan semangat satu sama lain selama masa-masa TA ini.
11. Seluruh cafe di Jogja yang pernah didatangi, khususnya Torte Coffee Taman Siswa yang menjadi tempat mengerjakan tugas akhir selama hampir setiap hari.
12. TREASURE, BOYNEXTDOOR, CORTIS, dan K-Pop group lainnya yang sudah menghibur, serta menjadi inspirasi penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini.
13. Seluruh pihak yang turut membantu kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini yang mungkin tidak bisa disebutkan satu persatu

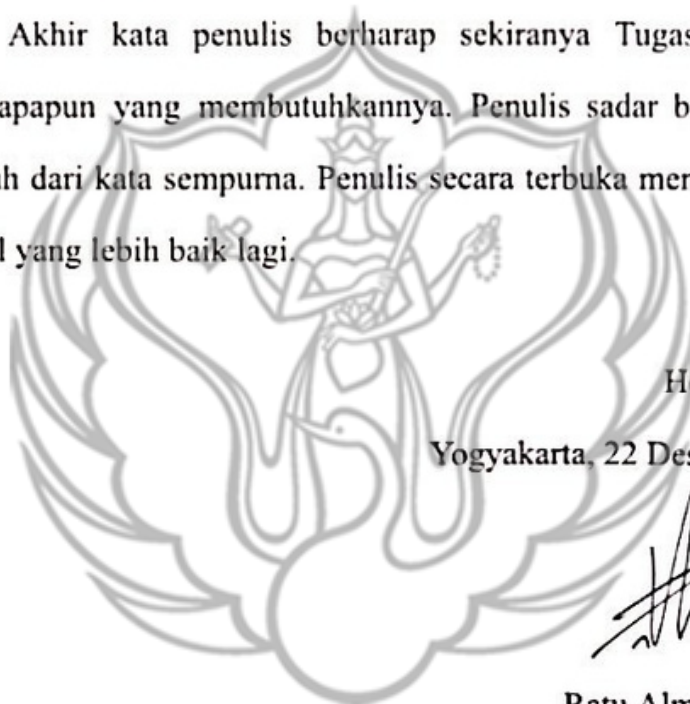
14. Kepada diri saya sendiri yang telah berusaha dan bertahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini walaupun banyak kesulitan yang dihadapi selama proses penyusunannya

Ucapan terimakasih ini tentunya masih belum cukup untuk mengungkapkan rasa terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah membantu. Barangkali ada pihak yang belum disebut, penulis memohon maaf sebesar besarnya. Akhir kata penulis berharap sekiranya Tugas Akhir ini bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkannya. Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis secara terbuka menerima kritik dan saran demi hasil yang lebih baik lagi.

Hormat Kami,
Yogyakarta, 22 Desember 2025



Ratu Almira Destiana



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Metode Desain.....	3
1. Proses Desain.....	3
2. Metode Desain.....	5
a. Pengumpulan Data & Penelusuran Masalah.....	5
b. Metode Pencarian Ide & Pengembangan Desain.....	6
c. Metode Evaluasi Pemilihan Desain.....	7
BAB II PRA DESAIN.....	8
A. Landasan Teori dan Referensi Desain.....	8
1. Creative Space.....	8
a. Pengertian Creative Space.....	8
b. Tujuan Creative Space.....	8
c. Jenis-jenis Creative Space.....	9
d. Prinsip Desain Creative Space.....	10
2. K-pop.....	11
a. Pengertian K-pop.....	11
b. Terbentuknya Konsep Idol.....	12
c. Perkembangan Fandom K-Pop hingga Menjadi Fenomena Global.....	12
d. Ruang Lingkup Budaya Penggemar K-Pop.....	13
e. Karakteristik Penggemar K-Pop.....	14
f. Karakteristik Visual K-Pop.....	15
g. Kebutuhan Display K-pop.....	17
3. Human Centered Design.....	18
a. Pengertian Human Centered Design.....	18
b. Prinsip-Prinsip Human Centered Design.....	19
c. Tahapan Human Centered Design.....	20
d. Tujuan Human Centered Design.....	21
4. Referensi Desain.....	21

B. Program Desain (Programming).....	25
1. Tujuan Desain.....	25
2. Sasaran Desain (Programming Concept).....	25
3. Data.....	25
a. Deskripsi Umum Proyek.....	25
b. Data Fisik.....	26
c. Data Non Fisik.....	28
d. Data Literatur.....	30
4. Daftar Kebutuhan dan Aktivitas (Needs).....	33
BAB III PERMASALAHAN DESAIN.....	41
A. Pernyataan Masalah.....	41
B. Ide Solusi Desain (Ideation).....	41
1. Konsep Perancangan.....	41
2. Gaya dan Tema.....	44
a. Warna.....	47
b. Material.....	49
3. Permasalahan dan Solusi Desain.....	50
BAB IV PENGEMBANGAN DESAIN.....	52
A. Alternatif Desain.....	52
1. Alternatif Estetika Ruang.....	52
a. Suasana Ruang.....	52
b. Penerapan Gaya dan Tema.....	53
2. Alternatif Penataan Ruang.....	59
a. Zoning.....	59
b. Diagram Matriks.....	59
c. Bubble Diagram.....	60
d. Layout.....	61
3. Alternatif Elemen Pembentuk Ruang.....	61
a. Rencana Lantai.....	61
b. Dinding.....	62
c. Plafon.....	62
4. Alternatif Pengisi Ruang.....	62
5. Alternatif Tata Kondisi Ruang.....	64
B. Evaluasi Pemilihan Desain.....	69
C. Hasil Desain.....	69
1. Perspektif.....	69
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Proses Desain Menurut Kilmers.....	4
Gambar 2.1 Konsep dalam <i>K-pop</i>	16
Gambar 2.2 Set dalam <i>K-pop</i>	17
Gambar 2.3 Contoh <i>Display K-pop</i>	18
Gambar 2.4 <i>Peanut House</i>	22
Gambar 2.5 <i>Thence Store</i>	23
Gambar 2.6 <i>M Bloc Space</i>	23
Gambar 2.7 <i>Space Available</i>	24
Gambar 2.8 Lokasi <i>Room 23 Bandung</i>	26
Gambar 2.9 Denah <i>Room 23 Bandung</i>	26
Gambar 2.10 Pengukuran Tubuh Paling Banyak Digunakan Para Perancang Ruang Interior.....	30
Gambar 2.11 Standarisasi Ruang Pameran.....	30
Gambar 2.12 Jarak Pandang Pengunjung pada TV LED/ <i>Display</i>	31
Gambar 2.13 Jarak Bahu Saat Duduk.....	31
Gambar 2.14 Zona Sentuh Berdasarkan Lebar Bahu.....	31
Gambar 2.15 Dimensi Antropometri Utama Yang Diperlukan Untuk Desain Kursi.....	32
Gambar 3.1 Sketsa Ideasi penerapan alur <i>Paved The Way</i>	42
Gambar 3.2 Sketsa Ideasi penerapan alur <i>Paved The Way</i>	43
Gambar 3.3 Mind Map Ide Solusi Desain <i>Creative Space Room 23 Bandung</i>	43
Gambar 3.4 Referensi Desain <i>Futuristic Minimalism</i>	47
Gambar 3.5 Referensi Material <i>Board</i>	50
Gambar 4.1 Alternatif 1 Suasana Ruang.....	52
Gambar 4.2 Alternatif 2 Suasana Ruang.....	53
Gambar 4.3 Penerapan Gaya dan Tema pada Lantai.....	54
Gambar 4.4 Penerapan Gaya dan Tema pada Dinding.....	55
Gambar 4.5 Penerapan Gaya dan Tema pada Dinding.....	55
Gambar 4.6 Komposisi Warna.....	56
Gambar 4.8 Komposisi Material <i>Area Store</i>	57
Gambar 4.9 Komposisi Material <i>Multipurpose Room</i>	58
Gambar 4.10 Komposisi Material <i>Dance Practice Room</i>	58
Gambar 4.11 Alternatif <i>Zoning</i>	59
Gambar 4.12 Alternatif Diagram Matriks.....	59
Gambar 4.13 Alternatif Lantai 1.....	60
Gambar 4.14 Alternatif Lantai 2.....	60
Gambar 4.15 Alternatif <i>Layout</i>	61

Gambar 4.16 Alternatif Rencana Lantai.....	61
Gambar 4.17 Alternatif Rencana Dinding.....	62
Gambar 4.18 Alternatif Rencana Plafon.....	62
Gambar 4.19 <i>Cafe Indoor Area</i>	70
Gambar 4.20 <i>Cafe Indoor Area</i>	70
Gambar 4.21 <i>Stage Area</i>	71
Gambar 4.22 <i>Cafe Indoor Area</i>	71
Gambar 4.23 <i>Cashier Cafe</i>	72
Gambar 4.24 <i>Indoor Area</i>	72
Gambar 4.25 <i>Dining Table</i>	73
Gambar 4.26 <i>Store Area</i>	73
Gambar 4.27 <i>Store Area</i>	74
Gambar 4.28 Toilet.....	74
Gambar 4.29 Musholla.....	75
Gambar 4.30 <i>Outdoor Area</i>	75
Gambar 4.31 <i>Outdoor Area</i>	76
Gambar 4.32 <i>Practice Room</i>	76
Gambar 4.33 <i>Makeup and Changing Room</i>	77
Gambar 4.34 <i>Multipurpose Room</i>	77
Gambar 4.35 <i>Multipurpose Room</i>	78
Gambar 4.36 <i>Multipurpose Room</i>	78
Gambar 4.37 Toilet & Shower Room Lt.2.....	79
Gambar 4.38 Gambar Kerja <i>Layout</i>	79
Gambar 4.39 <i>Furnitur Custom</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Harapan Fasilitas di Ruang Komunal.....	28
Tabel 2.2 Pengukuran Perbandingan Pria dan Wanita pada Posisi Duduk.....	32
Tabel 2.3 Daftar Kebutuhan dan Aktivitas.....	33
Tabel 3.1 Permasalahan dan Solusi Desain.....	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Creative Space merupakan tempat atau area yang berperan sebagai wadah bagi komunitas kreatif, perusahaan rintisan, atau kelompok untuk berkumpul dan berkolaborasi dalam menciptakan inovasi atau ide-ide baru dalam sebuah proyek tertentu. Pusat kreatif, baik dalam bentuk fisik maupun virtual, menghubungkan individu-individu kreatif dengan menyediakan ruang serta dukungan untuk memperluas jaringan, mengembangkan bisnis, serta mendorong keterlibatan masyarakat di sektor kreatif, budaya, dan teknologi (British Council, 2016). Dalam beberapa tahun terakhir, pelaku kreatif atau kelompok pelaku kreatif yang biasa disebut sebagai komunitas kreatif, telah menunjukkan perkembangan yang pesat. Khususnya pada lingkup penggemar *K-pop*. Genre musik *K-Pop* kini telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian berbagai kalangan di seluruh dunia. Perkembangan fenomena *K-Pop* ini terus meningkat setiap tahunnya membuat *K-Pop* saat ini bukan lagi sekedar musik, melainkan telah menjadi budaya, gaya hidup, komunitas, hingga peluang bisnis. Di Indonesia sendiri saat ini *K-Pop* memiliki pasar sangat besar dan minat masyarakat terhadap budaya *K-Pop* sangat tinggi membuat kreativitas penggemar *K-Pop* juga semakin berkembang. Perkembangan ini dapat dilihat dari semakin banyaknya kegiatan yang berkaitan dengan seni, budaya, inovasi, dan lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi penyelenggaraan acara seperti mengadakan sebuah *event-event*, *exhibition*, *workshop*, *art market*, *tutorial class*, dan lain-lain.

Seiring dengan berkembangnya komunitas kreatif dan berbagai kegiatan yang dilakukan, tentunya diperlukan ruang atau tempat yang dapat mendukung mereka untuk menuangkan kreativitas guna menciptakan sebuah karya atau inovasi. *Creative Space* merupakan sebuah tempat untuk mengembangkan berbagai ide, seperti kreativitas seni, ide bisnis, dan lain-lain, di mana orang-orang dan komunitas dengan latar belakang yang berbeda-beda namun memiliki minat dan fokus yang sama dapat berkumpul untuk mengubah ide-ide tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat (Rahayu, 2016). Banyak sekali anak muda Indonesia

khususnya para penggemar *K-Pop* yang memiliki potensi untuk berkarya, berinovasi, berbisnis, hingga menciptakan lapangan pekerjaan dari hobinya tersebut karena *demand* terhadap barang-barang dan kegiatan yang berkaitan dengan *K-Pop* pun semakin digandrungi oleh masyarakat, khususnya anak muda. Akan tetapi permintaan atau *demand* yang tinggi ini tidak sebanding dengan *supply* ada pada lapangan. Hingga saat ini belum banyak tempat atau *social space* yang mampu mewadahi penggemar *K-Pop* untuk dapat bebas mengekspresikan hobinya dengan aman dan nyaman. Di Bandung sendiri, meski terdapat beberapa kafe bertema Korea, fasilitas tersebut lebih bersifat komersial dan belum memenuhi kebutuhan ruang komunal bagi kegiatan fandom seperti latihan *dance*, pameran *fan-art*, ruang produksi konten, atau mengadakan *fan event/fan gathering*. Bandung juga memiliki fasilitas publik untuk ruang kreatif seperti Bandung Creative Hub, namun fasilitas tersebut masih bersifat umum dan belum ada ruang yang dikhususkan untuk mengakomodasi kegiatan maupun interaksi komunitas *K-pop*. Penggemar *K-Pop* seringkali harus menyewa tempat apabila ingin mengadakan sebuah *event* atau *workshop* yang mana biasanya memiliki persyaratan waktu yang terbatas, dan memiliki kemungkinan mengganggu pengunjung lain yang bukan penggemar *K-Pop* karena lokasinya yang diperuntukan untuk umum. Minat pengunjung yang terlalu banyak pun seringkali dapat mengganggu lingkungan sekitar seperti menimbulkan kemacetan. Dengan potensi yang besar tersebut, sangat disayangkan jika wadah atau fasilitas yang dapat mendukung para pelaku kreatif masih terbatas.

Room 23 merupakan salah satu merch store yang terletak di Kota Bandung yang menjual pernik-pernik *K-Pop* mulai dari stiker, gantungan kunci, pin, tas, baju, dan masih banyak lagi. Produk yang dijual sebagian besar merupakan *fanmade* atau karya buatan fans, dengan kata lain toko ini memfasilitasi penggemar *K-Pop* yang memiliki bisnis kecil juga memotivasi para penggemar kreatif lain untuk mulai menciptakan karya. Kehadiran *Creative Space Room 23* Bandung diharapkan dapat memenuhi kebutuhan bagi individu-individu kreatif di sana dalam meningkatkan kreativitas, menciptakan karya, berinovasi, melestarikan budaya, dan mencapai tujuan lainnya. Walaupun belum banyak,

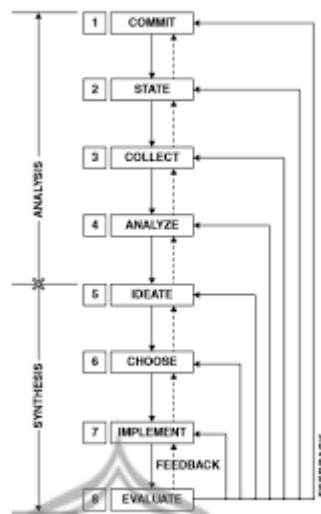
namun terdapat beberapa tempat atau area lain yang memiliki fungsi yang serupa antara lain adalah *Peanut House* dan *Mbloc Space* di Jakarta.

Melihat dari minimnya fasilitas publik yang dapat mewadahi para penggemar *K-pop* untuk berkreativitas ini, keberadaan sebuah *creative space* khusus akan sangat membantu aktivitas mereka serta memberi manfaat bagi masyarakat. Para penggemar kreatif yang biasanya melakukan diskusi atau berkumpul di tempat-tempat umum yang kurang memadai, akan lebih baik jika memiliki ruang atau tempat khusus dengan fasilitas yang lengkap untuk mendukung kebutuhan komunitas dan masyarakat, sehingga mereka dapat melakukan aktivitas dengan rasa aman dan nyaman tanpa khawatir mengganggu pengunjung lain. Permasalahan ini menjadi latar belakang dalam perancangan ruang publik, yaitu *Creative Space*. Dasar dari perancangan proyek ini didukung oleh teori Thoring (2019), yang menyatakan bahwa ruang dapat mempermudah seseorang untuk berpikir secara kreatif. Ruang kreatif harus mampu dapat menyediakan lingkungan yang mendukung individu atau tim kreatif sehingga mereka dapat fokus berkarya tanpa terganggu oleh kebisingan, kekurangan infrastruktur, kenyamanan tempat yang kurang memadai, ataupun keterbatasan waktu. Oleh karena itu, tugas akhir yang disusun berbasis proyek perancangan interior ini diberi judul **“PERANCANGAN INTERIOR *CREATIVE SPACE ROOM 23* BANDUNG SEBAGAI RUANG SOSIAL UNTUK KOMUNITAS KREATIF PENGGEMAR *K-POP*”**.

B. Metode Desain

1. Proses Desain

Metode desain yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada tahapan proses desain menurut Rosemary Kilmer dan Otie Kilmer dalam bukunya *Designing Interiors: Second Editions* (2014).



Gambar 1.1 Diagram Proses Desain Menurut Kilmers
(Sumber: Designing Interiors: Second Editions (2014))

Metode ini terdiri dari delapan tahap utama yang sistematis dan berurutan, yaitu:

1. **Commit:** Menunjukkan komitmen untuk terlibat sepenuhnya dalam proses desain serta siap menghadapi setiap tantangan atau permasalahan yang ada pada objek desain.
2. **State:** Menjabarkan dengan jelas persoalan dan batasan yang terdapat pada objek desain. Hal ini dilakukan dengan menganalisis informasi yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber relevan, guna memahami inti permasalahan yang perlu diselesaikan melalui desain.
3. **Collect:** Mengumpulkan berbagai jenis data, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik, untuk dianalisis lebih lanjut.
4. **Analyze:** Melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh untuk membantu menentukan arah desain yang akan dikembangkan.
5. **Ideate:** Menghasilkan ide atau alternatif sebanyak mungkin melalui proses *brainstorming*. Tahap ini akan menghasilkan berbagai sketsa dan rancangan awal (desain skematik) yang kemudian akan diseleksi dan disempurnakan pada tahap berikutnya.
6. **Choose:** Menentukan pilihan terbaik dari kumpulan ide yang telah dikembangkan sebelumnya. Pemilihan ini didasarkan pada kriteria

tertentu, baik dari segi fungsionalitas, estetika, teori yang relevan, maupun kesesuaian terhadap permasalahan utama yang ingin diselesaikan.

7. **Implement:** Menerapkan solusi desain yang telah dipilih ke dalam bentuk representasi visual, seperti gambar 3D dan gambar teknis. Tahap ini menghasilkan output akhir berupa visualisasi desain dalam program seperti *SketchUp* serta gambar kerja teknis menggunakan *AutoCAD*.
8. **Evaluate:** Meninjau kembali hasil desain untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar menjawab permasalahan awal. Evaluasi juga dilakukan untuk melihat apakah desain tersebut telah memenuhi standar kualitas dan prinsip-prinsip desain yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Metode Desain

a. Pengumpulan Data & Penelusuran Masalah

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini melibatkan tiga pendekatan utama, yakni:

- 1) Studi Literatur: Studi literatur dilakukan dengan mencari berbagai sumber yang relevan untuk dijadikan acuan atau referensi dalam topik yang diangkat, dalam konteks ini penulis mencari data mengenai perkembangan komunitas kreatif di bidang *K-pop* serta kebutuhan akan ruang kreatif yang dapat mendukung aktivitas para pelaku kreatif tersebut. Literatur yang dikaji mencakup teori ruang, komunitas kreatif, serta studi kasus yang mendukung perancangan.
- 2) Survei Lapangan: Pengumpulan data arsitektural juga dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi objek desain. Survei ini bertujuan untuk memperoleh data serta mengetahui secara detail terkait kondisi eksisting, termasuk denah bangunan, elemen ruang, serta karakteristik fisik dan lingkungan sekitar objek yang akan diredesain. Penulis juga melakukan pencarian informasi tambahan melalui internet untuk melengkapi data lapangan yang telah diperoleh.

- 3) Survei Kuesioner: Metode penelitian ini bersifat eksploratif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Survei kuesioner dilakukan guna memperoleh data lebih mendalam mengenai perilaku, pengalaman, kebutuhan, dan preferensi penggemar *K-pop* terkait aktivitas fandom dan penggunaan ruang kreatif. Data kuantitatif yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola, kebutuhan, serta harapan *K-poppers*, yang kemudian menjadi dasar perancangan ruang kreatif yang nyaman, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan komunitas.

Proses penelusuran masalah dilakukan dengan menganalisis seluruh data yang telah dikumpulkan, baik dari kajian literatur maupun hasil survei dan dokumentasi lapangan. Untuk mengidentifikasi akar masalah secara lebih mendalam, penulis menerapkan metode *5 Why*, yaitu teknik analisis yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan "mengapa" secara berulang hingga lima kali atau sampai ditemukan penyebab utama dari permasalahan yang dihadapi. Metode ini membantu penulis memahami permasalahan secara komprehensif sehingga solusi desain yang dihasilkan dapat lebih tepat sasaran.

b. Metode Pencarian Ide & Pengembangan Desain

Metode pembangkitan ide dan pengembangan desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode *brainstorming*, yaitu proses eksplorasi ide dengan tujuan menghasilkan berbagai alternatif solusi secara bebas dan kreatif. Ide-ide yang muncul dikembangkan dalam bentuk sketsa dan desain skematik, lalu diseleksi berdasarkan kriteria fungsi, estetika, dan relevansi terhadap isu yang diangkat. Desain terpilih kemudian diimplementasikan melalui visualisasi 3D dan dilengkapi gambar kerja sebagai pendukung teknis.

c. Metode Evaluasi Pemilihan Desain

Metode evaluasi yang digunakan dalam proses pemilihan desain terpilih dilakukan dengan cara memeriksa kembali hasil desain berdasarkan data permasalahan yang ada, kebutuhan pengguna, dan sejumlah kriteria yang telah dirumuskan selama proses perancangan. Sebagai langkah akhir dalam proses evaluasi, penulis akan melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan arahan dan pertimbangan akademik dalam menentukan kelayakan dan ketepatan desain yang dipilih.

