

**NILAI-NILAI GOTONG ROYONG DALAM
INTERIOR RUANG *CREATIVE HUB*
DI YOGYAKARTA**



KARYA ILMIAH

oleh:

Melisa Renata

NIM 1612067023

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

Karya Ilmiah berjudul :

NILAI-NILAI GOTONG ROYONG DALAM INTERIOR RUANG CREATIVE HUB DI YOGYAKARTA diajukan oleh Melisa Renata, NIM 1612067023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Pembimbing I pada tanggal 17 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Dosen Pembimbing I

M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP. 19701019 199903 1 001 / NIDN.0019107005

Nilai-Nilai Gotong Royong dalam Interior Ruang *Creative Hub* di Yogyakarta

Melisa Renata
1612067023

Mahasiswa Program Studi Desain Interior FSR ISI YK

Abstract

Creative Hub is one of the supporting facilities for the development of the creative economy era in Indonesia. In its development, creative hub is an urban cultural product in which users of the creative hub are urban communities. The characteristics of urban society that tend to be individualistic become an obstacle to achieving the indicator of the success of a creative hub that contains the values of togetherness, cooperation, help, solidarity, empathy and social equality. In Indonesia, values that support the success of a creative hub are interpretations of gotong royong values. Interpretation of gotong royong values in the creative hub will be discussed by explaining the facts from the previous book and research that will be discussed through the designer experience also supported by the behavior setting technique in its implementation into space. Interpretation of the values of gotong royong has a variety of positive benefits for creative hub users such as smooth communication between users, open-mindedness and ideas to increase innovation and creativity. Implementation of the values of gotong royong into the space can affect the pattern of user behavior so that it is expected to be able to grow the values of gotong royong inside users consciously or unconsciously. Therefore, the interpretation of the values of mutual cooperation into the creative hub space considered capable of answering challenges to achieve indicators of success from a creative hub.

Keywords: *Creative hub, values, gotong royong*

Abstrak

Creative Hub merupakan salah satu sarana pendukung perkembangan era ekonomi kreatif di Indonesia. Dalam perkembangannya, *creative hub* merupakan produk budaya urban yang dimana pengguna dari *creative hub* adalah masyarakat urban. Karakteristik masyarakat urban yang cenderung individualis menjadi rintangan untuk mencapai indikator kesuksesan sebuah *creative hub* yang terkandung nilai-nilai kebersamaan, kerjasama, tolong menolong, solidaritas, empati serta kesetaraan sosial. Di Indonesia, nilai-nilai yang mendukung kesuksesan sebuah *creative hub* merupakan interpretasi dari nilai-nilai budaya *gotong royong*. Interpretasi nilai-nilai gotong royong di dalam *creative hub* akan dibahas dengan memaparkan fakta dari buku serta penelitian sebelumnya serta dianalisis melalui pengalaman desainer serta menggunakan teknik *behavioral setting* dalam implementasinya ke dalam ruang. Interpretasi nilai-nilai *gotong royong* memiliki berbagai manfaat positif bagi pengguna *creative hub* yakni kelancaran komunikasi antar pengguna, keterbukaan pikiran dan gagasan hingga peningkatan inovasi dan kreativitas. Implementasi

nilai-nilai *gotong royong* ke dalam ruang dapat mempengaruhi pola perilaku pengguna sehingga diharapkan mampu menumbuhkan nilai-nilai *gotong royong* pada diri penggunanya secara disadari maupun tidak disadari. Oleh karena itu, interpretasi nilai-nilai *gotong royong* ke dalam ruang *creative hub* dinilai mampu menjawab tantangan untuk mencapai indikator kesuksesan dari sebuah *creative hub*.

Kata Kunci : *Creative hub*, nilai-nilai, *gotong royong*

1. PENDAHULUAN

Kedinamisan telah membawa masyarakat Indonesia memasuki era ekonomi baru yang kita kenal dengan era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang perkembangannya berdasarkan oleh sumber daya yang tidak terbatas yakni kreativitas. Nilai jual tidak lagi bergantung pada nilai bahan baku namun dilihat dari sejauh mana bahan baku tersebut dapat diolah menggunakan kreativitas dari pelaku kreatif (Purnomo, 2016:8). *Creative hub* merupakan salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam perkembangan sebuah ekonomi kreatif di kota-kota besar di Indonesia. Dalam sejarahnya, *creative hub* merupakan hasil dari restrukturisasi ekonomi di UK pada seperempat terakhir abad ke 20. Hal tersebut mengakibatkan banyak anak muda kehilangan pekerjaan dan mengusahakan untuk merestrukturisasi ekonomi yang ada dalam komunitasnya menjadi sebuah ekonomi kreatif. *Creative hub* sendiri merupakan tempat yang menyatukan orang-orang kreatif serta merupakan pemersatu yang menyediakan tempat dan mendukung untuk menjalin hubungan antar pengguna dengan berbagai latar belakang, pengembangan bisnis dan keterlibatan komunitas dengan sektor kreatif (Matheson & Easson, 2015:4). Fenomena kemunculan *creative hub* juga terjadi di Indonesia setelah terjadinya reformasi pada tahun 1998. Perkembangan bentuk paling awal dari sebuah *creative hub* terjadi di Yogyakarta dengan berdirinya *Cemeti Art Spaces* (1995) serta *Kedai Kebun Forum* (1997) (Siregar & Sudrajat, 2017:2). Seiring berkembangnya era ekonomi kreatif, pada tahun 2019, terdapat lebih dari 172 ribu pelaku ekonomi kreatif dengan lima subsektor utamanya yakni kuliner, kriya, fesyen, penerbitan dan fotografi (Humas, 2019). Hal ini menunjukkan geliat *creative hub* di Yogyakarta membuahkan hasil yang positif untuk mendukung ekonomi kreatif di Yogyakarta (Humas,2019).

Dengan melihat sejarah, tempat serta pelaku dari *creative hub*, dapat disimpulkan bahwa *creative hub* merupakan sebuah produk dari masyarakat urban. Jika dilihat dari karakteristiknya, masyarakat perkotaan identik dengan sifat individualis serta egois. Menurut Daldjoeni (Jamaludin, 2015:65), hubungan masyarakat kota tidaklah terlalu dalam, dekat secara fisik namun jauh secara sosial, cenderung hidup sendirian serta masa bodoh dengan keadaan sekitar. Menurut Elly M. Setiadi (Jamaludin, 2015:78), hal ini juga didukung oleh interaksi sosial *gesselschaft*, yang dimana hubungan terjadi atas dasar pamrih dan berlangsung seperlunya serta ikatan solidaritas sosial dan kesetiakawanan yang lebih renggang. Hal tersebut sesuai dengan pengamatan penulis pada *Creative Hub Jogja Community Creative Center* di Yogyakarta. Pengguna *creative hub* hanya

berkumpul dengan kelompoknya sendiri-sendiri. Interaksi sosial antar pengguna ruang terlihat sangat minim dan terjadi seperlunya. Setiap orang sibuk dengan pekerjaannya masing-masing dan tidak terlihat adanya aktivitas kolaborasi sama sekali. Hubungan sosial yang terjadi berupa aktivitas mengobrol dengan kelompok kecilnya masing-masing pada area kafetaria serta hubungan satu arah jika sedang dilaksanakan kegiatan seminar. Hal ini juga didukung oleh desain ruang yang menggunakan dinding masif dan minim bukaan sehingga menambah jarak emosional antar pengguna ruang. Karakteristik masyarakat kota yang telah disebutkan diatas dapat menjadi sebuah rintangan dari tercapainya kesuksesan sebuah *creative hub* dalam membina perkembangan yang berkelanjutan. Dalam perannya dalam mengembangkan industri kreatif, sebuah *creative hub* memiliki indikator kesuksesan yakni sebagai berikut:

- a. *Local Development*, yakni seberapa besar *creative hub* mampu mempengaruhi ekonomi lokal dan menciptakan peluang usaha baru.
- b. *Sustainability (activities & environmental)*, yakni seberapa berkelanjutankah program-program yang ada di *creative hub* tersebut dan apakah ada pengembangan kemampuan serta pertukaran keahlian antar anggota?
- c. *Inclusion, empowerment and competence development*, yakni apakah *creative hub* juga bekerja secara inklusif dan dapat menjangkau dan saling memberdayakan berbagai kelompok hingga minoritas serta meningkatkan kemampuan berwirausaha bagi penggunanya?
- d. *Cooperation and connection building*, yakni kemampuan *creative hub* untuk dapat menghubungkan bisnis lokal dengan institusi untuk bisa mengembangkan program dan aktivitas antar penggunanya serta antar komunitas dan warga lokal (Kalitova, Durankova, & Kovač, 2019:6).

Berdasarkan poin-poin yang telah disebutkan diatas, untuk mencapai sebuah *creative hub* yang berhasil, diperlukan interaksi sosial yang cukup tinggi, kerjasama, rasa kebersamaan, rasa memiliki dalam pengembangannya yakni melalui kedekatan hubungan antar pengguna dari *creative hub* sehingga mampu menciptakan sebuah sinergi yang berkelanjutan dan berguna bagi masyarakat secara luas namun hal tersebut dapat sulit tercapai apabila melihat karakteristik masyarakat kota yang cenderung individualis dan tidak acuh terhadap sekitar. Oleh karena itu, perlunya internalisasi nilai-nilai kerjasama, kebersamaan, kesetaraan, solidaritas serta rasa memiliki antar anggota dalam *creative hub*. Nilai-nilai yang diperlukan dalam sebuah *creative hub* dapat kita temui dalam salah satu budaya asli Indonesia yakni budaya *gotong royong*. Budaya *gotong royong* telah diwariskan oleh nenek moyang orang Indonesia namun karena tergerus oleh perkembangan zaman, masyarakat urban di Indonesia mulai tidak peka dengan adanya budaya ini. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas pentingnya penerapan dan internalisasi nilai-nilai gotong royong dalam sebuah *creative hub* beserta implementasinya dalam ruang. Artikel ini akan dibahas dengan memaparkan fakta dari buku serta penelitian sebelumnya serta dianalisis melalui pengalaman desainer serta menggunakan teknik *behavioral setting* dalam pengimplementasian nilai-nilai gotong royong dalam ruang *creative hub*.

2. PEMBAHASAN

a. Nilai-Nilai Gotong Royong dalam Budaya Indonesia

Gotong royong sendiri berasal dari Bahasa Jawa, yaitu *gotong* dan *royong*. *Gotong* artinya pikul atau angkat dan *royong* dalam arti harafiahnya adalah secara bersama-sama (Irfan, 2016:4). Gotong royong dibagi menjadi dua yakni, gotong royong tolong menolong dan gotong royong kerja bakti. Gotong royong tolong menolong dapat ditemukan pada aktivitas pertanian, kegiatan sekitar rumah tangga, kegiatan pesta, kegiatan perayaan serta pada peristiwa bencana atau kematian. Sedangkan kegiatan gotong royong kerja bakti biasanya dilakukan untuk mengerjakan sesuatu yang sifatnya untuk kepentingan umum, yang dibedakan antara gotong royong atas inisiatif warga dengan gotong royong yang dipaksakan. Contohnya adalah gotong royong membangun jalan, jembatan, gedung balai pertemuan warga dan sebagainya (Koentjaraningrat, 1990:59). Budaya gotong royong merupakan budaya yang telah mengakar di Indonesia sejak zaman nenek moyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan ditemukannya berbagai macam kegiatan gotong royong dengan nama khas pada setiap daerah. Misalnya di daerah Jawa gotong royong disebut dengan *sambatan*, *pomabari* di daerah Maluku serta *Mappalette Bola* pada masyarakat Sulawesi. Pada tradisi *sambatan* yang dilakukan oleh masyarakat Jawa, kegiatan gotong royong berupa kegiatan tolong menolong antar warga secara sukarela dalam kegiatan membangun rumah, acara pernikahan maupun dalam bidang pertanian, sedangkan pada tradisi *pomabari*, kegiatan tolong menolong diterapkan pada proses produksi kelapa kopra serta pada *mappalette bola* kegiatan gotong royong berupa proses pemindahan rumah dengan cara diangkat bersama-sama. Kegiatan gotong royong pada tiap daerah juga memiliki nilai-nilai positif. Pada tradisi *sambatan* nilai positif yang terkandung yakni :

1) Nilai tolong menolong

Tolong menolong sangat tercermin dalam *sambatan* karena pada dasarnya *sambatan* merupakan aktivitas tolong menolong contohnya ketika ada pihak yang membutuhkan bantuan dalam membuka lahan pertanian maka pihak tersebut akan meminta tolong masyarakat sekitar. Hal ini mengacu pada makna *reciprocity* atau kecenderungan bertukar kebaikan.

2) Nilai kerjasama

Kerjasama berasal dari konsepsi bahwa manusia suka bekerjasama berdasarkan solidaritas. Tenaga kerja yang banyak tentunya membutuhkan kerjasama agar pekerjaan menjadi lebih mudah dan ringan

3) Solidaritas dan empati

Solidaritas merupakan perwujudan dari rasa saling berbagi dan saling meringankan, rasa bersama serta rasa sepejuangan sedangkan untuk empati merupakan kepekaan seseorang atas apa yang dialami orang lain. Hal ini dapat terlihat dari saling bantu membantu antar masyarakat dan kepekaan terhadap pekerjaan orang lain dalam proses *sambatan*

4) Kesetaraan Sosial

Hal ini diwujudkan dalam tidak adanya perbedaan golongan dalam hubungan antar manusia dimana salah satu konsepnya adalah setiap jiwa

sama tinggi sama rendah. Proses *sambatan* dilakukan oleh semua orang dengan berbagai latar belakang tanpa melihat suku, ras, tingkat ekonomi maupun sosial (Pamungkas, Rosyani, & Suandi, 2013:5).

Pada tradisi *pomabari* di masyarakat desa Wasileo, Maluku nilai positif yang terkandung adalah :

- 1) Nilai kebersamaan sesama masyarakat petani dalam mengelola buah kelapa sehingga pembuatan kopra menjadi lebih cepat dan mudah serta
- 2) Nilai kerjasama dan tolong menolong apabila akan membuat kopra maka harus membantu petani kopra lainnya agar mendapat bantuan (*reciprocity*)
- 3) Nilai kesetaraan sosial yang tidak melihat latar belakang maupun derajat sosial pelaku *pomabari* (Pawane, 2016:4).

Sedangkan pada tradisi *mappalette bola* nilai positif yang terkandung adalah :

- 1) Nilai kebersamaan atau solidaritas ketika ada warga yang berniat untuk pindah rumah maka akan dibantu oleh warga sekitar
- 2) Nilai kerja sama ketika mengangkat rumah secara bersamaan dengan berjalan kaki yang dikomandani oleh kepala kampung dan pembagian beban dilakukan secara merata (Musnur, 2018:95).

Kegiatan gotong-royong yang ada pada tiap daerah sangat menjunjung tinggi nilai kebersamaan, kerjasama, tolong menolong, solidaritas, empati serta kesetaraan sosial. Nilai-nilai tersebut dapat diimplementasikan dalam lingkungan keluarga hingga lingkungan bermasyarakat.

b. Manfaat Nilai-Nilai Gotong Royong dalam *Creative Hub*

Internalisasi nilai gotong royong dalam lingkungan kerja sebuah *creative hub* memberikan manfaat secara nyata dan saling berkaitan dalam prosesnya seperti menurut Sentana (2008) manfaat yang terkandung di dalam nilai kebersamaan adalah terbangunnya kelancaran dalam komunikasi yang mampu berpengaruh pada efektivitas kerja. Nilai kebersamaan juga merupakan kesatuan untuk stabilitas yang dinamis dalam sebuah kelompok serta mampu menumbuhkan inovasi yang kritis serta kreatif yang tercipta. Kondusivitas terhadap keterbukaan berupa pertukaran pikiran, gagasan, kritik dapat terlaksana dengan baik apabila nilai-nilai kebersamaan dijunjung dalam sebuah kelompok.

Dengan tingginya nilai kebersamaan antar pengguna *creative hub* maka akan mempermudah proses kerjasama yang dimana nilai kerjasama yang didasari oleh satu tujuan yang sama sangat diperlukan dalam kerjasama antar komunitas pada sebuah *creative hub*. Hal ini dapat dibuktikan bahwa kerjasama diperlukan dalam sebuah komunitas. Sebuah kerjasama dalam proses belajar dan bertukar ilmu dapat mempercepat tujuan belajar hal ini disebabkan karena pada dasarnya suatu komunitas belajar selalu lebih baik hasilnya daripada belajar sendiri-sendiri (Darmadi, 2011:66). Kerjasama juga merupakan hal yang diunggulkan dalam masyarakat. Menurut Kusnadi (dalam Surminah, 2013:104),

kerjasama mendorong persaingan dalam mencapai tujuan, meningkatkan produktivitas serta mendorong terciptanya sinergi antar pihak sehingga terciptanya hubungan yang harmonis dan meningkatkan rasa kesetiakawanan.

Nilai kesetaraan sosial dalam gotong royong yang diterapkan dalam sebuah *creative hub* mampu mendorong terjadinya iklim yang inklusif serta mampu menjangkau seluruh kelompok yang ada. Inklusif yang dimaksud bertujuan merangkul berbagai perbedaan serta keberagaman dari pengguna *creative hub* sehingga mampu meminimalisir konflik yang disebabkan oleh perbedaan kedudukan. Nilai kesetaraan sosial mampu mempermudah hubungan yang berlangsung diantara pengguna, pengelola hingga masyarakat yang ada di sekitar *creative hub*.

Apabila melihat manfaat dari nilai-nilai gotong royong yang diterapkan dalam sebuah *creative hub* maka besar kemungkinan terjalin hubungan yang harmonis diantara pengguna, pengelola hingga masyarakat sehingga mampu menciptakan pengembangan antar individu hingga menciptakan peluang-peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar.

c. Implementasi Nilai-Nilai Gotong Royong dalam Ruang *Creative Hub*

Sebuah *creative hub* yang merupakan tempat berkumpulnya pelaku kreatif untuk berkegiatan kreatif, menambah relasi hingga mampu membuka peluang usaha yang lebih besar. Kegiatan berkumpul, *brainstorming*, pertukaran informasi hingga kerjasama dalam proses produksi dalam sebuah *creative hub* dapat berjalan maksimal apabila pengguna ruang menyadari pentingnya nilai-nilai kerjasama, kebersamaan, solidaritas, empati serta kesetaraan sosial yang merupakan nilai-nilai dari budaya *gotong royong* di Indonesia. Untuk dapat menanamkan nilai-nilai *gotong royong* dalam diri pelaku kreatif di sebuah *creative hub* dapat dilakukan dengan peran desain interior.

Lingkungan sebagai tempat beraktivitas dapat menjadi sumber stimulus bagi respon dari manusia. Sebuah desain interior mampu mempengaruhi respon manusia saat manusia berbagi ruang dengan sesamanya. Hal ini dapat tercermin dari perilaku manusia saat berbagi ruang dengan sesamanya (Aprilita & Sari, 2014:563). Menurut Krasner & Ulmann (dalam Hidjaz, 2011:15), lingkungan merupakan faktor terpenting yang dapat membatasi perilaku manusia. Dalam desain interior, setting perilaku atau ruang aktivitas dapat dibentuk oleh bagaimana ruangan tersebut ditata seluruh fisiknya menurut pertimbangan tertentu yang mengakibatkan ruangan ini mampu menjadi fasilitator maupun penghambat dari suatu perilaku tertentu. Begitu pula sebaliknya yang dimana perilaku manusia juga mempengaruhi sebuah ruang hingga terjadinya hubungan timbal balik yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini lah yang kemudian disebut dengan *behavior setting* menurut Roger Barker (dalam Hidjaz, 2011:15).

Behavior setting diwujudkan dalam desain ruang *creative hub* secara keseluruhan yang menerapkan konsep *open space* atau minim sekat. Penggunaan material kaca untuk menjadi pembatas antar ruang digunakan untuk

meningkatkan visibilitas antar pengguna pada ruang yang berbeda sehingga memudahkan proses interaksi secara non-verbal. Interaksi secara non-verbal seperti kemudahan untuk saling melihat kegiatan yang sedang dilakukan mampu meningkatkan minat serta inspirasi antar pelaku kreatif.

Desain partisi fleksibel serta pemilihan jenis furnitur yang modular dan *movable* pada ruang kerja, ruang studio maupun ruang komunal mampu meningkatkan proses interaksi sosial secara langsung antar pengguna ruang. Jenis partisi serta furniture yang fleksibel mampu disesuaikan dengan kebutuhan pengguna ruang. Penggunaan partisi yang fleksibel berfungsi untuk mengakomodasi kebutuhan ruang untuk orang yang lebih banyak. Penyatuan ruang dengan fungsi yang berbeda juga dapat dilakukan saat membutuhkan ruang untuk berkolaborasi bersama seperti penyatuan ruang studio fotografi dengan ruang studio desain atau ruang studio fashion dengan ruang studio kriya.

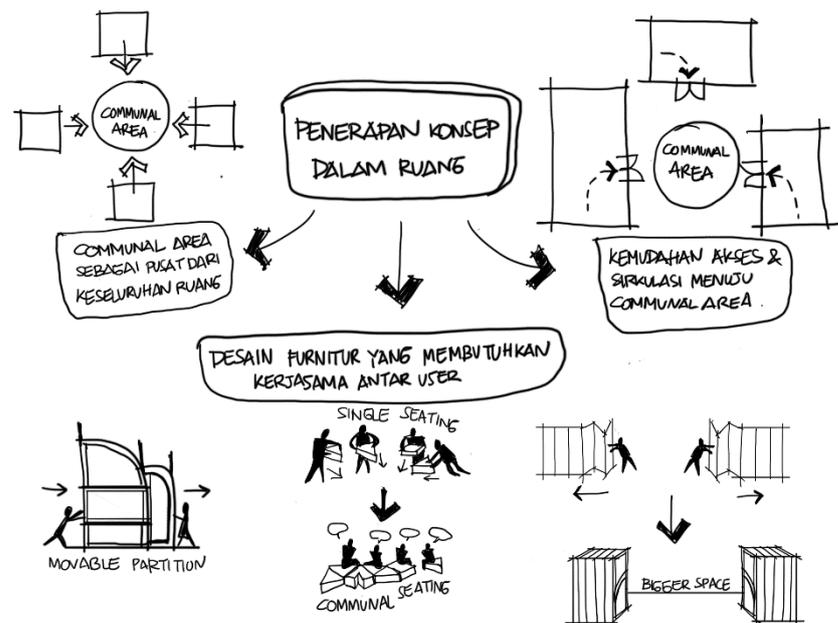
Furnitur yang fleksibel juga dipilih untuk melengkapi ruang-ruang dengan kebutuhan kerjasama yang tinggi seperti ruang *co-working* serta studio. Dengan kemudahan mengatur kebutuhan furnitur, pengguna mampu menghemat waktu serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan proses kreatif. Dalam proses penyesuaian ruang dengan perubahan letak partisi maupun perangkaian furnitur modular membutuhkan kerjasama antar pengguna ruang agar pekerjaan menjadi lebih mudah dan ringan. Kerjasama dan tolong menolong antar pengguna ruang tidak memandang latar belakang maupun predikat seseorang. Semua dilakukan atas dasar rasa kebersamaan, empati dan saling membantu antar pengguna ruang. Hal ini mampu menumbuhkan nilai-nilai gotong royong yakni nilai kerjasama, kebersamaan serta kesetaraan sosial diantara pengguna ruang.

Dalam sebuah *creative hub*, sebuah ruang komunal juga mampu menjadi tempat penanaman nilai-nilai *gotong royong* dalam sebuah *creative hub*. Hal ini disebabkan karena ruang komunal berfungsi sebagai penghubung antar ruang yang ada. Ruang komunal menjadi titik temu serta mendukung terjadinya interaksi sosial antar pengguna yang berasal dari berbagai ruang. Interaksi yang terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja antar pengguna ruang terjadi di dalamnya. Pada praktiknya, sebuah interaksi yang terjadi secara tidak sengaja mampu menjadi titik mula sebuah hubungan baru antar pengguna ruang hingga mampu menciptakan peluang kerjasama yang lebih besar. Hubungan yang baik antar pengguna ruang mampu menumbuhkan nilai-nilai gotong royong seperti kebersamaan, solidaritas serta empati.

Fungsi dari *behavior setting* di dalam ruang komunal adalah memperbesar kesempatan terjadinya hubungan sosial antar pengguna ruang yang ada di dalam *creative hub*. Menurut Simon Vamvakidis (dalam Aziz, Anwar, & Aulia, 2019:111) untuk mengorganisasikan sebuah ruang maka dibutuhkan satu elemen utama yang diposisikan pada pusat ruang. Oleh karena itu, peletakkan ruang komunal pada bagian tengah sebuah denah mampu menarik perhatian pengguna *creative hub* dari berbagai arah. Di dalam ruang komunal diletakkan pantry serta kantin yang mampu menyediakan makanan serta minuman bagi pengguna ruang.

Peletakkan panggung untuk pertunjukkan maupun aktivitas juga mampu menarik pengguna ruang lainnya untuk melihat. Desain furniture yang mampu memfasilitasi pertemuan secara tidak sengaja juga akan menambah nilai lebih dalam meningkatkan interaksi antar pengguna *creative hub*. Menurut Lang (dalam Wijayanti, 2000:12) Hal tersebutlah yang disebut katalisator atau hal yang menarik orang secara bersama-sama ke dalam sebuah aktivitas tertentu.

Untuk menunjang keberhasilan dari sebuah area komunal dalam menyatukan keseluruhan ruang di *creative hub*, digunakan sirkulasi radial atau sirkulasi yang menuju pada satu pusat tertentu akan memudahkan akses menuju ruang komunal. Kemudahan akses menuju ruang komunal akan mempermudah tercapainya fungsi ruang komunal untuk menanamkan nilai-nilai dari gotong royong diantara penggunanya.



Gambar 1. Penerapan *Behavior Setting* dalam Ruang *Creative Hub*

Oleh karena itu, desain ruang dengan pendekatan *behavior setting* dapat mempengaruhi pola perilaku pengguna ruang sehingga mampu menumbuhkan nilai-nilai *gotong royong* di dalam diri pengguna *creative hub* secara disadari maupun tidak disadari. Hal tersebut mampu mendukung pemenuhan indikator kesuksesan dari sebuah *creative hub*.

3. KESIMPULAN

Creative hub merupakan salah satu sarana dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Melihat dari sejarah perkembangannya, *creative hub* merupakan produk dari masyarakat urban yang karakteristik penggunaannya yang cenderung individualis dan egois menjadi tantangan untuk mencapai indikator kesuksesan dari sebuah *creative hub* yang di dalamnya terkandung nilai-nilai yang ada dalam salah satu budaya asli Indonesia yakni *gotong royong*. Dalam budaya gotong royong di berbagai daerah di Indonesia, terkandung nilai-nilai

kebersamaan, kerjasama, tolong menolong, solidaritas, empati serta kesetaraan sosial yang apabila diterapkan dalam sebuah *creative hub* mampu memberikan manfaat dalam sebuah proses kreatif yang ada di dalam *creative hub* kelancaran komunikasi antar pengguna, keterbukaan pikiran dan gagasan pengguna yang mampu meningkatkan inovasi serta kreativitas pengguna *creative hub*. Implementasi nilai-nilai gotong royong dalam ruang *creative hub* diwujudkan dengan penggunaan material kaca sebagai pembatas antar ruang untuk meningkatkan visibilitas serta interaksi tidak langsung antar pengguna ruang, desain partisi serta furniture yang fleksibel yang mampu menumbuhkan nilai kerjasama, kebersamaan serta kesetaraan sosial antar pengguna, peletakkan ruang komunal pada bagian tengah denah untuk menjadi titik temu pengguna yang berasal dari berbagai ruang dan menjadi tempat terjadinya interaksi sosial yang mampu menumbuhkan nilai-nilai kebersamaan, solidaritas dan empati serta didukung dengan pola sirkulasi radial yang memudahkan akses menuju ruang komunal. Oleh karena itu, interpretasi nilai-nilai *gotong royong* di dalam lingkungan sebuah *creative hub* dinilai mampu menjawab tantangan untuk mencapai indikator keberhasilan dari sebuah *creative hub*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilita, C., & Sari, S. M. (2014). Pengaruh Interior Toko Oen Malang terhadap Perilaku Pengunjung. *Jurnal Intra Vol. 2, No. 2* , 563 - 568.
- Aziz, N., Anwar, H., & Aulia, D. (2019). Perancangan Desain Interior Creative Hub dengan Pendekatan Communal Space. *Jurnal Desain Interior*, 109-112.
- Darmadi, H. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Dovey, P., & Pratt, P. C. (2016). *Creative Hubs : Understanding the New Economy*. London: British Council.
- Hidjaz, T. (2011). Interaksi Perilaku dan Suasana Ruang di Perkantoran Kasus di 2 Lokasi Kantor Pusat Pt. Telkom, Bandung. *Jurnal Itenas Rekarupa*, 13-27.
- Humas. (2019, Juli 4). *Berita : DPR RI Tertarik pada Perkembangan Ekonomi Kreatif DIY*. Diambil kembali dari Website Resmi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta: <https://jogjaprovo.go.id/berita/detail/7851-dpr-ri-tertarik-pada-perkembangan-ekonomi-kreatif-diy>
- Irfan, M. (2016). Metamorfosis Gotong Royong dalam Pandangan Konstruksi Sosial. *Seminar Nasional Menuju Masyarakat Indonesia Sejahtera*, (hal. 1-10). Bandung.
- Jamaludin, D. N. (2015). *Sosiologi Perkotaan : Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kalitova, A., Durankova, K., & Kovač, N. (2019). *The Role of Successful Creative Hubs in Fostering Sustainable Development*. Regional Academy on the United Nations.
- Kalitova, A., Durankova, K., & Kovač, N. (t.thn.). *The Role of Successful Creative Hubs in Fostering Sustainable Development*. Regional Academy on the United Nations.
- Koentjaraningrat. (1987). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Matheson, J., & Easson, G. (2015). *Creative HubKit : Made by Hubs for Emerging Hubs*. UK: British Council.

- Musnur, I. (2018). Simbolisasi dan Implementasi Pacce (Solidaritas) Sebagai Analogi Representasi Kebersamaan dalam Masyarakat Bugis. *NARADA, Jurnal Desain & Seni, FDSK - UMB*, 94-96.
- Pamungkas, A. D., Rosyani, & Suandi. (2013). Kajian Nilai Sambatan Dalam Kehidupan Sosial dan Kaitannya Dengan Keberlanjutan Masyarakat di Desa Meranti Jaya. *Sosio Ekonomika Bisnis Vol 16. (2)*.
- Pawane, F. S. (2016). Fungsi Pomabari (Gotong-Royong) Petani Kelapa Kopra di Desa Wasileo Kecamatan Maba Utara Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Holistik, Tahun X No.18*.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Sentana, A. (2008). *Key Result Area*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Siregar, F., & Sudrajat, D. (2017). *Enabling Space : Mapping Creative Hubs in Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance Indonesia Sustainability Centre.
- Surminah, I. (2013). Pola Kerjasama Lembaga Litbang dengan Pengguna dalam Manajemen Litbang. *Jurnal Bina Praja Volume 5 Nomor 2 Edisi Juni*, 104.
- Wijayanti, S. (2000). *Pola Setting Ruang Komunal Interaksi Sosial Mahasiswa*. Master Thesis, Universitas Diponegoro, Architecture, Semarang.