

BAB I

PENDAHULUAN

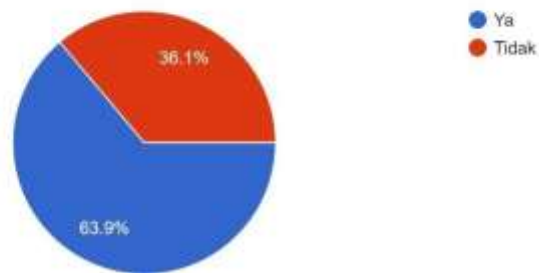
1.1 Latar Belakang

Pada era ini, pemuda pemudi Indonesia banyak memiliki ide ide *creative*. Selain ide ide yang luar biasa, para pemuda ini juga berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi negara. Maka dari itu hal ini di sebut dengan industri *creative*, dimana industri ini berasal dari pemanfaatan *creativity* dan kreasi individu ataupun kelompok yang akhirnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta kesejahteraan. Mengetahui hal ini tentunya dapat di simpulkan bahwa industri *creative* adalah industri yang akan terus berkembang mengikuti *creativity* manusia. Bahkan presiden Jokowi juga pernah menyebut bahwa industri *creative* adalah industri masa depan yang berperan besar dalam membangun ekonomi nasional. Terlebih karena industri tersebut menjadi sektor yang tidak terbatas, karena di dasari imajinasi dan kreatifitas (Millennial, 2020). Saat ini iklim *Global Warming* dan perubahan iklim adalah isu dunia yang sedang populer. Menurut Frick dan Suskiyatno, “Fenomena pemanasan global adalah naiknya suhu permukaan bumi karena meningkatnya efek rumah kaca” (2007: 56) (Kurniati et al., 2014).

Maka dari itu, *creative compound* hadir sebagai wadah bagi para industri *creative* untuk lebih berkembang dan di kenal oleh masyarakat. Di *creative compound* akan berkumpul berbagai macam industri *creative* yang tentunya bertujuan mendukung satu sama lain. Di *creative compound* ini para *start-up* bisa bekerja sekaligus bertemu dengan konsumennya secara langsung. Menurut Widigdo dalam jurnal Pendekatan Ekologi pada Rancangan Arsitektur sebagai Upaya Mengurangi Pemanasan Global bahwa rancangan bangunan secara arsitektur sangat perlu keselarasan dengan alam karena secara global bangunan diperkirakan menggunakan 50% sumber daya alam, 40% energi dan 16% air, mengeluarkan emisi CO₂ sebanyak 45% (C & Canadarma, 2013). Rancangan artisektur juga mengubah tatanan alam menjadi tatanan buatan manusia dengan sistem dan siklus rancangan manusia yang tidak akan pernah identik dengan sistem dan siklus alam.

Apakah anda pernah mendengar tentang Kumulo Creative Compound Space ?

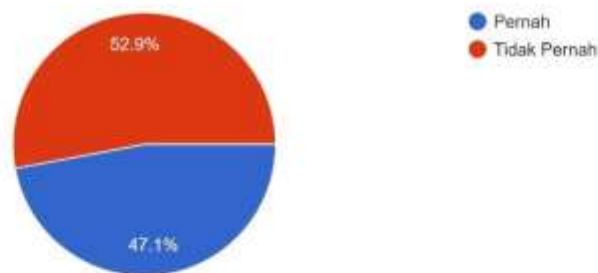
36 responses



Gambar 1. 1 Persentase Jumlah Orang Yang Pernah Mendengar Kumulo *Creative Compound Space*

Apabila iya, apakah anda pernah berkunjung ke Kumulo Creative Compound Space ?

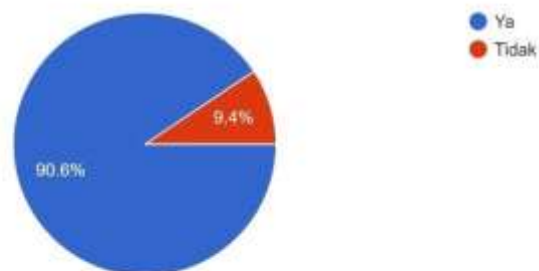
34 responses



Gambar 1. 2 Persentase Jumlah Orang Yang Pernah Berkunjung Ke Kumulo *Creative Compound Space*

Apabila tidak pernah, apakah anda akan tertarik untuk berkunjung kesana ?

32 responses



Gambar 1. 3 Persentase Jumlah Orang Yang Tertarik Berkunjung Ke Kumulo *Creative Compound Space*

Oleh karena itu perancangan *creative space* dengan pendekatan ekologis diharapkan memberi kontribusi yang berarti bagi perlindungan alam dan sumber daya di dalamnya sehingga tercipta iklim mikro kreatif dan iklim makro alam yang seimbang dan selaras, sekaligus mengakomodasi kebutuhan *creative space* untuk menciptakan banyak ruang terbuka.

Pada penyusunan *storytelling* ini, Kumulo *Creative Compound Space* di pilih karena ingin menonjolkan konsep dari *Green Eco Space*. Pada dasarnya Kumulo *Creative Compound Space* yang telah dikunjungi berada di atas lahan seluas 4100meter yang berlokasi di dalam The Breeze, BSD City, Jalan BSD *Grand Boulevard*, Sampora, Tangerang, Banten. Tempat ini menjadi wadah yang mendukung perkembangan pelaku ekonomi *creative*, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dan juga *start-up*. Kumulo *Creative Compound Space* juga di bangun dengan tujuan sebagai tempat industri menengah atau kecil untuk mengembangkan produk produk *creative local*. Kumulo *Creative Compound* BSD ada sekitar 25 *micro shop* dengan aneka bisnis. Mulai dari makanan dan minuman, *home décor*, *fashion*, kecantikan, *lifestyle* hingga kesehatan yang mendukung *local brand*, bukan hanya sebagai tempat nongkrong atau wadah bagi komunitas kreatif, Kumulo *Creative Compound Space* BSD juga menjadi tempat yang ramah untuk melakukan *hobby* seperti bersepeda, bermain *scooter*, atau sekedar membawa hewan peliharaan jalan jalan, dan juga tempat ini memiliki fondasi yang sangat *Instagrammable*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik beberapa perumusan masalah yang telah di bahas.

Berikut merupakan beberapa pertanyaan terkait permasalahan yang telah di bahas dalam makalah ini:

1. Bagaimana cara mempertahankan konsep *Eco Green* di Kumulo *Creative Compound Space*?
2. Bagaimana cara memperkenalkan Kumulo *Creative Compound Space* kepada masyarakat?
3. Apa saja 3A (Atraksi, Akses dan Amenitas) yang terdapat di Kumulo?

1.3 Tujuan *Storytelling*

Penulisan penyusunan *storytelling* ini ditujukan untuk mengetahui dan memperkenalkan tempat *Kumulo Creative Compound Space* yang ada di kawasan The Breeze BSD Tangerang. Penyusunan *storytelling* ini didasarkan oleh observasi langsung ke lapangan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan tempat penjualan sebenarnya di daerah BSD Tangerang. Adapun tujuan dari penulisan *storytelling*, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara mempertahankan konsep *Eco Green* di tempat *Kumulo Creative Compound Space*
2. Untuk memperkenalkan *Kumulo Creative Compound Space* yang di berada di The Breeze BSD City.
3. Untuk mengetahui 3A (Atraksi, Akses dan Amenitas) yang terdapat di *Kumulo*

1.4 Target Audiens

Target dari penyusunan *storytelling* ini adalah para masyarakat yang tinggal di daerah mana pun yang minat berjalan jalan di tempat *outdoor* sehingga membutuhkan suasana baru yang tenang untuk *me-refresh* otak mereka, Target masyarakat yang di fokuskan ada pada usia 16 - 35 tahun. Namun menurut tempat *Creative Compound* ini juga sangat cocok untuk para pasangan yang ingin menghabiskan waktu berdua karena tempat ini termasuk yang nyaman dan dapat memberikan ide untuk inspirasi.