

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Persembahan	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Diagram	xiii
Abstraksi	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif di Indonesia	1
1.1.2 Kota Kreatif di Indonesia	4
1.1.3 Yogyakarta sebagai Kota Kreatif	6
1.2 Permasalahan	9
1.2.1 Permasalahan Umum	9
1.2.2 Permasalahan Khusus	9
1.3 Tujuan dan Sasaran Pembahasan	9
1.3.1 Tujuan	9
1.3.2 Sasaran	10
1.4 Ruang Lingkup Penulisan	10
1.5 Metode Penulisan	10
1.5.1 Pengumpulan Data	10
1.5.2 Analisis	11
1.5.3 Sintesis	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
1.7 Keaslian Penulisan	12

BAB II	
TINJAUAN UMUM	14
2.1 Kreativitas	14
2.1.1 Pengertian Kreativitas	14
2.1.2 Ekonomi Kreatif	16
2.1.3 Industri Kreatif	18
2.1.4 Ruang Kreatif	20
2.2 Kerajinan	20
2.2.1 Pengertian Kerajinan	21
2.2.2 Jenis-Jenis Kerajinan	23
2.2.3 Pelaku Kegiatan Kreatif Sub-Sektor Kerajinan	24
2.3 Tinjauan Fasilitas Kreatif Publik	25
2.3.1 <i>Makerspace</i>	25
2.3.1.1 Tinjauan Teori	25
2.3.1.2 Preseden <i>Makerspace</i>	28
2.3.2 <i>Coworking Space</i>	29
2.3.2.1 Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan	29
2.3.2.2 Industri Kreatif Digital	30
2.3.2.3 Preseden <i>Coworking Space</i>	31
2.3.3 Area Kreatif	33
2.3.3.1 Tinjauan Teori	33
2.3.3.2 Preseden Area Kreatif	33
2.3.4 Ruang Lokakarya	35
2.3.4.1 Tinjauan Teori	35
2.3.4.2 Preseden Ruang Lokakarya	36
2.3.5 Kafe	37
2.3.6 Creative Store	38
BAB III	
RUMUSAN TIPOLOGIS RUANG KREATIF PUBLIK	39
3.1 Ruang Kreatif Publik	39
3.1.1 Definisi Umum Ruang Kreatif Publik	39
3.1.2 Fungsi dan Tujuan Ruang Kreatif Publik	39

3.1.3 Kegiatan dalam Ruang Kreatif Publik	40
3.1.4 Target Pengguna Ruang Kreatif Publik	40
3.1.5 Potensi Pengelolaan Ruang Kreatif Publik	41
3.2 Fasilitas dan Estimasi Besaran Ruang Kreatif Publik	42
3.2.1 Fasilitas Utama dalam Ruang Kreatif Publik	42
3.2.2 Fasilitas Penunjang dalam Ruang Kreatif Publik	45
3.2.3 Fasilitas Servis dalam Ruang Kreatif Publik	45
3.2.4 Pengguna Ruang dan Fasilitas	46
3.2.5 Estimasi Besaran Kebutuhan Ruang	47
BAB IV	
TINJAUAN TAPAK	51
4.1 Konteks Lokasi dalam Perancangan	51
4.2 Pemilihan Lokasi	53
4.3 Pemilihan Tapak	53
4.3.1 Alternatif Tapak	53
4.3.2 Kriteria Pemilihan Tapak	58
4.3.3 Penilaian dan Pemilihan Tapak	59
4.4 Analisis Tapak	
4.4.1 Lokasi Tapak	60
4.4.2 Kondisi Tapak	61
4.4.3 Regulasi	62
BAB V	
GAGASAN TAHAPAN BERJENJANG DALAM PROSES KREATIF	64
5.1 Kreativitas Individual dan Kreativitas Kolektif	64
5.2 Kreativitas Kolektif Sosiokultural dalam Ruang Kreatif Publik	66
5.2.1 Tinjauan Teori	66
5.2.2 Pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Interaksi Menurut Jay L. Brand	68
5.2.3 Aplikasi dalam Arsitektur Menurut Jay L. Brand	69
5.3 Tahapan Berjenjang dalam Proses Kreatif	71
5.3.1 Tinjauan Teori Proses Kreatif Menurut Graham Wallas	71

5.3.2 Tinjauan Teori Proses Kreatif yang Tidak Disadari Menurut Tore Kristensen	73
5.3.3 Analisis Aspek Spasial dalam Proses Kreatif Menurut Tore Kristensen	75
5.3.4 Analisis Penerapan Proses Kreatif dalam Arsitektur Menurut Tore Kristensen	78
BAB VI	
KONSEP PERANCANGAN DAN PERENCANAAN	80
6.1 Konsep Makro	80
6.2 Konsep Meso	80
6.2.1 Tahapan Berjenjang Proses Kreatif dalam Ruang Kreatif Publik	80
6.2.2 Interaksi dan Kolaborasi Kreatif dalam Ruang Kreatif Publik	82
6.2.3 Tanggapan Ruang Kreatif Publik terhadap Tapak dan Lingkungan Sekitar	83
6.3 Konsep Mikro	84
6.3.1 Tahapan Berjenjang Proses Kreatif	84
6.3.1.1 Konsep Kombinasi <i>Makerspace – Coworking Space – Area Kreatif</i>	84
6.3.1.2 Konsep Organisasi Ruang	86
6.3.1.3 Konsep Zonasi	87
6.3.1.4 Konsep Sirkulasi dalam Bangunan	90
6.3.2 Interaksi dan Kolaborasi Kreatif	91
6.3.2.1 Konsep Konfigurasi Ruang	91
6.3.2.2 Konsep Hubungan Antar-Ruang	92
6.3.2.3 Konsep Fasilitas	94
6.3.3 Tanggapan Terhadap Tapak dan Lingkungan Sekitar	95
6.3.3.1 Konsep Bentuk dan Fasad	95
6.3.3.2 Konsep Perletakan Massa Bangunan	96
6.3.3.3 Konsep Pencapaian Bangunan	98
6.3.3.2 Konsep Sistem Bangunan	99
6.3.3.3 Konsep Material dan Vegetasi	100
6.4 Kesimpulan	101
DAFTAR PUSTAKA	102