

**INTERVENSI ELEMEN INTERIOR TERHADAP PERILAKU
PENGUNJUNG BANDUNG *CREATIVE HUB* BATUNUNGGAL,
KOTA BANDUNG**

JURNAL

KARYA DESAIN



Diajukan oleh :

Ajeng Kusumadewi Putri Jatmiko

NIM 1511998023

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2019

INTERVENSI ELEMEN INTERIOR TERHADAP PERILAKU PENGUNJUNG BANDUNG *CREATIVE HUB* BATUNUNGGAL, KOTA BANDUNG

Ajeng Kusumadewi Putri Jatmiko¹, Artbanu Wishnu Aji, Yayu Rubiyanti

Program Studi S-1 Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta, Jl. Parangtritis No.KM 6,5, Sewon, Daerah Istimewa Yogyakarta
55188, Indonesia E-mail: ajeng.kusumadewi@icloud.com

Abstrak

Bandung *Creative Hub* merupakan salah satu proyek pemerintah Kota Bandung dimana tujuan dari pembangunan ini diperuntukan menampung kreatifitas khususnya pemuda Bandung dan sebagai gedung percontohan. Hal ini karena Bandung *Creative Hub* sendiri merupakan *Creative Hub* pertama di Indonesia. Konsep dasar perancangan Bandung *Creative Hub* ialah untuk mewadahi kegiatan-kegiatan industri kreatif dengan menggali potensi yang ada pada kawasan sekitar dengan menciptakan ruang publik yang dapat menyesuaikan kebutuhan dan pola aktivitas yang berkaitan dengan industri kreatif yang dilengkapi dengan sarana pendukung untuk kegiatan komunitas, kantor dan *maker space*. Tujuan dari perancangan desain interior lantai tiga Bandung *Creative Hub* ialah menciptakan ruangan yang presentatif sebagai pusat berkegiatan para *creator* dengan menciptakan ruangan yang dapat mempengaruhi pengguna ruang dalam menciptakan persepsi baru atas dasar teori perilaku. Intervensi ini datang dari elemen-elemen interior yang berkaitan erat dengan budaya, keindahan alam dan lifestyle kaum urban semua terkandung didalamnya maka terpilihlah gaya kontemporer dengan tema *mountain pass*. Metode yang digunakan ialah metode analisa dan sintesa, mengumpulkan data survey secara lengkap untuk kemudian diolah sebagai acuan utama dalam mendesain. Memaksimalkan fungsionalitas

ruang dan nilai estetis untuk memperkuat kembali citra kota Bandung sebagai kota kreatif.

Kata kunci: interior, Bandung, kreatif, perilaku, kontemporer

¹Korespondensi penulis dialamatkan ke
Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia
Yogyakarta,
Telp/Fax: +222032250
E-mail: ajeng.kusumadewi@icloud.com

Abstract

Bandung Creative Hub is one of the Bandung City government's projects where the purpose of this development is to accommodate Bandung's youth creativity and also as a pilot building. It's because Bandung Creative Hub is the first Creative Hub in Indonesia. The basic concept of designing Bandung Creative Hub is to accommodate creative industrial activities by exploring the potential that exists in the surrounding area by creating public spaces that can adjust all of the needs and all kind of activities related to the creative industry also start-up people with complete equipments also facilities for supporting community activities, office and maker space. The aim of Bandung Creative Hub's third floor interior design is to create a center space for activities of creators by make spaces that can influence space users in creating new perceptions base of behavioral theory. This intervention comes from interior elements that are rich of the cultures values, nature and urban lifestyle. Therefore contemporary has been chosen as teh project style with mountain pass as theme of project. The method that used in this project are the analysis and synthesis methods, then collecting complete data survey to be processed as the main reference in designing the interior. Make used of all freespace and changed it to functionality areas also with the strengthen of local aesthetic values from Bandung as the creative city.

Keywords: interior, Bandung, creative, behavioral, contemporary

I. Pendahuluan

Industri kreatif di Indonesia dan khususnya di Kota Bandung dewasa ini telah menunjukkan aktivitas yang memuaskan. Keanekaragaman budaya dan seni yang ada di Indonesia dan khususnya di Kota Bandung dapat mempengaruhi potensi kreatif yang timbul pada masyarakat. Pemerintah Kotamadya Bandung akhirnya memperlihatkan dukungan penuh bagi pengembangan sektor ekonomi kreatif melalui rencana pembentukan kebijakan dan pembangunan infrastruktur kota. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pihak yang ingin mendorong kreatifitas warga Bandung melalui sektor ekonomi kreatif, Bandung *Creative Hub* muncul sebagai solusi dari pihak pemerintah untuk menjawab permasalahan tersebut. Konsep dasar perancangan “Bandung *Creative Hub*” adalah bagaimana mewadahi kegiatan-kegiatan industri kreatif dengan menggali potensi yang ada pada kawasan sekitar dengan menciptakan ruang publik yang dapat menyesuaikan kebutuhan dan pola aktivitas yang berkaitan dengan industri kreatif dan para pelaku *start-up* yang dilengkapi dengan sarana pendukung untuk kegiatan komunitas, kantor dan *maker space*.

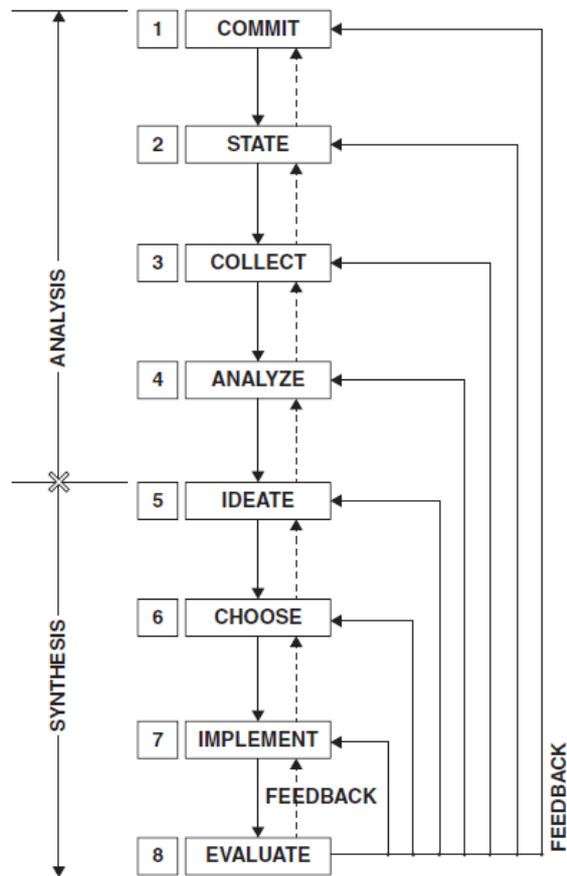
Lebih jauh lagi untuk membangun ruang publik dan ruang alami sangat diperlukan supaya dapat mengekspresikan dan menstimulasi kreativitas sebuah kota. Kota tersebut dapat mempertahankan ruang-ruang kreatif dan juga energi kreatif dengan cara melestarikan bangunan-bangunan bersejarah, mempublikasikan dan menjual karya seni untuk kebutuhan ruang publik dan ruang alami serta menggunakan bangunan-bangunan yang di desain secara baik sehingga dapat digunakan untuk memamerkan karakter khusus dari desain itu sendiri. (Graeme Evans, 2006) sebagai *Creative Hub* yang mayoritas diminati oleh kalangan muda, Bandung *Creative Hub* dituntut untuk menciptakan suasana ruang yang sesuai dengan kondisi peradaban dan budaya *urban* tanpa menghilangkan nilai lokalitas dan identitas kota. Intinya ialah bagaimana mem-*branding* citra kreatif tanpa mengesampingkan unsur lokalitas melalui elemen pendukung interior sebab pemilihan elemen pembentuk ruang yang tetap berbudaya sunda.

Tantangan selanjutnya ialah mewujudkan pencapaian tema historis beberapa elemen estetik ruang tidak memberi kesan khusus kepada pengunjung sehingga dibutuhkan desain yang mampu merangkul kebutuhan dan keinginan keduanya. Terutama permasalahan dalam merancang desain interior *Creative Hub* inspiratif, edukatif, dinamis untuk berinteraksi dan efisien dalam berkerja baik secara kolaboratif maupun perseorangan sehingga mampu memunculkan paradigma baru terutama pada para pelaku kreatif awam yang ingin belajar lebih lanjut serta menciptakan perilaku didalam ruang dengan keberadaan intervensi desain.

Oleh karena itu fokus utama perancangan memiliki konsep besar dengan gaya kontemporer sebab mampu merepresentasikan masa kini dan segala itu isu kekinian, sesuai dengan asal kata kontemporer yaitu *co-tempo*, *co* artinya *cooperate* dan *tempo* yaitu waktu. Termasuk didalamnya penerapan konsep dari teori persepsi yang dianggap mampu mungubah perilaku pengguna melalui intervensi desain sehingga mampu menghasilkan etos baru dalam berkerja. Sedangkan untuk tema yang dipilih yakni *mountain-pass* memiliki kesesuaian dengan bentuk tipologi alam kota Bandung yang semakin di perkuat dengan pemilihan warna berdasarkan tiga warna bendera kota Bandung hijau (sabel), kuning (emas) dan biru (azzur). Ketigannya berorientasi pada keselarasan dengan alam sekitar, selain penerapan *colour scheme* yang mengadopsi warna bendera. Eksistensi bentuk dasar alat musik tradisional khas Jawa Barat yaitu angklung dan calung berguna untuk menjawab permasalahan perihal elemen dekoratif dengan unsur semangat lokalitas budaya sunda ditengah gempuran budaya *urban*.

II. Metode Perancangan

Metode desain yang akan digunakan pada perancangan *Creative Hub* kali ini menggunakan metode desain Rosemary Kilmer dan Otie Kilmer yang memiliki proses desain seperti berikut:



Gambar 1. Proses Desain.

(Sumber : Rosemary Kilmer & W. Otie Kilmer, 2014:178)

Berikut tahapan-tahapan metode yang diambil dari buku *Designing Interiors* karya Rosemary & Otie Kilmer:

- a. Metode Analisis (Pengumpulan Data dan Penelusuran Masalah)
 - 1) **Commit** (*Accept The Problem*). Langkah paling awal yang harus dilakukan seorang desainer dalam proses mendesain ialah menerima “masalah”.
 - 2) **State** (*Define The Problem*). Inilah langkah terpenting dalam proses mendesain. Sebagaimana dinyatakan sebelumnya, masalah harus diidentifikasi atau dinyatakan sebelum seorang perancang dapat secara efektif mulai mendesain. Kemudian ditetapkan permasalahan yang biasanya dipengaruhi oleh masalah-masalah yang berkaitan dengan persyaratan, kendala, asumsi-asumsi dan tentunya keterbatasan yang ada.

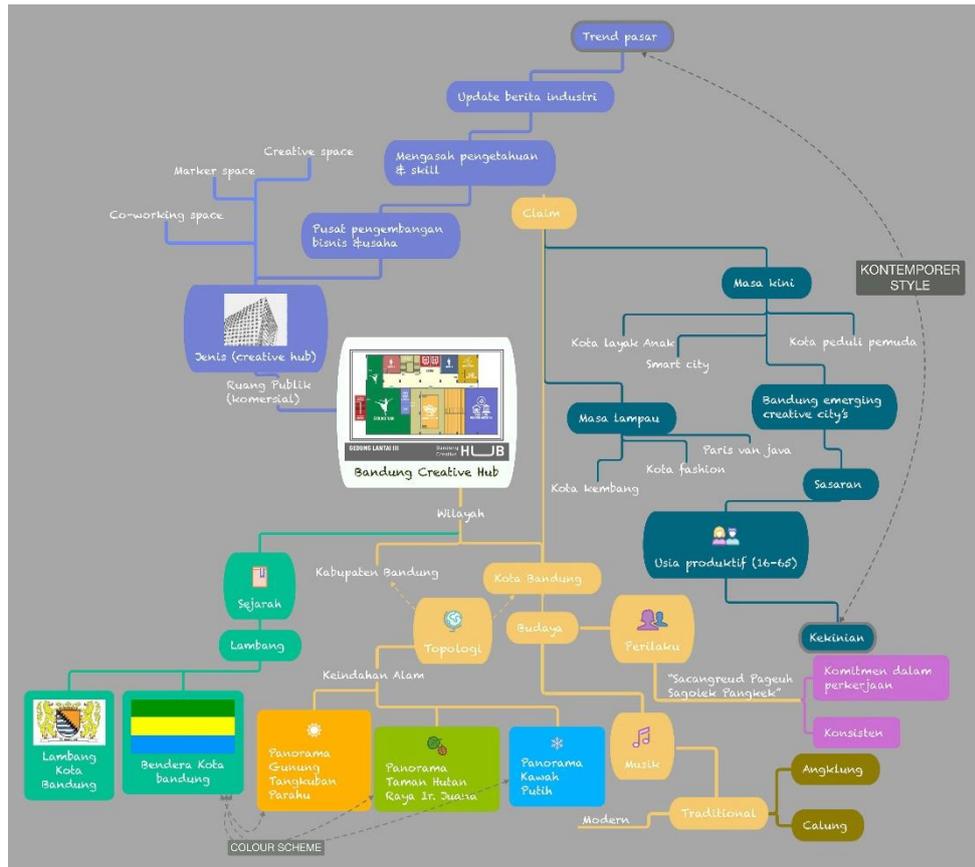
- 3) **Collect** (*Gather The Facts*). Tahap ini umumnya disebut sebagai "pemrograman" dan melibatkan pengumpulan data yang dikategorikan dan disajikan sebagai program yang akan diterbitkan, langkah ini melibatkan banyak penelitian, data, dan survei.
- 4) **Analyze**. Seorang desainer harus mampu melihat semua informasi yang sudah terkumpul tentang masalah dan mengaturnya ke dalam kategori terkait yang jumlahnya melimpah demi mencegah desainer dari menarik kesimpulan langsung.

b. Metode Pencarian Ide dan Pengembangan Desain

- 1) **Ideate**. Langkah ideasi mungkin adalah segmen yang paling menarik dan kreatif dari proses desain dengan menghasilkan banyak ide atau alternatif untuk mencapai tujuan proyek.

c. Metode Evaluasi Pemilihan Desain

- 1) **Choose** (*Select The Best Option*). Ialah tahap dimana seorang desainer memilih opsi yang paling tepat atau "terbaik" dengan kembali untuk melihat bagaimana konsep yang dipilih sesuai dengan anggaran, kebutuhan, tujuan, dan keinginan.
- 2) **Implement** (*Take Action*). Langkah ini mengkomunikasikan ide melalui gambar akhir, rencana-rencana, *renderings* dan bentuk presentasi lainnya ke hadapan klien. Proses desain tidak berhenti dengan ide atau solusi kreatif tetapi terus berlanjut dalam tahap ini dimana ide-ide menjadi kenyataan.

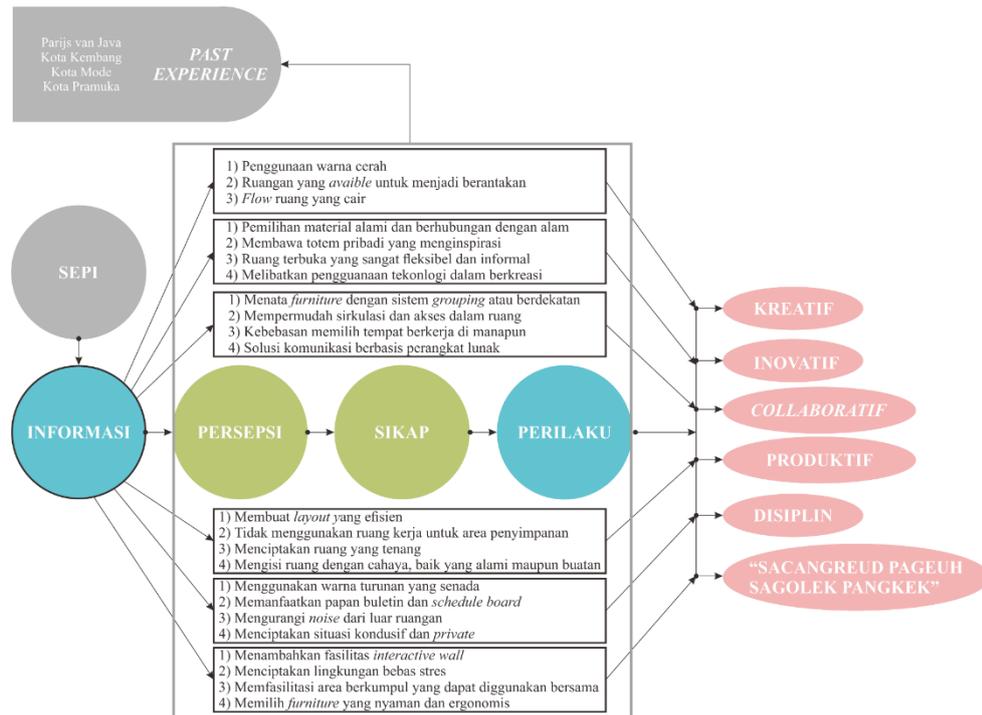


Gambar 2. Mind Map Konsep Perancangan.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

III. Pembahasan dan Hasil Perancangan

Menurut (Drs. Sunaryo, 2002) , pengertian persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsangan melalui pancaindra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun dalam diri individu. Berikut diagram konsep yang mendasari perancangan interior Bandung *Creative Hub* dengan berakar pada prinsip teori persepsi.



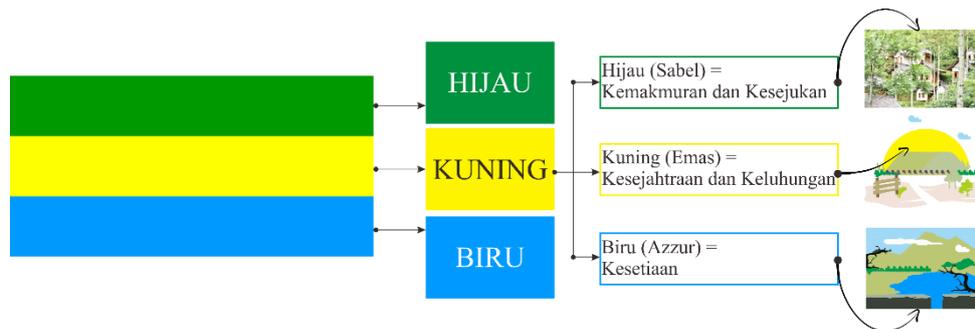
Gambar 3. Diagram Konsep Perancangan.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Berawal dari bagaimana keberadaan informasi dalam setiap ruang dalam wujud desain sebagai persepsi eksternal yang datang dari luar individu dan dapat mempengaruhi sikap. Termasuk kebiasaan para pengguna untuk lebih kreatif, inovatif, disiplin, kolaboratif, produktif, dan mengadopsi etos kerja budaya sekitar untuk konsisten dalam berkarya. Hal ini tentu mendapat pengaruh besar dari pengalaman lampau yang berbeda pada setiap individu pengunjung tentang kota Bandung dan bagaimana desain mampu memperkuat *self-perception* pada setiap individu tentang Bandung sebagai kota kreatif.

Jika ditinjau lebih lanjut pemilihan tema *mountain pass* atau celah gunung sangat erat kaitannya dengan pribahasa sunda yaitu "*Bandung dilingkung ku gunung*" artinya posisi tipologi alam kota Bandung yang dikelilingi oleh pegunungan. Tema ini diangkat menjadi salah satu fitur utama perancangan sebab perancangan ruang publik ini diharapkan dapat membangkitkan rasa empati para pelaku kreatif pada pegunungan dan alam sekitar kota Bandung yang dipangkas demi pembangunan.

Gaya kontemporer yang *up to date* dan kekinian dipilih sebab mampu merepresentasikan Bandung *Creative Hub* sebagai tempat bagi kaum produktif untuk berkarya dan berkolaborasi bersama, selalu *update* dengan berita industri terbaru. Jadi dapat disimpulkan gaya ini beriringan dengan waktu dan *trend* masa kini, salah satunya ialah penerapan material baru.



Gambar 4. Bendera Kota Bandung.

(Sumber : Portal Kota Bandung, 2019)

Berikut uraian simbol tiga warna ini menggambarkan alam sekitar kota Bandung, yakni :



Gambar 5. Simbol Warna Bendera.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Warna kuning lekat dengan legenda Sangkuriang, dimaksudkan sebagai cahaya pencerahan (*Sungging Perbangkara*) bagi siapa pun manusia yang masih bimbang akan keberadaan dirinya dan berkeinginan menemukan jati diri kemanusiannya (*Wayungyang*). Warna hijau sebagai lambang kemakmuran dan kesejukan seperti keberadaan Taman Hutan Raya Ir. Juanda yang tetap dijaga keasriannya. Sedangkan warna biru

memiliki arti kesetiaan masyarakat sekitar Kawah Putih untuk menjaga sumber daya belerang yang terkandung di dalamnya dengan mengembangkan mitos kawah yang angker.

Warna-warna tersebut dianggap mampu menciptakan *ambience* ruang penuh petualangan sekaligus sebagai pembangkit semangat dan relaksasi visual saat bekerja pada setiap ruangan di dalamnya.

YELLOW TONE COLOURS				TAN TONE COLOURS			
yellow	canary	gold	daffodil	tan	beige	macaroon	hazel wood
flaxen	butter	lemon	mustard	granola	oat	egg nog	fawn
corn	medallion	dandelion	fire	sugar cookie	sand	sepia	latte
bumblebee	banana	butterscotch	dijon	oyster	biscotti	parmesan	hazelnut
honey	blonde	pineapple	tuscan sun	sandcastle	buttermilk	sand dollar	shortbread

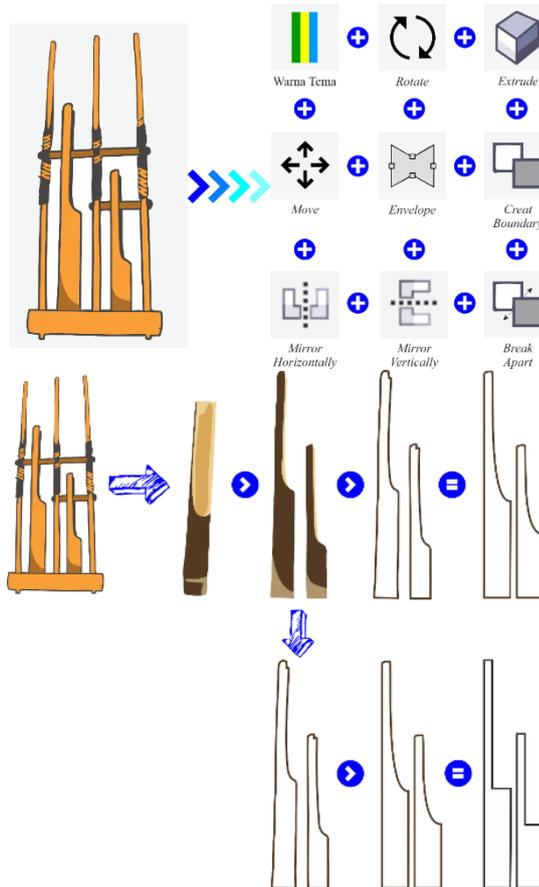
GREEN TONE COLOURS				BLUE TONE COLOURS			
green	chartreuse	juniper	sage	blue	slate	sky	navy
lime	fern	olive	emerald	indigo	cobalt	teal	ocean
pear	moss	shamrock	seafoam	peacock	azure	cerulean	lapis
pine	parakeet	mint	seaweed	spruce	stone	aegean	berry
pickle	pistachio	basil	crocodile	denim	admiral	sapphire	arctic

BROWN TONE COLOURS				WHITE TONE COLOURS			
brown	coffee	mocha	peanut	white	pearl	alabaster	snow
carob	hickory	wood	pecan	ivory	cream	egg shell	cotton
walnut	caramel	gingerbread	syrup	chiffon	salt	lace	coconut
chocolate	tortilla	umber	tawny	linen	bone	daisy	powder
brunette	cinnamon	penny	cedar	frost	porcelain	parchment	rice

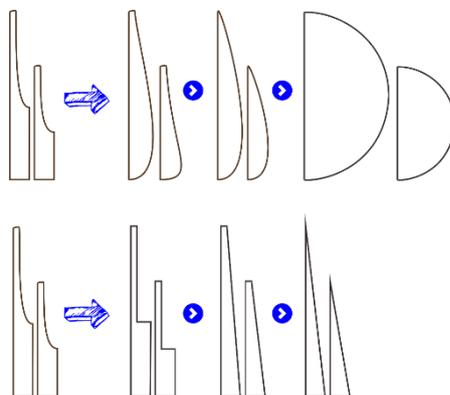
Gambar 6. *Colour Scheme Turunan Konsep Kontemporer-Mountain Pass.*

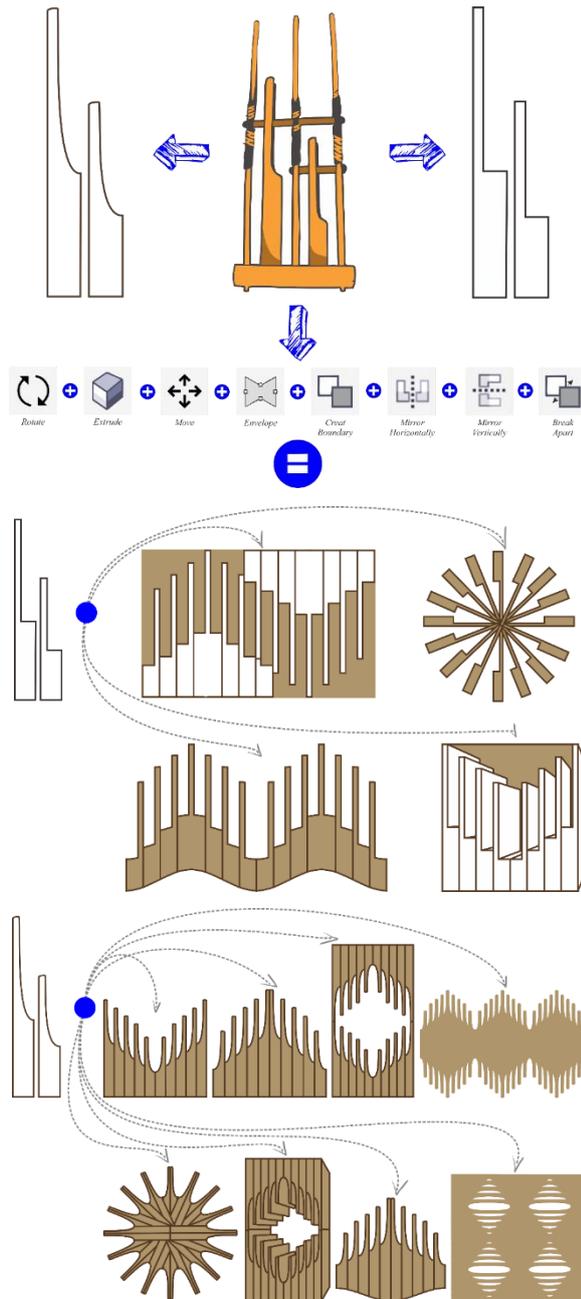
(Sumber : *Google Search*, 2019)

Komposisi bentuk diambil dari bentuk dasar tabung bambu pada angklung dan calung yang kemudian mengalami proses penggabungan, pemisahan, rotasi dan penerapan warna sesuai tema perancangan yaitu *mountain pass*.



Transformasi bentuk original angklung pada tahap ini mengalami dua alternatif penyederhanaan yang diambil dari bentuk outline tabung bambu pada angklung dan calung. Selanjutnya bentuk-bentuk tersebut mengalami perubahan menjadi bentuk yang paling sederhana.



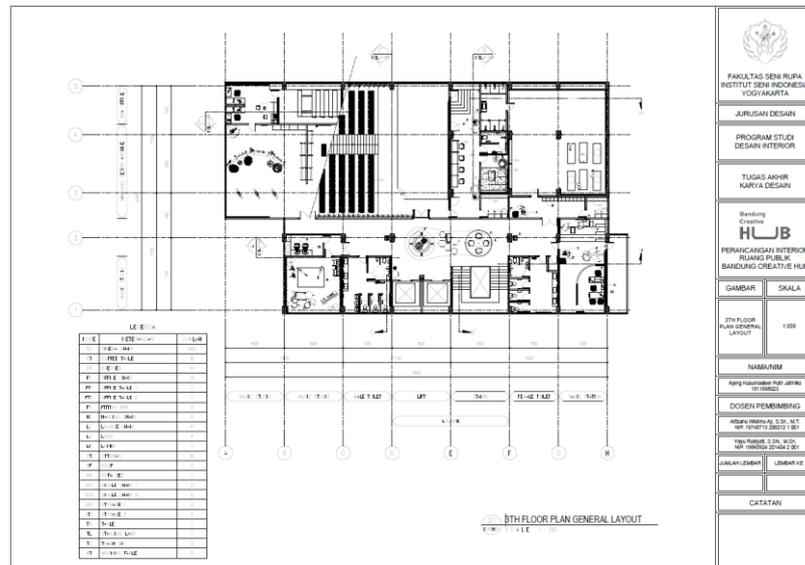


Gambar 7. Transformasi dan Stilasi Bentuk.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Material yang akan diterapkan pada ruang setiap elemen ruangan seperti *concrete*, *cement polish* dan *wall paint* yang memiliki *maintenace* lebih mudah dan praktis. Sedangkan untuk material *flooring* digunakan jenis *rug* yang lebih spesifik koleksi TOLI-CANA yang sesuai dengan tema *mountain pass*.

Desain interior lantai tiga Bandung *Creative Hub* ini menggunakan sistem penataan ruang terpusat, dimana seluruh ruangan memiliki satu titik temu. Area pertama yang akan diakses oleh pengunjung Bandung *Creative Hub* ialah zona *lounge* dengan menggunakan *lift* ataupun tangga.



Gambar 8. Layout terpilih lantai tiga.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Awalnya area ini hanya berupa ruangan kosong dengan beberapa kursi lipat dengan jumlah terbatas kemudian terjadi perubahan yang sangat signifikan terutama dari sisi fungsionalitas, estetika dan pemanfaatan area ini. Penambahan fasilitas *island lounge* yang mampu merepresentasikan dan memicu karakter kreatif para pengguna ruang dan penerapan warna natural berdasarkan alam kota Bandung sangat kental pada area ini. Penggunaan material baru seperti *finish wall* dengan resin cair untuk memperkuat dan mempermudah *maintenance* bangunan.



Gambar 9. Perspektif *island lounge*.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Bentuk *island lounge* mengadaptasi pada bentuk yang lebih organik sesuai dengan tema perancangan yaitu *mountain pass* dimana terdapat penempatan dua area besar di setiap ujung *island lounge*. Sedangkan *sign system* ditempakan pada area dekat dengan tangga dengan dwifungsi yaitu sebagai partisi dan petunjuk arah. *Sign system* sekunder ialah hal selanjutnya yang menarik pada area ini karena ditempatkan pada area lantai dengan tujuan mempermudah pengguna ruangan menemukan ruangan yang diinginkan. Area ini pun dapat dimanfaatkan selain sebagai ruang tunggu juga dapat dijadikan tempat diskusi bagi *user* dengan rancangan senyaman mungkin, dipastikan setiap sudut ruangan ini nyaman untuk saling berinteraksi dan berkarya.



Gambar 10. Area *island lounge*.
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Teraso putih pilih sebagai material yang tepat pada area ini karena warna putih dengan sistem di cor, tipe permukaan *pebble wash* sengaja dipilih sebab material berkesan lebih kuat dan sesuai dengan penggunaan dinding terakota pada area tangga menuju lantai tiga dan lantai empat. Dinding terakota sendiri melambangkan warna tanah yang menjadi salah satu unsur konsep *mountain pass* yaitu air, kayu, daun, matahari dan tanah. Material pada area *ceiling* menggunakan gypsum, untuk area luaran *island lounge* yang dianggap bentuk dan material yang lebih universal sedangkan *ceiling* area *island lounge* menggunakan plywood dengan *finishing* hpl berwarna hitam senada dengan warna plat besi partisi pada *sign system*.

Penerangan pada area diskusi menggunakan cahaya dengan dominasi warna kuning sehingga baik untuk mata dan nuansa yang dihasilkan akan berkesan lebih *warm*, akrab dan elegan. Pencahayaan buatan sangat krusial pada area ini sebab tidak terdapat sama sekali jendela ataupun ventilasi alami untuk penghawaan.



Gambar 11. Area *island lounge*.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Selanjutnya ialah area stasiun radio Kabulhaden yang memiliki sistematis layout interaktif antara pengunjung dengan penyiar radio serta bintang tamu, kegiatan berinteraksi sangat ditekankan pada ruangan ini. Ruang ini memiliki 3 area utama yaitu zona tunggu untuk pengunjung yang ingin mempelajari ilmu *broadcasting* dengan para ahli di bidangnya, zona resepsionis yang berupa meja *counter* yang ditempatkan dekat dengan pintu masuk-keluar ruangan ini, dan zona penyiar yang berisi peralatan dan meja kerja penyiar serta asisten penyiar. Zona tunggu sengaja dirancang dengan desain berundak menginterpretasikan kontur area pegunungan yang sesuai dengan tema *mountain pass*, selain itu berfungsi sebagai area duduk dengan kapasitas yang cukup banyak.

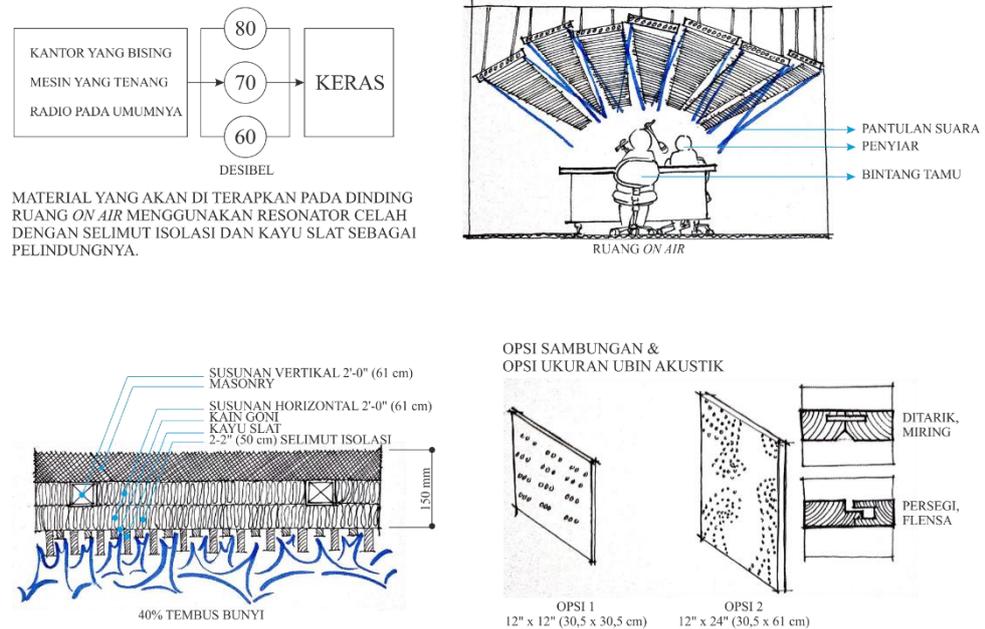


Gambar 12. Perspektif sudut ruangan.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Pemanfaatan sudut ruangan pun sangat diperhatikan dengan menempatkan rak buku, rak sepatu, *charging area* dan *wall of fame* untuk memfasilitasi pengunjung yang ingin belajar dan berdiskusi dan menginspirasi untuk terus produktif dalam berkarya. Lantai *parquet* dipilih guna menciptakan *ambience* ruang yang hangat dan akrab juga penyusunan sirap dipakai untuk menciptakan komposisi yang lebih beragam pada ruangan. Pada dinding terdapat *stripe* kayu yang berfungsi untuk memecah suara dan dilapisi *foam* untuk meredam suara bising dengan tingkat sekitar 70 desibel dari luar ruangan. Pencahayaan pada siang hari memanfaatkan pencahayaan alami pada ruangan, kecuali penghawaan yang masih memanfaatkan AC central sebagai penghawaan utama disamping penghawaan alami pada ruangan. *Ceiling* ruangan terdapat *hanging lamp*

dengan bentuk dasar bambu yang dicoak selaras dengan konsep stilasi angklung dan calung.



Gambar 13. Sketsa sistem dinding akustik.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 15. Area *on air* dan area counter.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 16. *Backstage.*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

IV. Kesimpulan

Mountain Pass ialah tema yang dipilih berdasarkan tipografi alam sekitar kota Bandung yang dikelilingi oleh pengunungan, sedangkan *pass* atau celah dilambangkan sebagai usaha manusia yang kian merajalela terhadap alam. Hal ini erat kaitannya dengan proses berkarya bahwa masa depan kota Bandung berada di tangan masyarakat dan para insan kreatif, Bandung *Creative Hub* hadir sebagai sebuah wadah untuk berkolaborasi bersama yang disediakan oleh pemerintah kota Bandung untuk dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Peran desain interior ialah menciptakan interpretasi baru dalam perspektif masyarakat dan para penggiat kreatif di kota Bandung untuk turut ikut ambil bagian dalam proses panjang ini, demi merealisasikan citra kota Bandung sebagai *smart city* dan memperkuat citra kota keratif yang sudah ada sebelumnya. Pada titik inilah tingkat kepekaan rasa desainer terhadap keadaan lingkungan sekitar baik dari segi sosial akan diuji untuk menilai sejauh mana pemahaman akan sifat dan perilaku manusia pada pengalaman meruang yang sesungguhnya.

Menciptakan perilaku baru dalam berkarya dan berkolaborasi dengan membawa unsur *nature* secara artifisial pada setiap ruangan serta

menghadirkan desain dengan gaya kontemporer yang akan terus berjalan seiring dengan waktu. Wacana gaya kontemporer ini menjawab keinginan klien yang menginginkan kesan urban dan masa depan sebagai acuan pada rancangan setiap ruangan. Area *lounge* dan stasiun radio tidak hanya mengedepankan segi estetika tetapi juga fungsional dimana setiap sudut ruangan akan menjadi tempat yang nyaman untuk berkarya.

Unsur budaya pun tak luput diterapkan guna menunjukan semangat lokalitas pada setiap desain ruangan Bandung *Creative Hub*, angklung dan calung dipilih sebab memiliki filosofi yang sesuai dengan konsep utama. Hal ini ditinjau dari sisi sejarah angklung dan calung yang dahulu sebagai alat musik piring perang yang kini hanya dimainkan saat menjelang musim panen sebagai simbol kemakmuran, kesejahteraan dan yang terpenting kebersamaan.

V. Daftar Pustaka

Drs. Sunaryo, M. (2002). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.

Graeme Evans, J. F. (2006). *Strategies for Creative Spaces and Cities: Lessons Learned*. Toronto, Canada: Innovation Creativity and Governance in Canadian City-Regions.

Kilmer, W. O., & Kilmer, R. (1992). *Designing Interiors*.