

KEBUTUHAN RUANG UNTUK SUBSEKTOR EKONOMI KREATIF DI BOGOR CREATIVE CENTER

Space Requirements for Creative Economy Subsectors in Bogor Creative Center

| Received March 20, 2025 | Accepted July 17, 2025 | Available online July 31, 2025 |

| DOI 10.56444/sarga.v19i2.2765 | Page 90 - 98 |

Diky Pangestu^{1*}, Raziq Hasan², Lia Rosmala Schiffer³, Yonav Partana⁴

dipangestu103@gmail.com; Program Studi Teknik Arsitektur; Universitas Gunadarma; Depok^{1*}

raziqhasan@gmail.com; Program Studi Teknik Arsitektur; Universitas Gunadarma; Depok²

lia.schiffer@gmail.com ; Program Studi Teknik Arsitektur; Universitas Gunadarma; Depok³

yonav.partana@gmail.com; Program Studi Teknik Arsitektur; Universitas Gunadarma; Depok⁴

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat kota menuntut tersedianya ruang yang mendukung aktivitas produksi, kolaborasi, dan pengembangan komunitas kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan ruang berdasarkan subsektor ekonomi kreatif dominan di Kota Bogor, dengan fokus pada *Bogor Creative Center* (BCC) sebagai fasilitas utama. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur dengan pengelola, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor kuliner, musik, dan kriya merupakan sektor dengan komunitas terbanyak dan aktivitas yang paling aktif. Namun, fasilitas ruang yang tersedia belum sepenuhnya mendukung kebutuhan spesifik masing-masing subsektor. Seperti pada ruang workshop kuliner belum tersedia, studio musik belum memenuhi standar akustik dan peredaman suara, dan ruang kriya belum dilengkapi zona kerja yang memadai. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan desain ruang yang lebih adaptif dan partisipatif, termasuk penyediaan dapur terbuka, studio terinsulasi, serta ruang kriya semi terbuka yang mendukung kegiatan produksi dan edukasi. Penyesuaian desain ruang yang berbasis kebutuhan subsektor diharapkan dapat meningkatkan efektivitas Bogor Creative Center sebagai pusat pengembangan ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Pusat Kreatif, Kebutuhan Ruang, Ekonomi Kreatif, Bogor Creative Center

ABSTRACT

The growth of the creative economy at the city level demands the availability of spaces that support production activities, collaboration, and the development of creative communities. This research aims to identify space needs based on the dominant creative economy subsectors in Bogor City, with a focus on the Bogor Creative Center (BCC) as the main facility. The method used is descriptive qualitative through field observations, semi-structured interviews with managers, and literature studies. The results show that the culinary, music, and craft subsectors are the sectors with the most communities and the most active activities. However, the available space facilities do not fully support the specific needs of each subsector. Culinary workshop spaces are not yet available, music studios do not meet acoustic and soundproofing standards, and craft spaces are not equipped with adequate work zones. Based on these findings, this research recommends a more adaptive and participatory space design, including the provision of open kitchens, insulated studios, and semi-open craft spaces that support production and education activities. The adjustment of space design based on subsector needs is expected to increase the effectiveness of Bogor Creative Center as an inclusive and sustainable creative economy development center.

Keywords: Creative Hub, Space Needs, Creative Economy, Bogor Creative Center

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi modern, istilah "ekonomi kreatif" semakin sering digunakan, dengan penekanan pada pentingnya kreativitas dan informasi sebagai sumber utama pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai proses ekonomi yang mengandalkan ide kreatif, konsep inovatif, dan kemampuan intelektual dalam kegiatan produksi dan distribusi barang maupun jasa. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, sektor ini merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Untuk mendukung pengembangan sektor ekonomi kreatif di tingkat kota, diperlukan keberadaan fasilitas atau wadah yang memungkinkan para pelaku kreatif berkolaborasi, berinovasi, dan mengekspresikan kreativitas mereka secara optimal. *Creative Hub* berperan sebagai platform yang menyediakan ruang untuk pameran, pertunjukan, dan promosi karya, serta menjadi sarana pengembangan proyek kolaboratif antarindividu maupun kelompok. Selain itu, *Creative Hub* menawarkan fasilitas dan sumber daya yang terpusat dan terkoordinasi, yang tidak hanya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, tetapi juga membantu mengatasi berbagai kendala yang sering dihadapi pelaku ekonomi kreatif, seperti keterbatasan akses terhadap pasar, modal, dan infrastruktur pendukung.

Kota Bogor memiliki kekayaan alam, budaya, serta potensi sumber daya manusia yang mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif secara signifikan. Mengingat potensi tersebut, Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat bertindak sebagai pengelola serta mendirikan Gedung *Bogor Creative Center* (BCC). *Bogor Creative Center* (BCC) terletak di Jl. Ir. H. Juanda, No.4, Rt.03/RW.01, Kelurahan Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Letak dari gedung ini berada di lokasi yang strategis pada pusat kota dan berada di sebelah utara Gedung Kepresidenan Kota Bogor/Kebun Raya Bogor. Dalam mengoptimalkan peran fasilitas ini, diperlukan identifikasi kebutuhan ruang yang sesuai dengan karakteristik dan potensi subsektor ekonomi kreatif di Kota Bogor. Penyediaan ruang yang tepat sasaran diharapkan dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing para pelaku ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Selain itu, identifikasi kebutuhan ruang ini juga bertujuan merumuskan tata ruang yang ideal, sehingga mampu menunjang pertumbuhan sektor ekonomi kreatif berdasarkan kekayaan sumber daya lokal yang dimiliki Kota Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi subsektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi terbesar di Kota Bogor, menganalisis kebutuhan ruang yang spesifik untuk subsektor tersebut, serta mengevaluasi sejauh mana fasilitas eksisting mendukung aktivitas kreatif yang berkembang. Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan masing-masing subsektor, dapat dirumuskan rekomendasi perbaikan desain ruang yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Optimalisasi ruang diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan, produktivitas, serta memperkuat posisi *Bogor Creative Center* sebagai pusat kolaborasi, inovasi, dan promosi sektor ekonomi kreatif di tingkat lokal maupun regional.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai identifikasi kebutuhan ruang berdasarkan potensi subsektor ekonomi kreatif di *Bogor Creative Center*. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak berfokus pada pengukuran angka statistik, melainkan pada eksplorasi makna, pengalaman, dan fenomena yang terjadi di lapangan. Melalui pendekatan ini, data dikumpulkan secara komprehensif untuk menggambarkan kondisi eksisting fasilitas, kebutuhan pengguna, serta tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan ruang kreatif. Pemilihan metode ini juga memungkinkan adanya fleksibilitas dalam pengumpulan data, sehingga berbagai aspek ruang yang terkait dengan aktivitas subsektor kuliner, musik, dan kriya dapat dianalisis secara kontekstual.

Kajian Pustaka

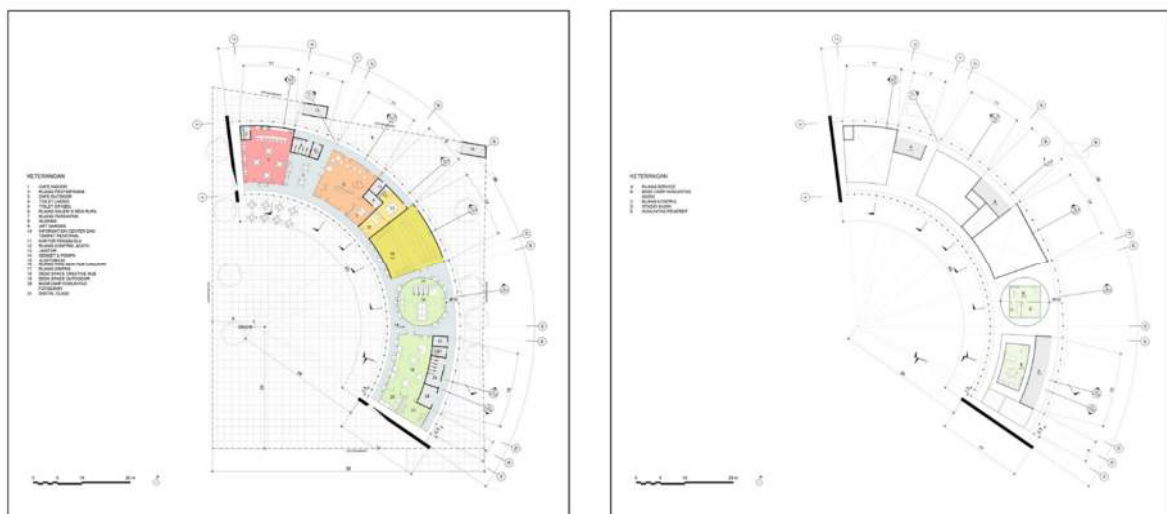
Ekonomi kreatif merupakan sektor yang bertumpu pada ide, kreativitas, serta nilai tambah dari kekayaan intelektual, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019. Untuk mendukung perkembangan sektor ini, keberadaan ruang kolaboratif seperti *Creative Hub* sangat dibutuhkan. Menurut Matheson dan Easson (2015) dalam *Creative HubKit*, ruang kreatif yang ideal harus memiliki sifat fleksibel, terbuka untuk kolaborasi, serta mampu memfasilitasi interaksi antar pelaku industri kreatif. Setiap subsektor ekonomi kreatif memiliki kebutuhan ruang yang berbeda seperti subsektor kuliner memerlukan ruang praktik memasak yang lengkap, subsektor musik membutuhkan studio dengan sistem akustik dan peredaman yang baik, sementara subsektor kriya membutuhkan ruang kerja yang nyaman dan ruang pameran untuk menampilkan hasil karya. Konsep ruang kreatif ini sejalan dengan teori *third place* dari Oldenburg (1989), yang menjelaskan pentingnya ruang informal antara rumah dan tempat kerja sebagai tempat berkembangnya ide dan jejaring sosial. Selain itu, pendekatan *adaptive space* yang dikemukakan Dovey (2010) menekankan pentingnya desain ruang yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna dan dinamika komunitas, sehingga rancangan ruang dalam *Creative Hub* perlu disesuaikan dengan karakter dan potensi subsektor kreatif yang dominan di suatu wilayah.

Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan secara langsung di *Bogor Creative Center* dengan pendekatan non-partisipatif untuk mengamati kondisi fisik ruang, pola penggunaan ruang, serta hubungan antar ruang dalam mendukung aktivitas subsektor kreatif. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pihak pengelola *Bogor Creative Center* untuk memperoleh informasi mendalam mengenai pengelolaan fasilitas, kebutuhan ruang yang belum terpenuhi, serta tantangan yang dihadapi dalam mendukung subsektor dominan, yaitu kuliner, musik, dan kriya. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, dokumen regulasi pemerintah, dan laporan perencanaan, guna memperkaya landasan konseptual penelitian serta memperkuat analisis data yang diperoleh dari lapangan. Ketiga teknik ini saling melengkapi untuk memastikan akurasi, validitas, dan kedalaman informasi yang dianalisis dalam penelitian ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan Ruang di Bogor Creative Center



Gambar 1. Denah Lantai Satu dan Lantai Dua, *Bogor Creative Center*

Sumber: Penulis, 2024

Ruang pada *Bogor Creative Center* difokuskan untuk menjadi ruang yang mendukung kegiatan ekonomi kreatif seperti ruang pameran, ruang kerja atau diskusi, ruang galeri, ruang kelas dan ruang auditorium. Berdasarkan beberapa ruang berikut dapat diketahui bahwa bangunan *Bogor Creative Center* hanya difungsikan sebagai bangunan yang mendukung kegiatan ekonomi kreatif dan tidak berlaku untuk industri diluar ekonomi kreatif. Penataan ruang pada *Bogor Creative Center* terbagi menjadi beberapa zonasi yang memiliki fungsi berbeda, zonasi tersebut yaitu, ruang kerja, ruang kegiatan seni pertunjukan, auditorium, ruang pengelola, galeri seni rupa, cafe dalam ruangan/luar ruangan, dan fasilitas umum. *Bogor Creative Center* memiliki banyak ruangan yang dipergunakan untuk kegiatan, setiap ruang memiliki fungsi dan kegunaan yang lebih spesifik. Perancangan ruang secara spesifik sesuai dengan kegiatan ekonomi kreatif akan memberikan pengalaman yang baik dan nyaman dalam bekerja.

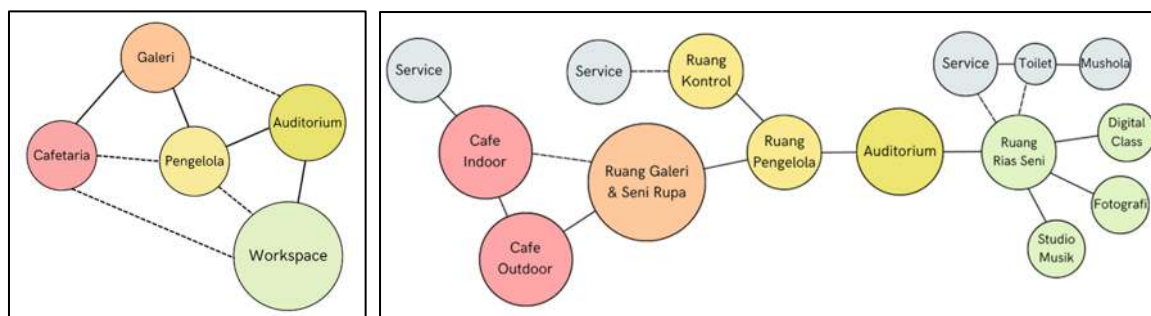
Berdasarkan gambar denah (lihat Gambar 1) maka dapat diketahui ruang-ruang yang terdapat pada *Bogor Creative Center*, berikut adalah jenis ruang yang terdapat pada setiap lantainya:

Tabel 1. Daftar Ruang *Bogor Creative Center*

No	Nama Ruang	Fungsi Utama	Lantai
1	Ruang Galeri & Seni Rupa	Pameran karya seni	1
2	<i>Auditorium</i>	Pertunjukan dan acara	1
3	<i>Cafe Indoor & Outdoor</i>	Kuliner dan interaksi	1
4	<i>Desk Space Creative Hub</i>	Co-working space	1
5	<i>Basecamp</i> Komunitas Fotografi	Aktivitas komunitas	1
6	<i>Digital Class</i>	Pelatihan digital	1
7	<i>Basecamp</i> Komunitas Musik	Aktivitas komunitas	2
8	Studio Musik dan Ruang Kontrol	Produksi dan latihan musik	2
9	<i>Basecamp</i> Komunitas Penerbit	Aktivitas penerbitan	2
10	Kantor Pengelola dan Ruang Informasi	Administrasi	1
11	Mushola dan Toilet	Fasilitas umum	1

Sumber: Penulis, 2024

Berdasarkan jenis ruang yang terdapat di *Bogor Creative Center* maka dapat diketahui zonasi dari ruang yang dibentuk berdasarkan fungsi kegiatannya. Terdapat zona Ruang kerja, Auditorium, Ruang Pengelola, Ruang Galeri dan Kafetaria, berikut merupakan diagram hubungan ruangan yang dihasilkan sebagai berikut:

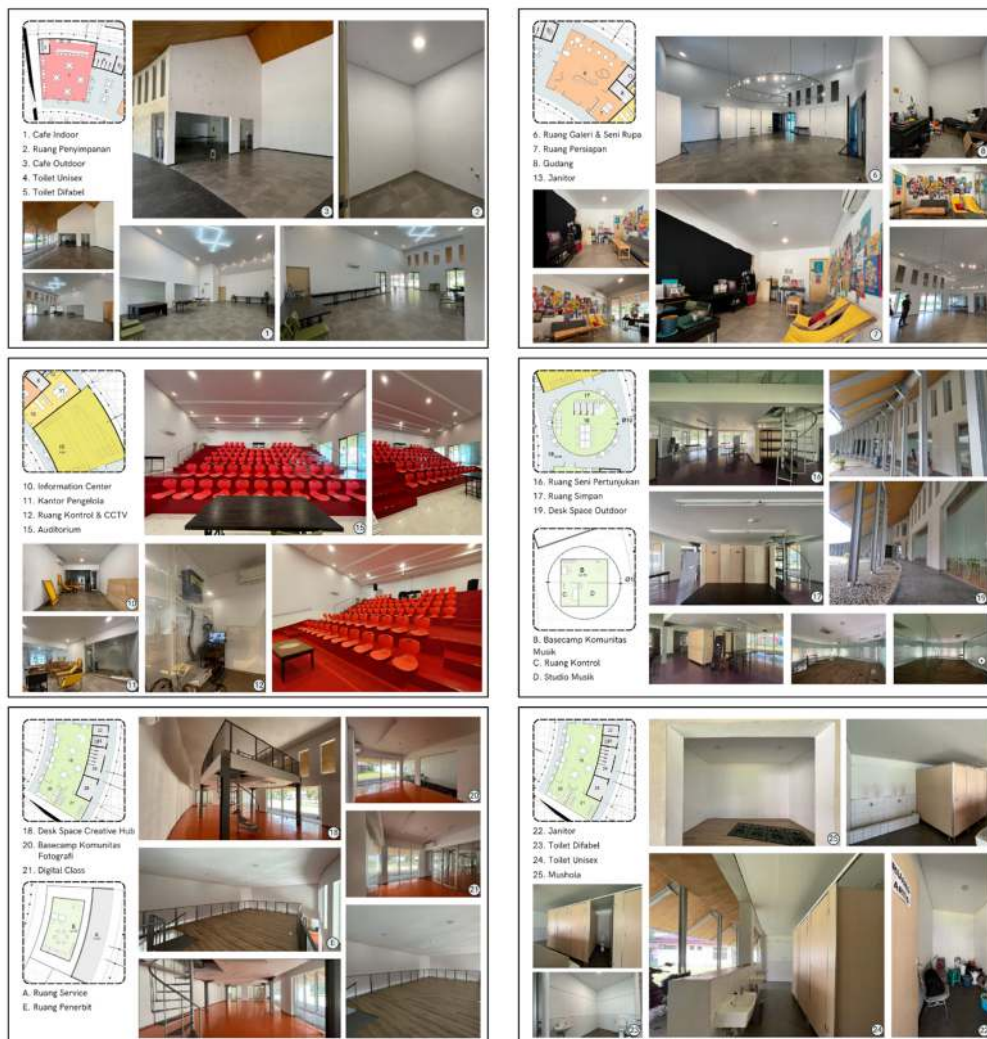


Gambar 2. Buble Diagram Makro dan Mikro, *Bogor Creative Center*

Sumber: Penulis, 2024

Berdasarkan diagram hubungan ruang yang telah disajikan, dapat dianalisis bahwa terdapat keterkaitan baik secara langsung maupun tidak langsung antar ruang yang ada di *Bogor Creative Center*. Hubungan ini menunjukkan pola alur aktivitas serta konektivitas antar fungsi ruang yang mendukung jalannya kegiatan ekonomi kreatif. Selain itu, terlihat bahwa setiap ruang yang dirancang sebagai penunjang aktivitas kreatif memiliki hubungan fungsional yang saling terintegrasi,

mencerminkan perencanaan ruang yang mendukung kolaborasi antar subsektor. Selanjutnya, uraian mengenai pembagian zona di dalam Bogor Creative Center akan dijelaskan lebih rinci untuk memberikan gambaran struktur organisasi ruang secara menyeluruh.



Gambar 3. Gambaran Interior Ruang, Bogor Creative Center

Sumber: Penulis, 2024

Identifikasi Subsektor Ekonomi Kreatif Dominan

Perencanaan kebutuhan ruang dalam sebuah *Creative Hub* memiliki peran strategis, mengingat keberhasilan sektor ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh tersedianya ruang yang mendukung kolaborasi dan aktivitas kreatif secara optimal. Setiap daerah umumnya memiliki subsektor ekonomi kreatif yang lebih menonjol dibandingkan subsektor lainnya, sehingga identifikasi subsektor dominan menjadi langkah penting dalam menentukan jenis dan karakteristik ruang yang diperlukan. Oleh karena itu, desain ruang dalam *Creative Hub* sebaiknya disesuaikan secara spesifik dengan kebutuhan subsektor dominan di wilayah tersebut, guna memastikan efektivitas pemanfaatan ruang dan mencegah munculnya area yang tidak aktif atau kurang berfungsi. Pemahaman terhadap potensi subsektor kreatif lokal tidak hanya memperkuat relevansi perencanaan ruang, tetapi juga berkontribusi pada optimalisasi fungsi *Creative Hub* sebagai pusat kegiatan ekonomi kreatif. Berikut ini disajikan data komunitas ekonomi kreatif di Kota Bogor berdasarkan dokumen rencana kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bogor sebagai dasar analisis kebutuhan ruang.

Tabel 2. Komunitas Ekonomi Kreatif Kota Bogor

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Nama Komunitas	Jumlah Anggota
1	Kuliner	Pakirnabo	60
		Komunitas Tukang Masak Bogor	20
		Indonesia Chef Associaton	150
		Komunitas Kopi Kongkow	20
2	Kriya	Bunga Potong	52
		Batik Bogor	25
		Rancage	50
		Komunitas Kayu Bogor	10
		RF Craft Bogor	10
3	Desain Komunikasi Visual	Bogor Rain City	50
4	Musik	Komunitas Musik Koes Bogor (KMKB)	35
		Komunitas Penyanyi Jalanan (KPJ)	12
		Komunitas Musik Keroncong	5
		Komunitas Musik Indie	21
		Gambus	15
		Komunitas Musik Bogor Bersatu (KMBB)	119
5	Film Animasi dan Video	Kamar Kreasi	5
		Cineclub Buitenzong	15
		Bogor Cinema	5
		CLP	30
		Concept Creation	20
6	Seni Rupa	Komunitas Pelukis Bogor	20
		Komunitas Mozaic	15
		Komunitas Mural	13
7	Seni Pertunjukan	Teater Karoeng	7
		Dipokersen	9
		Sinar Kencana	12
		Teater Prabu	15
		Komunitas Sanggar Seni	20
8	Fotografi	Noname Documentary	20
		Photography Bogor	25
		Kelas Rakyat	28
9	Periklanan	Keliling Bogor	14
		Kola	12
10	Arsitektur	Neotodea	11
		Architect Studio	6
11	Penerbit	Komunitas Penulis Kota Bogor (KPKB)	43
12	Desain Interior	Aspedi	73

Sumber: Penulis, 2024

Berdasarkan data komunitas ekonomi kreatif di Kota Bogor, subsektor kuliner tercatat sebagai yang paling dominan dengan jumlah anggota mencapai 330 orang, disusul oleh subsektor musik sebanyak 207 anggota, dan kriya sebanyak 147 anggota. Temuan ini menjadi acuan utama dalam merancang kebutuhan ruang, karena setiap subsektor memiliki karakteristik dan tuntutan ruang yang berbeda. Dengan mengutamakan subsektor yang paling aktif, perencanaan ruang dapat diarahkan secara lebih tepat untuk memenuhi kebutuhan spesifik masing-masing komunitas. Adapun subsektor lainnya tetap perlu difasilitasi melalui rancangan ruang yang fleksibel dan disesuaikan dengan kapasitas lahan maupun ketersediaan anggaran yang ada. Berdasarkan data tersebut telah diketahui bahwa subsektor ekonomi kreatif yang berpotensi di Kota Bogor yaitu kuliner, musik, dan kriya. Subsektor tersebut merupakan subsektor yang sangat spesifik, sehingga perlu adanya ruangan khusus untuk memberikan fasilitas yang lengkap dan nyaman kepada para peminjam ruang.

RANCANGAN RUANG SUBSEKTOR EKONOMI KREATIF DOMINAN

Subsektor Kuliner

Subsektor kuliner merupakan bidang dengan jumlah komunitas terbanyak di Kota Bogor, yaitu mencapai 330 anggota. Aktivitas yang dilakukan dalam subsektor ini meliputi kelas memasak, demonstrasi kuliner, pelatihan bagi pelaku UMKM, hingga produksi makanan skala kecil. Berdasarkan karakteristik tersebut, ruang yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan kuliner idealnya berupa ruang *workshop* memasak seluas 40–60 m², dilengkapi dengan fasilitas seperti *pantry*, kompor industri, meja kerja, wastafel (*sink*), sistem ventilasi mekanik, dan saluran pembuangan asap yang memadai (*British Council*, 2015). Saat ini, *Bogor Creative Center* belum menyediakan ruang khusus dengan fasilitas tersebut, sehingga kegiatan kuliner masih bersifat sementara dan kurang efektif. Oleh karena itu, perancangan yang disarankan mencakup penyediaan dapur terbuka (*open kitchen*) semi permanen yang terintegrasi dengan area kafe indoor, serta penggunaan modul meja kerja yang fleksibel agar dapat mengakomodasi berbagai jenis pelatihan kuliner, baik yang bersifat tradisional maupun kontemporer.



Gambar 4. Ruang Kelas Memasak, *Bogor Creative Center*

Sumber: Penulis, 2024

Subsektor Musik

Subsektor musik di Kota Bogor memiliki sebanyak 207 anggota komunitas dan saat ini telah difasilitasi dengan ruang komunitas studio musik, serta ruang kontrol di *Bogor Creative Center*. Namun demikian, kondisi studio yang tersedia belum memenuhi standar akustik dan peredaman suara yang ideal, sehingga belum sepenuhnya mendukung aktivitas rekaman atau latihan secara profesional. Studio musik yang baik setidaknya memerlukan ruang rekaman seluas 20–25 m² dan ruang kontrol seluas 10–15 m², dilengkapi dengan panel insulasi suara, *diffuser*, serta material peredam seperti *rockwool*, gypsum, dan karpet akustik untuk mengurangi pantulan dan kebocoran suara (Everest & Pohlmann, 2015).



Gambar 5. Ruang Komunitas Musik, *Bogor Creative Center*

Sumber: Penulis, 2025

Denah ruang ideal terdiri dari dua ruang terpisah, yaitu ruang kontrol dan ruang rekaman, yang dipisahkan oleh dinding kedap suara dan dilengkapi jendela kaca ganda (*double-glazed*) sebagai jalur visual. Rekomendasi perancangan meliputi peningkatan insulasi akustik, pengaturan zonasi ruang menggunakan koridor sebagai buffer, serta penggunaan material lantai kayu guna menstabilkan frekuensi rendah yang dihasilkan dari instrumen musik.

Subsektor Kriya

Subsektor kriya menempati posisi ketiga sebagai subsektor dengan jumlah komunitas terbanyak di Kota Bogor, yakni sebanyak 147 anggota. Kegiatan dalam subsektor ini meliputi berbagai bentuk kerajinan tangan seperti batik, anyaman, ukir kayu, hingga seni rajut, yang masing-masing memerlukan kondisi ruang kerja dengan karakteristik khusus. Dalam proses produksi kriya membutuhkan pencahayaan alami yang cukup, sirkulasi udara yang baik, serta meja kerja yang ergonomis untuk mendukung kenyamanan dan produktivitas pengrajin. Rekomendasi ruang untuk kegiatan kriya adalah ruang workshop dengan luas sekitar 30–50 m² yang dapat dibagi menjadi beberapa zona berdasarkan jenis kerajinan.



Gambar 6. Ruang Galeri dan Seni, *Bogor Creative Center*

Sumber: Penulis, 2025

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor kuliner, musik, dan kriya merupakan tiga subsektor ekonomi kreatif paling dominan di Kota Bogor yang berperan penting dalam menghidupkan ekosistem kreatif lokal. Meskipun *Bogor Creative Center* telah menyediakan beberapa fasilitas penunjang, masih terdapat kesenjangan antara kebutuhan spesifik masing-masing subsektor dengan ruang yang tersedia. Tidak tersedianya ruang workshop kuliner, ketidaksesuaian akustik dalam studio musik, serta minimnya fasilitas ruang kerja untuk kriya menjadi indikator bahwa perancangan ruang yang ada belum sepenuhnya berbasis kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyesuaian desain ruang yang bersifat adaptif, fleksibel, dan partisipatif, dengan mempertimbangkan dimensi aktivitas, karakter komunitas, serta prinsip desain ruang kreatif. Rekomendasi ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan, produktivitas, dan kolaborasi di lingkungan *Bogor Creative Center*, serta memperkuat perannya sebagai wadah pertumbuhan ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bapenda Jabar. (2017, Mei 24). *Apa itu ekonomi kreatif?* Diakses pada 6 November 2023, dari <https://bapenda.jabarprov.go.id/2017/05/24/apa-itu-ekonomi-kreatif/>
- Besari, B. R. (2018). Ruang publik terpadu ramah anak (RPTRA): Layakkah sebagai ruang publik ramah anak. *Seminar Nasional Pakar ke-1 Tahun 2018 Buku 1*. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2638>
- Dovey, Kim. 2009. *Becoming Places: Urbanism/Architecture/Identity/Power*. 1 ed. United Kingdom: Routledge, Taylor and Francis Group.

- Everest, F. A., & Pohlmann, K. C. (2015). *Master handbook of acoustics* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Herwono, E. (2017). *Kriteria pengembangan ruang publik terpadu ramah anak di wilayah Jakarta Selatan*. Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Profil lembaga Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Diakses pada 6 November 2023, dari <https://kemenparekraf.go.id/profil/profil-lembaga>
- Matheson, J., & Easson, G. (2015). *Creative HubKit: Made by hubs for emerging hubs*. UK: British Council.
- Murad, R. F., Indarti, K., & Trilusianty, J. (2021). Implementasi konsep kota kreatif di Kota Bogor. *Inovasi dalam Percepatan Penataan Ruang di Indonesia*. Bogor.
- Parsika. (2019, Januari 17). *Jenis-jenis ruang berdasarkan fungsi dan syaratnya*. Diakses pada 12 November 2023, dari <https://www.arsitur.com/2019/01/jenis-ruang-fungsi-syarat.html?m=1>
- Pemerintah Indonesia. (2019). *Undang-Undang (UU) Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif*. Sekretariat JDIH BPK. Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. (2022). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif*. Sekretariat JDIH BPK. Jakarta.
- Rahardjo, M. (2011, Juni 10). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*. Diakses pada 14 Juni 2024 Desember 2023, dari <https://uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif.html>
- Sireki, T. N., & Wibisono, B. H. (2020). Karakteristik *third place* dan tipologi kafe di Yogyakarta: Kasus Kawasan Karangwuni dan sekitarnya. *Tata Loka*, 22(3), 437–452. <https://doi.org/10.14710/tataloka.22.3.437-452>