

RUANG KREATIF DIGITAL

Cindy Valenci¹⁾, Tony Winata²⁾

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, cindyvalency@yahoo.co.id

²⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, tonywinata@ft.untar.ac.id

Abstrak

Generasi milenial termasuk generasi yang bisa berintegrasi dengan teknologi dari generasi sebelumnya. Hadirnya teknologi bagaikan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dengan generasi ini. Semasa hidup yang selalu terkoneksi dengan digital online maka generasi ini disebut juga *net generation* yang dapat terkoneksi dengan berbagai dunia. Secara perkembangan zaman, hadirnya teknologi dalam generasi milenial mempengaruhi mesin peralatan bengkel kerja dengan teknologi digital. Program yang terbentuk diharapkan dapat menjawab karakteristik generasi milenial dalam sektor teknologi digital dengan penyediaan bengkel kerja serta memberikan ruang edukasi dan pelatihan bagi start-up. Sistem ruang yang dirancang terdiri dari beberapa program yang digabungkan berdasarkan analisa kebutuhan generasi milenial serta berdasarkan analisa tipologi ruang kerja. Pemilihan lokasi dipilih berdasarkan beberapa kriteria; berdasarkan peletakkannya di pusat kota, dekat dengan banyaknya keberadaan generasi milenial, serta peletakkannya yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum. Desain yang dibuat akan memiliki konsep suatu hasil produk dari digital, sehingga menarik pengunjung. Sistem sewa yang diberlakukan dalam bangunan berdasarkan ruang-ruang berikut dengan fasilitas penunjangnya. Penempatan dan orientasi akan disesuaikan oleh hasil analisa tapak dan untuk menciptakan bangunan yang ramah lingkungan, lantai dasar dibuat setengah terbuka dan adanya penghijauan disekitar tapak.

Kata kunci: bengkel kerja; digital; millennial

Abstract

Millennial are considered as a generation that could integrate with technology better than previous generation. The presence of technology is something that can't be removed in this generation. They live a life which always have been connected with technology, and also entitled as net generation that has the ability to be connected with various worlds. With today's advancement, presence of technology in millennial generation affect workshop machinery with digital technology. The formed program is expected to be able to answer the characteristics of the millennial generation in the digital technology sector by providing workshops with education and training space for start-ups. The designed space system consists of several programs combined based on analysis of Millennial generation needs and workspace typology analysis. The choice of location is chosen based on several criteria; based on the location of the city center, close to many presences of the millennial, and located in where public transportation is easily accessible. The design created will have the concept of a digitally made product, so that it attracts visitors. The rental system is applied in buildings based on the following spaces with supporting facilities. Placement and orientation will be adjusted according to the results of the site analysis, and to create an environmentally friendly building, the ground floor building will be half open and greenery concept around the site.

Keywords: digital; millennial; workshop

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah terjadi sangat signifikan terlihat munculnya ekonomi kreatif dan digital yang berkembang. Sektor ini didorong oleh pertumbuhan *e-commerce* dan meluasnya penggunaan media social. Melalui internet, berbagai aktivitas dalam kehidupan mereka menjadi lebih mudah. Mereka inilah yang disebut sebagai generasi *milenial* atau generasi *digital native*.

Memasuki abad ke-21 perkembangan teknologi digital semakin kompetitif, hampir semua lini kehidupan telah disusupi oleh era digital tak terkecuali seni. Dengan kelebihan itu semua, keterbukaan lintas negara pun semakin deras. Tak heran jika akhir-akhir ini Asia Tenggara menjadi sorotan berkat perkembangan seni digitalnya yang kreatif dan inovatif.

Dalam perkembangannya seni-seni digital di Indonesia ternyata memiliki cukup banyak peminat, ditandai dengan munculnya komunitas yang menyukai karya-karya digital salah satunya IndoCGI (Indonesia Computer Graphics) yang beranggotakan lebih dari 2500 orang. Selain itu, pemerintah sendiri juga mulai menggerakkan naluri kreativitas generasi muda salah satunya melalui sebuah festival bernama Bandung International Digital Arts Festival atau BIDAFA.

Maraknya inovasi teknologi yang sangat pesat khususnya di era digital, saat ini kurang mendapat dukungan dari sumber daya manusia yang handal untuk menopang kemajuan teknologi tersebut. Karena itu, diperlukan sebuah wadah yang dapat memenuhi kriteria dan tuntutan penguasaan dari segi teknis maupun pengembangan kreatifitas karena untuk masuk ke industri ini memerlukan penguasaan yang baik dalam standar internasional disamping berperan sebagai sarana untuk mengapresiasi dan mempublikasikannya dalam bentuk industri kreatif.

2. KAJIAN LITERATUR

Dalam arsitektur, tipe, dan perilaku memiliki hubungan timbal balik yang saling memberi pengaruh dan perubahan bagi satu sama lain. Pada bagian ini, akan dijelaskan tentang tipe dan perilaku, disertakan dengan pengaruh perilaku terhadap tipe, dan begitu pula tipe terhadap perilaku. Perilaku merupakan cara seseorang atau sesuatu bertindak terhadap subjek atau objek disekitarnya. Perilaku dapat menjadi dasar dari sebuah hipotesis untuk memahami ketersinambungan antara manusia, alam dan lingkungan bangunan.¹ Bangunan sebagai elemen buatan manusia, memiliki perilaku yang dibuat sesuai keadaan manusia dan alam disekitarnya, yang dapat berupa perilaku sosial, budaya dan ekonomi dari sisi perilaku manusia, lalu iklim dan keadaan geografis dari sisi perilaku alam.

Tipe merupakan alat untuk mengatur dan memanipulasi perilaku manusia dan alam, yang pemahamannya berhubungan dengan logika relasi antara fungsi dan bentuk.² Ketika sebuah tipe diterapkan, akan ada rancangan, fungsi dan bentuk tertentu yang harus disampaikan perancang kepada pengguna, agar pengguna dapat memahami tujuan rancangan dari tipe tersebut. Sifat tipe dan perilaku yang kelihatan saling berkesinambungan dapat dilihat ketika seorang arsitek merancang bangunan dengan perilaku model elemen, ruang, konstruksi dan ornamen yang berbeda, tetapi tetap memiliki kesamaan tipe bangunan yang sesuai dengan keadaan iklim dan geografis. Seorang arsitek dapat mengendalikan perilaku manusia dengan rancangan bangunannya melalui pemahaman tentang bagaimana suatu desain dapat mempengaruhi perilaku manusia. Pemahaman tentang bagaimana lingkungan mempengaruhi keruangan atau sebaliknya dapat membantu arsitek dalam bekerja mengikuti jaman. Ketika seorang arsitek sudah mengidentifikasi perilaku manusia, alam dan bangunan, maka tipe dari suatu bangunan atau rancangan dapat dibentuk, yang dari situ dapat memanipulasi atau memodifikasi suasana hati dan persepsi individu.

Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan generasi yang banyak dipelajari saat ini dan untuk alasan yang baik, mereka akan membentuk masa depan dengan cara yang tidak dimiliki generasi lain di

¹ Tsukamoto, Y. , Kaijima, M., Behaviorology, (New York: Rizzoli. 2010), p.8.

² Rafael, M. "On Typology." , *Oppositions*, (1976): 23.

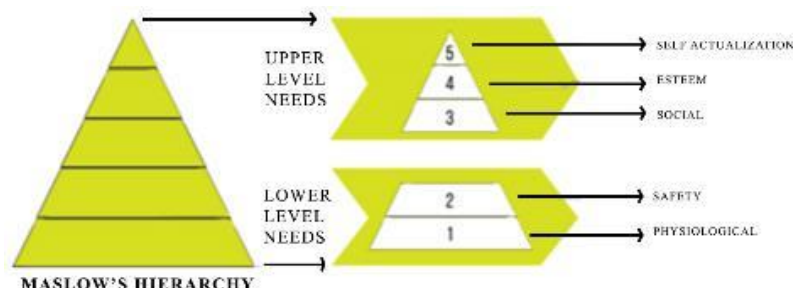
masa lalu.³ Generasi milenial saat ini menginginkan lingkungan yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi dan menghubungkan dengan kehidupan sosial mereka dengan lingkungan.

Semasa generasi terus berubah, karakteristik milenial yang terbentuk ditentukan oleh kejadian penting semasa hidupnya. Adanya evolusi dari generasi ke generasi mengakibatkan pilihan hidup mereka pun turut ikut berubah. Teknologi dan perihal sosial mempengaruhi perubahan yang lebih cepat dari generasi sebelumnya karena generasi millennial lebih cepat bergabung dalam suatu tren karena adanya internet.⁴

Millennial merupakan generasi yang paling pintar, dari remaja hingga masa kedewasaannya memiliki sifat percaya diri, mudah berekspresi, liberal, dan terbuka untuk perubahan. Banyak dari generasi milenial ini banyak melihat permasalahan-permasalahan yang terjadi sehingga berpikiran bahwa apa yang terjadi tidak bisa selalu bekerja dengan cara seperti itu, sehingga generasi ini lebih waspada. Salah satu kewaspadaan itu adalah permasalahan ekonomi yang terus menurun sehingga mempengaruhi cara hidup mereka. Permasalahan ekonomi disebabkan karena jumlah populasi millennial yang tinggi sehingga mengakibatkan adanya kompetisi dalam mencari pekerjaan dan yang sudah direncanakan banyak yang tidak terwujud.

Generasi milenial termasuk generasi yang bisa berintegrasi dengan teknologi dari generasi sebelumnya. Hadirnya teknologi bagaikan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dengan generasi ini. Semasa hidup yang selalu terkoneksi dengan digital online maka generasi ini juga disebut *net generation* yang dapat terkoneksi dengan berbagai dunia.⁵ Menurut Rebecca Hustley, dalam tulisannya tentang *a researcher of generations and gender studies*; "Generasi ini lahir dan dibesarkan di *Global Society* dimana konsumerisme dan kapitalisme sudah biasa dilakukan. Bagi millennial, teknologi merupakan teman mereka dan sesuatu kebutuhan yang lebih penting dari kemewahan".

Populasi yang ambisius dari generasi ini menginginkan pengalaman dan hubungan yang emosional, yang menganggap ini bentuk baru dari materialism (PRC,2010). Sifat yang dimiliki generasi ini mengutamakan *learn by doing* (melakukan sesuatu secara langsung). Menurut Howe & Strauss, Hal tersebut bisa terjadi karena secara bertahun-tahun aktifitas yang dilakukan dengan *cara teamwork* dan *collaboration* (2000). *Baby Boomers* atau generasi sebelumnya banyak melibatkan kita dalam aktifitas berkelompok sehingga mempengaruhi generasi milenial saat ini. Bagi generasi ini, kolaborasi adalah kuncinya; bekerja dalam tim bukanlah hal yang baru. Mereka adalah pekerja keras yang percaya pentingnya dukungan & kerja tim menjadi standar dalam dunia kerja. Kemampuan milenial dalam berkolaborasi dapat dilihat dari perasaan optimis saat diberi kepercayaan diri dari orang lain.



Gambar 1. Hirarki Kebutuhan Milenial oleh Maslow
Sumber: Timmermaan, 2015

³ Jones, G. (1995). Leaving home. Buckingham [England: Open University Press.]

⁴ Arnett, J. J. (2004). Emerging adulthood: the winding road from the late teens through the twenties. New York: Oxford University Press.

⁵ Howe, N., & Strauss, W. (2000). Millennials rising: the next great generation /by Neil Howe and Bill Strauss ; cartoons by R.J. Matson.. New York: Vintage Books.

Pada Gambar 1. Kebutuhan yang paling bawah adalah kebutuhan fisiologis. Dimana hal-hal dasar yang menjadikan hidup sebagai manusia, sehingga jika tidak dipenuhi manusia tidak bisa berfungsi. Awalnya kita berfikir kebutuhan ini merupakan yang terlihat paling penting akan tetapi dapat diakali dengan suatu cara. Kebutuhan ini contohnya seperti air, udara, makanan, rumah, dan sebagainya. Dalam Dunia arsitektur hal ini contohnya seperti keunikan dan estetika yang tidak lagi menjadi hal utama oleh generasi milenial.

Kebutuhan kedua dari terbawah adalah rasa aman seperti keamanan diri sendiri, keamanan finansial, dan juga kesehatan. Kebutuhan ketiga adalah kebutuhan sosial atau juga kebutuhan pribadi. Dimana kita merasa cocok dan dibutuhkan dalam hal ini. Kebutuhan keempat adalah *self esteem* atau kepercayaan diri; hal-hal dimana kita sebagai manusia dihormati, mendapatkan penghargaan, dan mendapatkan rasa hormat dari orang lain. Biasanya ini menggambarkan keinginan suatu manusia diterima dan dinilai dari orang lain.

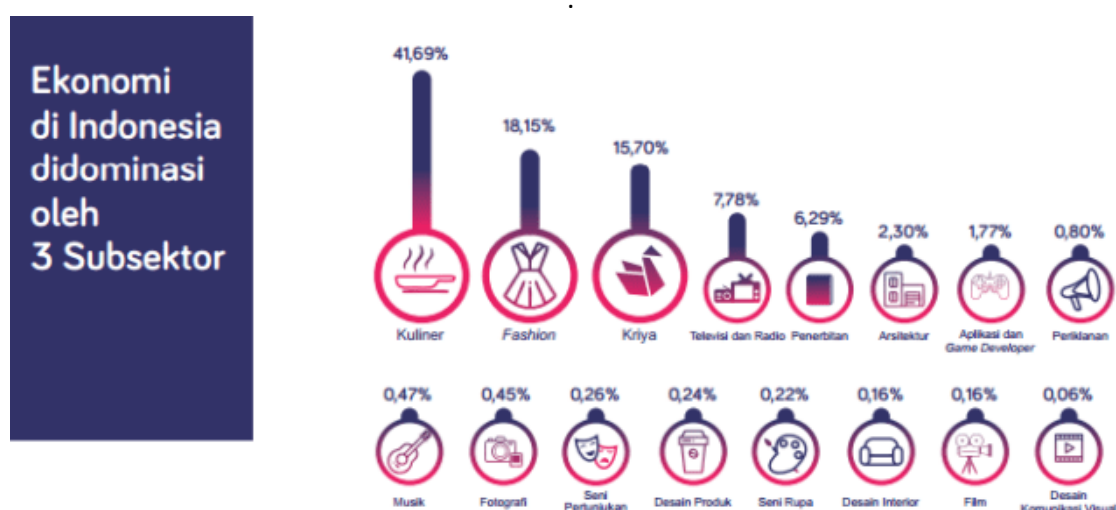
Level tertinggi dari kebutuhan manusia adalah Jati diri. Saat semua sudah terpenuhi, kita dapat menemukan jati diri dan potensi yang hadir. Mengapa hal ini diletakkan paling tertinggi, karena dapat membuktikan sebagai mana kualitas tertinggi manusia.

Definisi Industri Kreatif

Industri kreatif adalah salah satu sektor yang memberikan kontribusi cukup tinggi bagi perekonomian nasional. Ia berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada sumber daya alam. Dalam industri kreatif, sumber daya manusia adalah kekuatan utama. Hal ini karena produk-produk yang dihasilkan dari sektor ini berasal dari ide-ide kreatif hasil pemikiran manusia. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) telah menetapkan 16 subsektor yang didukung dalam industri kreatif, di antaranya yaitu aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi, dan radio.

Unggulan Perekonomian Kreatif

Data statistik ekonomi kreatif Indonesia pada Gambar-2 menyebutkan bahwa sejak 2010 hingga 2015, besaran PDB ekonomi kreatif mengalami kenaikan rata-rata 10,14% setiap tahunnya, yaitu dari Rp 525.96 triliun menjadi Rp 852.24 triliun. Nilai ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional berkisar 7,38% sampai 7,66%, yang didominasi oleh tiga subsektor, yaitu kuliner dengan 41,69%, fesyen 18,15%, dan kriya 15,70%.



Gambar 2. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Berdasarkan 16 Subsektor pada 2016

Sumber: www.berkaf.go.id

Subsektor dalam bidang digital seperti desain komunikasi visual, film, desain produk, fotografi, dan aplikasi *game developer* masih dalam urutan dibawah rata-rata dalam memberikan sumbangan perekonomian nasional. Hal ini dipungkiri kurangnya minat dan bakat kreator muda dalam bidang yang menyangkut bidang digital kreatif.

Definisi Digital

Merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka bilangan biner. Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Menurut Austin Museum of Digital Art, seni digital merupakan seni yang menggunakan teknologi digital dengan cara salah satu dari tiga cara di bawah ini yaitu;

- Sebagai Produksi
Merupakan karya seni yang memiliki bentuk akhir dalam digital dan dipertunjukan melalui media komputer. Selain bentuk digital, Benda yang dipertunjukkan tidak harus memiliki sifat 3 dimensi atau animasi. Sebagai contoh adanya fotografi digital sebagai editing yang masuk dalam seni digital ini.
- Sebagai Proses
Merupakan karya seni yang dibuat menggunakan teknologi digital dalam proses penciptaannya menggunakan bantuan dari perangkat lunak komputer. Sebagai contoh, animasi rekaan komputer (*computer generated animation*), musik yang merupakan hasil dari berbagai suara yang digabungkan dengan menggunakan komputer, patung yang didesain dengan menggunakan komputer, dll. Karya seni ini dapat dipertunjukkan melalui media tradisional (film, tape audio, DVD output dll).
- Sebagai Objek
Merupakan karya seni yang membahas mengenai teknologi digital. Sebagai contoh, sebuah lukisan yang menggambarkan seseorang menggunakan baju robot, sebuah lagu mengenai editing dari teknologi digital, dll.⁶

Sedangkan pengertian dari sumber lain mengatakan bahwa seni digital merupakan seni yang dihasilkan atau diciptakan melalui media komputer dalam bentuk digital. Seni digital dapat seutuhnya dihasilkan dari komputer (*Computer Generated*) atau dapat pula dihasilkan dari sumber lain seperti gambar atau foto hasil scan atau gambar berbasis vektor dengan menggunakan *software* komputer. Namun, istilah seni digital dalam hal ini tidak dapat dikaitkan dengan kemampuan yang di dalam komputer saja.

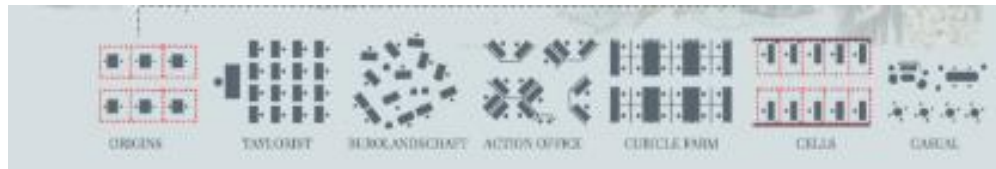
3. METODE

Proyek Ruang Kreatif Digital merupakan suatu program baru yang di dalamnya mengembangkan 3 jenis kegiatan yaitu sebagai sarana Pendidikan informal /pelatihan, industri (*workshop*), dan bekerja (*working space*), kedua jenis kegiatan ini dimaksudkan untuk saling mendukung agar peserta pelatihan diberikan bekal ilmu sesuai dengan permintaan pasar dan mengembangkan sendiri setelahnya secara individu atau berkelompok dan ruang kerja sewa.

Program yang ditujukan untuk generasi milenial saat ini ditujukan untuk mewadahi pengembangan kreatifitas dini para *start-up*. Hal ini juga harus memperhatikan apa saja yang dibutuhkan oleh generasi saat ini. Salah satunya tidak lepas dari penyediaan ruang kerja. Ruang kerja ini dirancang berdasarkan bagaimana bentuk-bentuk efektif cara berkeja dari tahun ke tahun dan bagaimana cara berkerja dan perilaku milenial terhadap ruang.

⁶ Art Gallery of the Future (2011), "The Art Gallery of the Future, and Why We Must Digitize Art,

"<http://reflectionsandcontemplations.wordpress.com/2011/02/06/why-art-must-be-digitized/>."



Gambar 3. Tipologi Ruang Kerja

Sumber: Penulis, 2019

Bentuk cara bekerja sebelum tahun 1900 dapat dilihat pada Gambar 3 terlihat bentuk cara bekerja terjadi pemisahan antar ruang. Hingga kemudian terjadi bentukan menyebar pada Bureaulandschaft di sekitar tahun 1961, akan tetapi ruang kerja masih dikelompokkan. Hingga tahun ke tahun bentukan ruang kerja yang menggunakan sekat-sekat dan pemisahan mulai berkurang. Kini cara bekerja mulai terbuka dengan sekitarnya. Hal ini memungkinkan menyesuaikan perilaku generasi dari sebelumnya hingga sekarang yang sifatnya lebih mudah terbuka dan menyukai kegiatan berkelompok.



Gambar 4. Strategi Desain

Sumber: Penulis, 2019

Gambar 4 menjelaskan strategi desain sesuai dengan cara berkerja milenial, yaitu sebagai berikut :


- a. *Agglomerasi*
Cara bekerja tidak terpisah satu sama lain dan bahkan tidak terlalu individualitas agar memahami seluruh proses dan tidak rasa terasing. Pada perancangan ruang menghindari dinding massif agar masih ada keterkaitan satu sama lainnya.
- b. *Mix of Jobs*
Antar Ruang yang terbentuk tidak terlalu tertutup agar tidak terisolasi dari yang lain
- c. *Self governed workplace*
Setiap pekerjaan diatur dalam diri sendiri agar tidak mengganggu pekerjaan orang lain. Ruang yang terbentuk melewati beberapa tahap. Yang pertama merupakan ruang pertemuan, kedua ruang bekerja berkelompok, dan ketiga adalah ruang kerja untuk individu.
- d. *Network of Learning*
Individu kreatif dan aktif hanya dapat tumbuh dalam masyarakat yang menekankan pembelajaran sebagai gantinya mengajar. Hasil yang dicapai oleh suatu kelompok tidak hanya dapat dinikmati kelompok itu sendiri, akan tetapi di integrasikan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.
- e. *Common Land*
Memungkinkan pekerja nyaman saat diluar Gedung sebagai aktifitas istirahat pekerja. Selain itu, memungkinkan terjadi suatu interaksi dengan kelompok lainnya

Kriteria Tapak

Kriteria tapak harus lokasi yang cocok untuk bangunan dan memberikan solusi optimal yang berhubungan dengan masalah. Berikut adalah kriteria tapak yang sesuai dengan usulan program ;

- Berada di pusat kota
- Terletak di area permukiman
- Terletak pada lahan dengan peruntukkan lahan dengan jumlah lantai 2-6 lantai
- Banyak aktivitas pendukung dimana milenial itu berada
- Terletak pada lokasi yang memiliki jumlah angka Pendidikan menengah tinggi

Gambar 5 menjelaskan kawasan terpilih yang sesuai dengan kriteria tapak:



Jl. Kebon Kacang raya		Jl. Regensi Kebon Jeruk		Jl. BSD Raya Serpong	
Dekat dengan perumahan	★★	Dekat dengan perumahan	★★★★	Dekat dengan perumahan	★★★★
Kepadatan area rendah	★	Kepadatan area rendah	★★★★	Kepadatan area rendah	★★★★
Terletak pada area ketinggian bangunan 2-6 lt	★★★★	Terletak pada area ketinggian bangunan 2-6 lt	★★★★	Terletak pada area ketinggian bangunan 2-6 lt	★★★★
Akses antar jalur Utama memadai	★★	Akses antar jalur Utama memadai	★	Akses antar jalur Utama memadai	★★★★
Mudah dicapai dengan kendaraan umum	★★★★	Mudah dicapai dengan kendaraan umum	★	Mudah dicapai dengan kendaraan umum	★★
Banyak keberadaan millenial	★★	Banyak keberadaan millenial	★★	Banyak keberadaan millenial	★★★★

Gambar 5. Proses Pemilihan Tapak

Sumber: Penulis, 2019

4. DISKUSI DAN HASIL

Sistem ruang yang dirancang terdiri dari beberapa program yang digabungkan berdasarkan Analisa kebutuhan generasi milenial. Program yang diusulkan yaitu; *working space*, *makerspace*, dan *leisure*. Program yang terbentuk diharapkan dapat menjawab karakteristik generasi milenial saat ini.

Makerspace yang diusulkan sebagai tempat *workshop* berbasis teknologi. Ruang *Makerspace* dibuat terbuka antara satu ruang dengan ruang lainnya. Peletakan Ruang *makerspace* tiap lantai dibedakan berdasarkan kebutuhan dan program aktifitas. *Makerspace* dapat digunakan secara individu, berkelompok, maupun sebagai sistem pembelajaran menambah wawasan pengguna dengan pengajar.

Setelah itu, *working space* yang diusulkan sebagai tempat kerja yang hanya berbasis digital tanpa mesin. Sistem *working space* ini mempunyai sistem sewa. *Working space* didalamnya dibedakan menjadi 3 jenis ruang seperti *open working space*, ruang tertutup untuk berkelompok dan individu. Selain itu, *working space* terdapat ruang penunjang untuk beristirahat seperti *café* dan ruang bermain.

Pemilihan lokasi dipilih berdasarkan beberapa kriteria, pertama peletakkannya berada di pusat kota, agar mudah dijangkau oleh pengguna. Kedua, dekat dengan banyaknya generasi millennial berada seperti di mall, *sport hall*, dan universitas. Ketiga, peletakkannya mudah dijangkau dengan kendaraan umum.

Desain yang dibuat akan memiliki konsep suatu hasil produk dari digital, sehingga menarik pengunjung. Sistem sewa yang diberlakukan dalam bangunan berdasarkan ruang-ruang berikut dengan fasilitas penunjangnya. Penempatan dan orientasi akan disesuaikan oleh hasil Analisa tapak, dan untuk menciptakan bangunan yang ramah bangunan lantai dasar dibuat setengah terbuka dan penghijauan disekitar tapak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan teori yang dikaji, perilaku dapat menjadi dasar untuk memahami keterlibatan antara manusia, alam, dan lingkungan bangunan. Berikut prinsip desain arsitektur perilaku yang dapat diterapkan pada bangunan, yaitu memperhatikan kondisi dan perilaku pengguna, adanya keterlibatan antara pengguna dan lingkungan, mewadahi aktivitas penghuni dengan nyaman dan menyenangkan, dan memenuhi nilai estetika, komposisi, dan estetika bentuk. Hal tersebut dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana suatu desain dapat mempengaruhi perilaku manusia.

Disimpulkan bahwa proyek *Digital Creative Space* atau ruang kreatif digital ini mampu menjawab persoalan atau isu mengenai kurangnya wadah untuk mengembangkan kreatifitas serta cara kerja yang tidak sesuai dengan generasi saat ini. Proyek ini diharapkan berperan sebagai wadah bagi pekerja-pekerja generasi milenial yang memiliki beberapa program digital sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Proyek yang dirancang ini memiliki potensi menambah lapangan pekerjaan dari wadah yang disediakan bagi *start-up*.

Dalam merancang proyek ini yang menjadi aktifitas utama berupa *makerspace*. *Makerspace* sendiri merupakan aktifitas utama yang didalamnya terdapat *working space* dan *fab lab*. Laboratorium *makerspace* berbasis teknologi digital seperti ruang digital yang kini mulai dikembangkan digenerasi milenial ini.

Pemilihan lokasi berada di pusat kota sesuai dengan karakteristik milenial yang lebih tertarik hidup dalam pusat perkotaan daripada pinggiran perkotaan karena pusat perkotaan banyak menyediakan banyak kesempatan dalam mencari pekerjaan, berinteraksi dengan orang-orang baru, serta dapat menikmati hiburan.

Saran

Diharapkan nantinya proyek ini bisa menjadi acuan untuk membangun kreatifitas para *start-up* (generasi milenial) dengan menggunakan kriteria, tipe, dan perilaku sehingga mampu bersaing nantinya di dunia kerja dengan pembekalan sejak dini. Dalam jangka pendek dapat dikembangkan di tempat – tempat lain yang belum berkembang sehingga pemahaman mengenai kreatif digital dapat terserbar. Selain itu, dalam jangka panjang diharapkan kedepannya perlu studi lebih lanjut mengenai karakteristik mereka lebih dalam dari cara hidup mereka hingga kedepannya, karena sifat generasi milenial bisa saja mengalami perubahan dari tahun ke tahun.

REFERENSI

- Adiibah, N. S. (2017, 5 22). *kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/soprema-ugm1494294022902/inilah-tiga-subsektor-industri-kreatif-yang-menjadi-unggulan-perekonomian-kreatif>
- Arnett, J. J. (2004). *Emerging adulthood: the winding road from the late teens through the twenties*. New York: Oxford University Press.
- Art Gallery of the Future (2011), "The Art Gallery of the Future, and Why We Must Digitize Art," <http://reflectionsandcontemplations.wordpress.com/2011/02/06/why-art-must-be-digitized/>.
- Azzam, I. R. (2016, 10 19). *workshop adalah*. Retrieved from [fablabbandung: https://www.fablabbandung.org/workshop-adalah/](https://www.fablabbandung.org/workshop-adalah/)
- Bandini, M. (2010). Typology as a Form of Convention. *AA Files*, 3(2), 45.
- Burke, J. (2014). *Makerspaces: A Practical Guide for Librarians*. United Kingdom: Rowman & Littlefield.
- Colegrove, Tod,(2013) "Editorial Board Thoughts: Libraries as Makerspace?" dalam *Information Technology And Libraries*, hlm.13

- Gershenfeld, N. (2005). *Fab: The Coming Revolution on Your Desktop. From Personal Computers to Personal Fabrication*. Cambridge: Basic Books
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: the next great generation* /by Neil Howe and Bill Strauss ; cartoons by R.J. Matson.. New York: Vintage Books.
- Jones, G. (1995). *Leaving home*. Buckingham [England: Open University Press.]
- Kumparan. (n.d.). *Inilah Tiga Subsektor Industri Kreatif Yang Menjadi Unggulan Perekonomian Kreatif*. Retrieved from Kumparan.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2d ed.). New York: Harper & Row.
- Moneo, R. (1976). *On Typology.Oppositions*. p23.
- Pisarski, A. (2014) "Finding a place for tween; Makerspace and Libraries", dimuat dalam Jurnal Fall: Children and Libraries
- Syafwandi, Waluyo, H. & Muttaqin, Z. (1996). *National Integration: A Cultural Approach*. Ministry of Education and Culture, Jakarta. (BETAWI STYLE BUILDING)
- Timmerman, K. (2015). *Understanding the Needs of the Millennial Generation in Their Living Environment*. *Millennials and Home*, 178.
- Tsukamoto, Y., & Kaijima, M. (2010). *Behaviorology*. New York: Rizzoli.

