

PERENCANAAN INTERIOR INDONESIAN CREATIVE CHARACTER CENTER DI BANDUNG

¹Fiqy Fauzi, ²Indarto

¹Program Studi S-1 Desain Interior
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta
Email: fiqyftwo@gmail.com
²Program Studi S-1 Desain Interior
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta
Email: indarto@isi-ska.ac.id

ABSTRACT

Creative character design is a form of illustration that comes with the concept of human. The number of media applications has the potential to generate a character design, introduce and promote the original character of Indonesia to the wider community. Indonesian Interior Planning Creative Character Center in Bandung will serve as a center of creative character development of Indonesia with a touch of local culture. Themes plan that will be raised is the superhero Garuda-man. A sense of nationalism in the characters Garudaman the main reason for the selection of the theme. Garudaman superhero theme will be integrated with the postmodern interior style.

Keywords: *Creative character, Interior, Garudaman, Postmodern*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang berkarakter dengan berbagai macam tradisi, budaya serta Pancasila sebagai ideologi bangsa. Bagi bangsa Indonesia, karakter itu bertumpu pada Pancasila sebagai dasar kelima sila. Karakter bangsa juga dapat ditumbuhkan melalui proses internalisasi dalam budaya di masyarakat misalnya melalui keteladanan tokoh, cerita-cerita kearifan lokal, dan melalui media komunikasi.

Media komunikasi merupakan media yang dipergunakan dalam proses komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Beberapa media komunikasi yang dapat menyampaikan ilmu pengetahuan secara cepat dan menghibur antara lain komik dan animasi. Bersama film dan *game*, komik dan animasi sering dike-

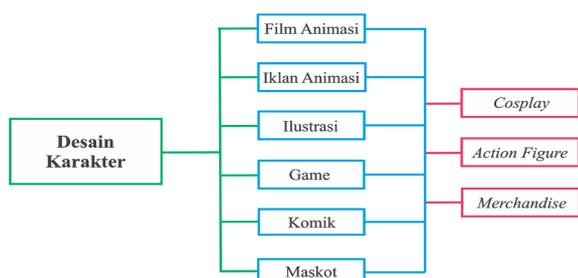
mas sebagai satu paket yang menjual desain karakter dalam berbagai produk turunannya. Desain karakter adalah bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep manusia dengan segala atributnya.¹Desain karakter di Indonesia kebanyakan masih identik dengan pengaruh gaya Jepang ataupun Barat. Minimnya perhatian terhadap desain karakter Indonesia dipengaruhi oleh produk impor yang memberi pengaruh luar biasa tinggi terhadap masyarakat maupun kreator di Indonesia.

Upaya dalam membangkitkan dan mengembangkan karakter Indonesia yaitu dengan banyak diselenggarakannya lomba desain karakter. Salah satu lomba yang mengangkat budaya lokal adalah lomba yang diadakan oleh

1 Rangga Pratama W. 2011. *Character Design*. (Online), (<https://ranggawahyudiarta.wordpress.com/2011/01/05/materi-character-design/>), diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB).

Faber Castell International Indonesia pada tahun 2012. Lomba tersebut mengusung tema *Your Fantasy Of Indonesian Heroes* di sebelas kota besar di Indonesia.²

Desain karakter bisa lahir dari berbagai konsep dan tujuan serta media apa yang digunakan untuk menghidupkannya. Berikut adalah beberapa ranah aplikasi dari desain karakter :



Skema Aplikasi Dari Desain Karakter

Banyaknya media aplikasi desain karakter berpotensi untuk membangkitkan, memperkenalkan dan mempromosikan karakter-karakter asli Indonesia ke pada masyarakat luas baik dalam maupun luar negeri.

Aplikasi dari desain karakter masing-masing memiliki hubungan yang signifikan. Misalnya saja terdapat banyak animasi yang dimulai dari sebuah komik, setelah itu karakter-karakter yang ada dalam komik, animasi maupun *game* di buat sebuah *action figure*, *merchandise* atau di aplikasikan dalam bentuk *cosplay*. Pada ajang *HelloFest* yaitu *event pop culture* terbesar di Indonesia yang dilaksanakan sejak tahun 2004, melibatkan banyak jenis aplikasi karakter. Walaupun bertajuk animasi akan tetapi acara tersebut juga mengadakan rilis komik lokal, kompetisi *cosplay*, penyewaan

booth untuk penjualan *merchandise*, *action figure*, mainan, promosi *video game* serta kegiatan kreatif lainnya.

Event-event serupa dan berskala nasional juga sudah banyak dilaksanakan, diantaranya *Jakarta Comic – Con*, Festival Komik dan Animasi Nasional, *Indonesia Game Show*, dan *Indonesia Cosplay Grand Prix* (ICGP). Selain *event* nasional terdapat juga *event* skala Internasional yang di laksanakan di Indonesia seperti *Anime Festival Asia Indonesia* (AFA id), dan *Pop Con Asia* atau *Pop Culture Convention in Asia*. Data peningkatan pecinta *pop culture* diambil dari *event Anime Festival Asia Indonesia* (AFA id) dari tahun 2012 sampai 2015. Secara berurutan jumlah peserta *event* AFA id yaitu 40.000 peserta, 53.000 peserta, 55.000 peserta, dan 60.558 peserta untuk tahun 2015.³

Keramaian pada *event-event pop culture* salah satunya tidak lepas dari adanya *cosplay* yang turut memeriahkan suasana *event*. Menurut sebuah buku yang berjudul *Cosplay Naze Nihonjin wa Seifuku ga suki na no ka* karya Fukiko Mitamura *cosplay* diartikan sebagai seseorang yang dapat dengan mudah menjadi suatu tokoh dan dapat dengan cepat menjadi apa yang diinginkan oleh dirinya.⁴ *Cosplay* merupakan jenis seni pertunjukan yang mencakup banyak hal seperti *fashion design*, *craft*, *make up*, *film*, *acting*, *photography*, *music* serta *photo editing*.⁵

Pengenalan karakter dalam bentuk *cosplay* akan lebih memiliki daya tarik tersendiri karena masyarakat dapat melihat secara nyata tokoh – tokoh yang ada pada dunia fiksi. Selain menarik dan menyenangkan secara tidak

2 Nanjung. 2012. *Lomba Desain Karakter “Your Fantasy Of Indonesian Heroes”*, (Online), (<http://koloni-fanartist.deviantart.com/journal/LOMBA-DESAIN-KARAKTER-321841705>, diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB).

3 <http://www.animefestival.asia/>, diakses 09 Maret 2016, 16:31 WIB)

4 Aji. 2011. *Apa sih COSPLAY itu?*, (Online), (<http://jayapoken.blogspot.co.id/2011/10/apa-sih-cosplay-itu.html> diakses 9 April 2016, 20:46 WIB).

5 Hasil wawancara Diyah Ayu W, 21 tahun, Jakarta, *cosplayer* dari komunitas HIKACOSIN (Himpunan Kameko dan Cosplayer Indonesia), 9 April 2015.

langsung mereka juga akan belajar mengenai karakter – karakter asli Indonesia. Berawal dari banyaknya *cosplay event* di Indonesia, para kreator mulai membuat sebuah desain karakter kreatif yang langsung diaplikasikan dalam bentuk kostum. Karakter kreatif dalam hal ini diartikan sebagai kegiatan untuk menciptakan suatu karakter yang baru dan relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Pada tanggal 2 November 2014 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemprov DKI Jakarta menggelar *Jakarta Cosplay Parade (JCP)* di area Monas dengan tema *Rising of Indonesian Legend*. Parade tersebut digelar untuk mempromosikan Jakarta sebagai kota yang mendukung budaya pop kreatif atau budaya populer yang mengandung kreativitas serta untuk memperkenalkan *superhero* Indonesia.⁶

Perencanaan *Indonesian Creative Character Center (ICCC)* yang dilengkapi dengan fasilitas – fasilitas yang mendukung, akan dijadikan sebagai pusat pengembangan karakter kreatif Indonesia dengan sentuhan budaya lokal serta tempat berkumpulnya para komunitas pecinta karakter. ICCC yang termasuk ke dalam kategori rekreasi dan hiburan menyediakan fasilitas utama dengan beberapa fungsi yaitu fungsi edukasi, informasi, apresiasi, dan komersil.

Perencanaan ICCC akan diletakkan di kota yang memiliki potensi lebih dalam bidang industri kreatif. Kota yang dipilih yaitu kota Bandung tepatnya di wilayah Bandung Timur yaitu kawasan Gedebage. Pelatakan ICCC di kawasan Bandung Timur Sub Wilayah Kota (SWK) Gedebage mengacu pada peraturan daerah kota Bandung nomor 18 tahun 2011-2031 tentang tata ruang wilayah kota Bandung. Perencanaan Interior ICCC di Bandung men-

6 Figaro Leonhart. 2014. *Jakarta Cosplay Parade Bangkitnya Karakter Nusantara*, (Online), (<http://cosplay-jakarta.com/jakarta-cosplay-parade-bangkitnya-karakter-nusantara/>, 1 Juni 2015, 02:38 WIB).

gambil konsep *superhero* Indonesia. Konsep tersebut diambil untuk memperkuat karakter Indonesia dan menunjukkan bahwa *superhero* Indonesia tidak kalah hebat dengan karakter-karakter dari Jepang maupun Barat. Konsep ini bertujuan untuk membangkitkan kembali karakter *superhero* Indonesia sehingga masyarakat lebih menghargai akan karya bangsa sendiri. *Superhero* asli Indonesia yang akan diangkat menjadi tema yaitu *superhero* Garuda-man karya Nawa Rie Eda pada tahun 2012.

Garudaman merupakan tokoh *superhero* dari film produksi Jogja Tokusatsu atau JTOKU dengan memadukan budaya lokal yang dikemas secara kekinian. Tokoh Garuda-man sekaligus menjadi sebuah penghormatan anak bangsa pada peringatan hari Pancasila. Tema *superhero* Garuda-man akan dipadukan dengan gaya interior *postmodern*. Gaya *postmodern* sendiri merupakan percampuran antara tradisional dengan non-tradisional, gabungan setengah *modern* dengan setengah *nonmodern*, perpaduan antara lama dan baru. *Postmodern* mempunyai *style* yang *hybrid* atau perpaduan dua unsur dan bermuka ganda atau sering disebut sebagai *double coding*.⁷ Gaya interior *postmodern* yang demikian akan sesuai dengan tema Garuda-man, yang mana karakter Garuda-man merupakan perpaduan antara budaya lokal dan budaya *modern*.

Keberadaan *Indonesian Creative Character Center* sangatlah penting untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya lokal yang ada di Indonesia. Banyaknya karakter Indonesia yang mengacu pada budaya Jepang dan barat harus segera dikendalikan. Maka dari itu, perencanaan *Indonesian Creative Character Center* layak segera diwujudkan agar keberadaan karakter asli Indonesia dapat terus berkembang dan bersaing sampai ke kancah

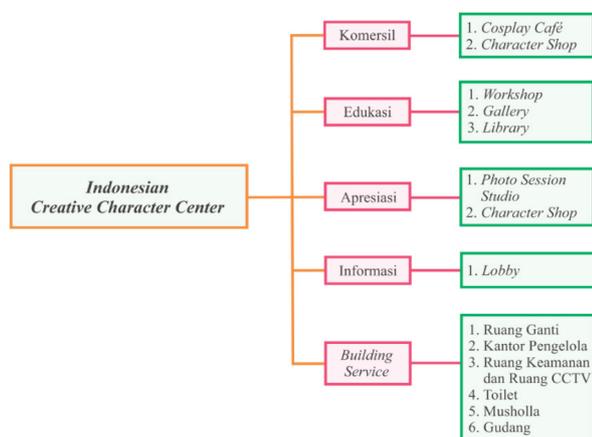
7 Agus Dharma, *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*, (Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma, 2012), hal. 2

internasional.

1. Pendekatan Desain

a. Pendekatan Fungsi

Pendekatan fungsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna ruang yang disesuaikan dengan kegiatan yang dilakukan di dalam bangunan. Fungsi adalah tingkat desain yang paling pokok.⁸ Pembagian fungsi pada perencanaan interior *Indonesian Creative Character Center* meliputi



Skema Pembagian Fungsi

b. Pendekatan Ergonomi

Ergonomi dapat didefinisikan sebagai studi tentang aspek-aspek manusia dalam lingkungan kerja yang ditinjau secara anatomi, fisiologi, psikologi, rekayasa teknik, manajemen maupun desain atau perancangan. Ergonomi mempunyai arti penting dalam perancangan desain interior, dengan memperlihatkan faktor-faktor ergonomi para pemakai ruang akan mendapatkan produktivitas dan efisiensi kerja yang berarti suatu penghematan dalam penggunaan ruang.⁹ Pengertian ergonomi sangat luas,

⁸ Francis D.K.Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal.56

⁹ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior "Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur"*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 51

tidak hanya terbatas pada sisi-sisi fisik semata akan tetapi meliputi segala hal yang bersangkutan dengan ke 5 indera manusia yaitu:

- 1) Penglihatan
- 2) Pendengaran
- 3) Rasa panas atau dingin
- 4) Penciuman
- 5) Keindahan atau kenyamanan¹⁰

c. Pendekatan Estetis

Menurut Pamudji Suptandar estetika mempelajari berbagai macam elemen yang terkandung dalam seni bentuk seperti :

- 1) Titik, garis, bidang
- 2) Bentuk, ruang
- 3) Proporsi
- 4) Harmoni, komposisi, gaya , irama
- 5) Impresionisme, ekspresionisme dan sebagainya
- 6) Tekstur, *pattern*, dimensi
- 7) Psikologi dan warna
- 8) Nada, bayangan, cahaya¹¹

Desainer interior harus dapat menghayati unsur-unsur keindahan yang terkandung dalam suatu bentuk. Unsur-unsur keindahan tidak hanya untuk dimengerti akan tetapi untuk dihayati dan diungkapkan kembali melalui bentuk-bentuk yang bisa diterima oleh masyarakat. Faktor-faktor tersebut yang membuat desain interior digolongkan ke dalam *applied art*.¹²

¹⁰ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior "Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur"*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 51

¹¹ J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior "Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur"*, (Jakarta : Djambatan, 1999), hal 16

¹² J.Pamudji Suptandar, *Disain Interior "Pengantar*

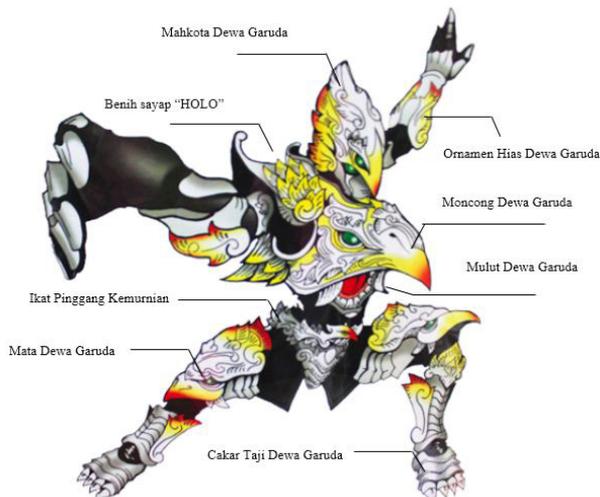
d. Pendekatan Bahan

Pendekatan bahan digunakan untuk menentukan material yang akan digunakan meliputi bahan untuk akustik, bahan tahan api serta bahan tahan gempa.

2. Ide Perencanaan

a. Tema Perencanaan

Tokoh *superhero* Indonesia yang akan menjadi visualisasi dalam perencanaan adalah *superhero* Garuda karya Nawa Rie Eda pada tahun 2012. *Superhero* Garuda merupakan tokoh dari film fiksi produksi Jtoku Indonesia atau Jogja Tokusatsu Indonesia. Tokoh Garuda muncul dari keprihatinan terhadap anak bangsa yang mulai melupakan simbol lambang negara yaitu Garuda dan kelima sila Pancasila.



Visualisasi *Superhero* Garuda

b. Gaya Perencanaan

Gaya perencanaan yang digunakan pada interior *Indonesian Creative Character Center* yaitu gaya *postmodern*. *Postmodernisme* adalah sebuah gerakan arsitektur dan seni

Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur, (Jakarta : Djembatan, 1999), hal 16

dekorasi yang berkembang di dekade 1970-an sebagai reaksi terhadap prinsip *modernisme*, terutama pengaruh dari gaya internasional yang mendorong penggunaan elemen dari gaya vernakular bersejarah serta ilusi, dekorasi, dan kompleksitas yang seringkali penuh canda.¹³ Gaya interior *postmodern* menurut Budi Sukada memiliki sepuluh ciri meliputi :

1. Mengandung unsur – unsur komunikatif yang bersifat lokal atau populer
2. Membangkitkan kembali kenangan historik
3. Berkonteks urban
4. Menerapkan kembali teknik ornamentasi
5. Bersifat representasional
6. Berwujud metafora (dapat berarti bentuk lain)
7. Dihasilkan dari partisipasi
8. Mencerminkan aspirasi umum
9. Bersifat *plural*
10. Bersifat eklektik¹⁴

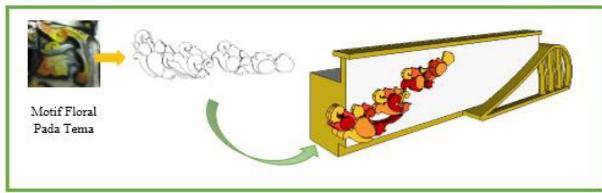
c. Morfologi Bentuk

Pada dasarnya desainer memulai mendesain sesuatu dengan sebuah bentuk dasar yang kemudian dikembangkan hingga mendapat bentuk akhir yang diinginkan. Perubahan bentuk dari bentuk asal menjadi bentuk baru inilah yang disebut dengan morfologi bentuk. Morfologi bentuk sendiri terdiri dari transformasi bentuk, evolusi bentuk, distorsi bentuk, dan deformasi bentuk.¹⁵ Pada perencanaan ini menggunakan transformasi bentuk pada tema Garuda diantaranya :

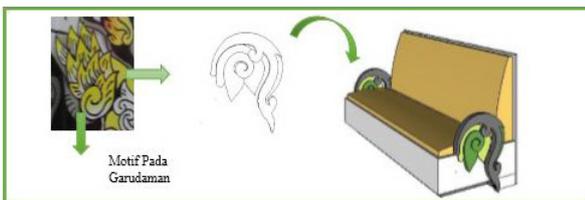
¹³ Francis D.K. Ching, *Kamus Visual Arsitektur Edisi Kedua*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012), hal. 139

¹⁴ Agus Dharma, *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*, (Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma, 2012), hal. 4

¹⁵ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, “*Dasar – Dasar Desain*”, (Depok:Griya Kreasi,2013), hal. 84



Transformasi Motif Floral pada Meja Receptionist

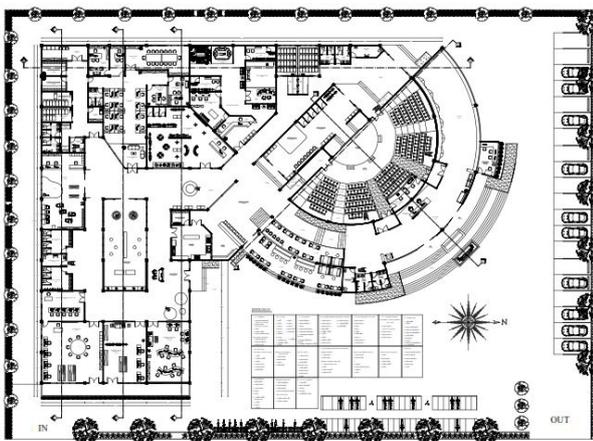


Transformasi Bentuk Ikat Pinggang Kemurnian menjadi Meja Baca

Gambar 45. Transformasi Bentuk Ornamen pada Tema menjadi Hand rest Kursi Tunggu

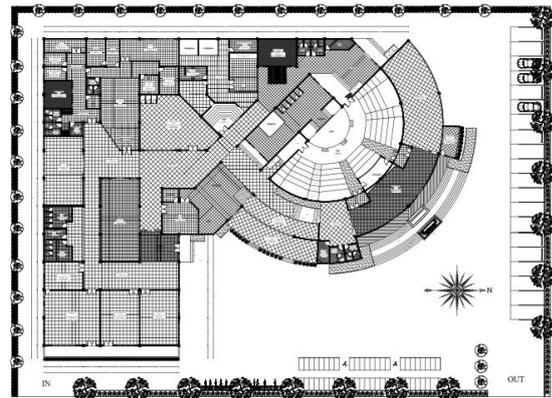
PEMBAHASAN

1. Layout



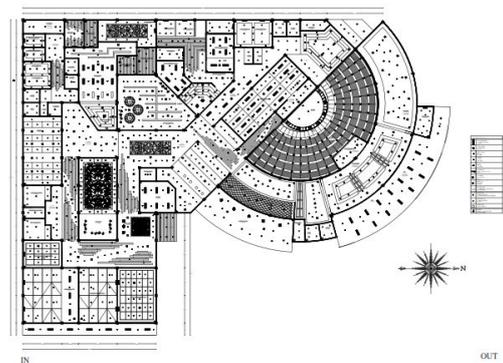
Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen pembentuk dan pengisi ruang. Pembagian ruang dan peletakan *Furniture* mengacu pada sifat ruang, aktivitas dan pola sirkulasi yang ada pada *Indonesian Creative Character Center* agar aktivitas pengguna menjadi kondusif, efisien, efektif, dan produktif.

2. Lantai



Lantai adalah bagian dari ruang interior yang merupakan unsur bagian dasar suatu ruang serta penutup ruang bagian bawah yang berfungsi menjadi pemikul beban atau benda yang ada di atasnya. Fungsi lantai juga digunakan sebagai unsur dekorasi dan sebagai penyerap atau peredam suara. Pemilihan bahan lantai pada bangunan ICCC mampu menunjang sistem perawatan dan keamanan ruang sedangkan warna yang dipilih disesuaikan dengan tema yang telah diambil.

3. Ceiling



Fungsi utama dari *ceiling* dalam suatu desain yaitu sebagai penutup ruang bagian atas. Fungsi pendukung lainnya yaitu untuk menjaga kondisi suhu di dalam ruangan akibat sinar matahari yang menyinari atap bangunan, menyembunyikan peralatan *engineering*. Pemilihan bahan *ceiling* pada ICCC selain mudah dalam pemasangan, juga mampu sebagai penunjang sistem akustik ruang

4. Hasil Desain

a. Lobby Area



Pada desain *main lobby* menggunakan *backwall* pada area *receptionist* yang dilengkapi dengan logo ICCC sebagai identitas dari bangunan. Material lantai menggunakan *bahan vinyl* dengan variasi gradasi warna hijau untuk menambah nilai estetika pada lobby. *Main lobby* dilengkapi dengan *Free Standing Led Touch Screen* sehingga pengunjung dapat mengakses informasi secara mandiri.



Lounge area selain digunakan untuk area tunggu, tempat ini juga digunakan untuk

perkumpulan komunitas dan latihan bagi para *cosplayer*. Desain ruang dilengkapi dengan cermin yang disesuaikan dengan fungsi ruang. Selain itu pada bagian dinding terdapat patung tokoh pewayangan versi armor untuk menarik pengunjung.

b. Hall



Hall merupakan ruangan yang luas dan difungsikan sebagai tempat pertunjukan, perlombaan *cosplay*, diselenggarakannya *event*, seminar, *workshop* dan pemutaran film animasi. Desain sistem akustik pada interior *hall* sangat diperhatikan seperti penggunaan karpet pada lantai untuk penyerapan bunyi serta bentuk *ceiling* yang berundak untuk pemantulan bunyi. Untuk pencahayaan panggung menggunakan *Spot Light*, *Pinspot* dan Lampu PAR LED. Penghawaan menggunakan AC Cassette sedangkan akustik menggunakan studio speaker dari produk JBL.

c. Cosplay Café



Cosplay café merupakan sebuah kafé dengan tema menarik dimana beberapa staf kafé tersebut mengenakan *cosplay*. Staf kafé yang memakai kostum yaitu pada bagian pengantar hidangan atau *maid* sebanyak 2 pelayan serta satu *cosplayer* yang bertugas sebagai penyambut pelanggan. *Furniture* pada *café* menggunakan tempat duduk 2 *seat*, 4 *seat* dan *single*. Pada *café* terdapat relief Garuda sebagai tema perencanaan. Pengkondisian ruang pada *cosplay café* menggunakan cahaya alami dari jendela dan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk *Inlite* dan *pendan lamp*.

d. *Character Shop*



Character shop menjual segala sesuatu yang berkaitan dengan aksesoris *cosplay*, *merchandise*, *action figure* dan bahan – bahan yang diperlukan dalam pembuatan kostum. *Character shop* juga menyediakan kostum *cosplay* yang bisa dijual dan disewakan, selain itu pemesanan dengan *custom design* merupakan strategi untuk menarik minat pelanggan. Desain interior disesuaikan dengan fungsi ruang dimana suasana ruang dibuat lebih sederhana karena banyaknya perabot. Hal tersebut untuk menghindari kesan penuh pada ruangan.

e. *Gallery*



Gallery merupakan ruang pameran untuk memajang kostum dari karakter Indonesia beserta atributnya. Sejarah singkat tentang karakter – karakter Indonesia, serta tokoh dunia dan tokoh Indonesia yang memiliki nilai historis dibidang tersebut juga akan menjadi pengisi galeri. *Gallery* di desain dengan ruang dikelilingi dengan kaca *tempered* sehingga isi ruang akan terlihat dari luar, hal tersebut bertujuan untuk menarik pengunjung untuk melihat kedalam *gallery*. Pengkondisian ruang pada *gallery* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari lampu *downlight* 15 watt dari produk *Inlite* dan *spot light*

f. *Library*



Perpustakaan ICCC menggunakan sistem *Radio Frequency Identification* (RFI)

yaitu semacam *chip* yang ditempel pada buku. Saat ingin meminjam buku, pengunjung tinggal meletakkan buku yang diinginkan pada *Self Loan Station Machine*, maka akan tertera data buku pada layar monitor mesin. Hal ini dapat meminimalisir waktu yang dibutuhkan dalam proses transaksi peminjaman satu unit buku. Untuk pengembalian buku pengunjung juga bisa melakukannya secara mandiri yaitu dengan mengembalikannya di *book drop machine* yang sudah disediakan. Dikarenakan sebagian aktivitas pengunjung dilakukan secara mandiri maka untuk menghindari terjadinya kehilangan buku, maka dibagian pintu masuk di pasang *Anti Theft Detection*, dimana alarm akan berbunyi jika terjadi pencurian bahan pustaka.

g. *Workshop*



Ruang *workshop production* atau bengkel digunakan untuk ruang pembuatan desain karakter, pengerjaan kostum dan aksesoris baik itu pesanan ataupun untuk produksi sendiri. Di dalam ruang *workshop* terdapat alat-alat lengkap yang dibutuhkan untuk proses pengerjaan seperti mesin jahit dan peralatan pembuatan kostum. Desain ruang *workshop* menggunakan *wallpaper* dinding dengan tema *postmodern*. Desain *ceiling* menggunakan material *gypsum board* dengan *finishing* cat tembok. Untuk penghawaan menggunakan penghawaan alami karena pada saat bekerja ruang *workshop* untuk produksi kostum cenderung terbuka.

h. *Photo Session Studio*

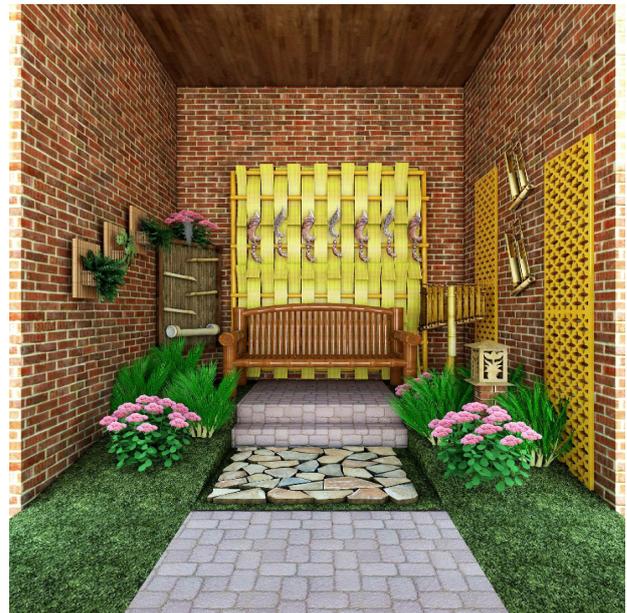


Photo Session Studio digunakan untuk sebuah pemotretan bagi para *cosplayer* dengan *background* atau interior yang disesuaikan dengan karakter yang diperankan. Salah satu tema interior pada studio yaitu mengambil tema Sunda. Dimana interior akan menyesuaikan dengan tema tersebut seperti aksesoris angklung dan kujang yang merupakan alat musik dan senjata tradisional khas Sunda. *Cosplayer* akan berfoto dengan menggunakan kostum Sunda di ruang dengan tema serupa yang telah disiapkan. Pengkondisian ruang pada *Studio Photo Session* menggunakan cahaya buatan yang diperoleh dari *spot light* dan *soft box*.

SIMPULAN

Perencanaan *Interior Indonesian Creative Character Center* di Bandung merupakan sebuah perencanaan yang difungsikan sebagai pusat pengembangan karakter kreatif Indonesia dengan sentuhan budaya lokal, serta tempat berkumpulnya para komunitas. Komunitas pecinta karakter seperti komunitas komik, animasi, *game*, ilustrasi, *cosplay* serta *action figure*

dapat melakukan *gathering* dan diskusi seputar bidang mereka masing-masing. *Indonesian Creative Character Center (ICCC)* sekaligus sebagai Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan dikelola sendiri secara mandiri. Usaha ini bergerak di bidang pelayanan masyarakat serta sebagai pusat rekreasi dalam bidang *pop culture* khususnya karakter Indonesia. ICCC yang termasuk ke dalam kategori rekreasi dan hiburan menyediakan fasilitas utama dengan beberapa fungsi yaitu fungsi edukasi, informasi, apresiasi, dan komersil.

Tema yang dipilih pada perencanaan interior yaitu *Superhero* Garudaman yang merupakan salah satu dari *superhero* Indonesia. Pemilihan tema tersebut bertujuan untuk membangkitkan kembali karakter-karakter *superhero* lokal serta mengenalkannya kepada masyarakat luas sampai mancanegara. Sedangkan gaya yang dipilih yaitu gaya *postmodern* yang merupakan percampuran antara tradisional dengan non-tradisional. Gaya tersebut sangat sesuai dengan konsep perencanaan yaitu memasukkan kembali unsur lokal ke dalam *pop culture*.

Pemilihan peletakan ICCC di kota Bandung dikarenakan Bandung merupakan kota yang sangat berpotensi untuk mengembangkan industri kreatif. Selain itu tingginya pecinta budaya *pop culture* di Bandung juga menjadi salah satu faktor dalam pemilihan lokasi perencanaan.

KEPUSTAKAAN

- Ching, Francis D.K. 2011. *Ilustrasi Desain Interior Dengan Ilustrasi*. Jakarta: PT Indeks
- Ching, Francis D.K. 2012. *Kamus Visual Arsitektur Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Dharma, Agus. 2012. *Unsur Komunikasi dalam Arsitektur Post-Modern*. Laporan penelitian Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma

Irawan, Bambang dkk. 2013. *Dasar – Dasar Desain*. Depok : Griya Kreasi

J.Pamudji Suptandar. 1999. *Disain Interior “Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Disan dan Arsitektur”*. Jakarta : Djambatan

INTERNET

Aji. 2011. *Apa sih COSPLAY itu?*, dalam <http://jayapoken.blogspot.co.id/2011/10/apa-sih-cosplay-itu.html>, diakses 9 April 2016, 20:46 WIB

Leonhart, Figaro. 2014. *“Jakarta Cosplay Parade Bangkitnya Karakter Nusantara”*, dalam <http://cosplayjakarta.com/jakarta-cosplay-parade-bangkitnya-karakter-nusantara/>, 1 Juni 2015, 02:38 WIB

Nanjung. 2012 *“Lomba Desain Karakter Your Fantasy Of Indonesian Heroes”*, dalam <http://kolonifanartist.deviantart.com/journal/LOMBA-DESAIN-KARAKTER-321841705>, diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB

Pratama, Rangga. 2011. *“Character Design”*, dalam <https://ranggawahyudiarta.wordpress.com/2011/01/05/materi-character-design/>, diakses 23 Mei 2016, 12:34 WIB