

**SURAKARTA CREATIVE COMMUNITY HUB DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI ARSITEKTUR**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan
Arsitektur Fakultas Teknik**

Oleh:

FAIZAL RAMADHAN MASRURI

D 300 160 099

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**SURAKARTA CREATIVE COMMUNITY HUB DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI ARSITEKTUR**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

FAIZAL RAMADHAN MASRURI

D 300 160 099

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing


Wisnu Setiawan S.T., M.Arch., Ph.D.
NIK.880

HALAMAN PENGESAHAN

**SURAKARTA CREATIVE COMMUNITY HUB DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI ARSITEKTUR**

OLEH

FAIZAL RAMADHAN MASRURI

D300160099

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 10 Agustus 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Wisnu Setiawan S.T, M.Arch, Ph.D. (**)**

(Ketua Dewan Penguji)

2. Yayi Arsandrie S.T, M.T.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dhani Mutiari, M.T.

(Anggota II Dewan Penguji)



Rois Fathoni, ST.M.Sc.PhD.

NIK. 892

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan sayapertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta,
15 September 2021
Penulis


FAIZAL RAMADHAN MASRURI
D300160099

SURAKARTA CREATIVE COMMUNITY HUB DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI ARSITEKTUR

Abstrak

Peran dari ekonomi kreatif atau industri kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang memfokuskan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari faktor produksi yang utama yaitu sumber daya manusia. Surakarta sebagai Kota Kreatif (KaTaKreatif) tahun 2019, memiliki potensi untuk berkembang dan membantu peningkatan ekonomi pada bidang ekonomi kreatif. Terdapat beragam pagelaran seni pertunjukan yang diadakan di Kota Surakarta mulai *event* berskala kelurahan, kota hingga pentas kesenian bertaraf internasional. Anak-anak dan remaja adalah bagian masyarakat yang memegang peranan penting dalam pengembangan ekonomi di bidang ekonomi kreatif pada masa mendatang. Terdapat banyak komunitas-komunitas kreatif yang diisi oleh anak-anak muda. Oleh karena itu, menciptakan wadah untuk berkreasi dan bertukaran pikiran bagi komunitas kreatif yang ada di Surakarta adalah salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi kreatif Kota Surakarta. Merancang bangunan kreatif yang disebut Surakarta Creative Community Hub yang dapat mempengaruhi emosional pengguna. Pendekatan Psikologi Arsitektur adalah pendekatan yang tepat dalam perancangan Surakarta Creative Community Hub. Prinsip-prinsip psikologi arsitektur seperti warna, bentuk, suara, bau/aroma, material, dan ruang diterapkan dari skala mikro seperti elemen interior ruang dan ruang hingga makro seperti pengolahan lansekap secara keseluruhan. Penerapan aspek tersebut diharapkan dapat mewujudkan sebuah wadah yang memberikan kenyamanan untuk bebas beraktifitas dan berkreasi.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Komunitas, Psikologi Arsitektur

Abstract

The role of the creative economy or the creative industry is a concept in the new economic era that focuses on information and creativity by relying on ideas and knowledge from the main production factor, namely human resources. Surakarta as a Creative City (KaTaKreasi) in 2019 has the potential to develop and help increase the economy in the creative economy. There are various performing arts performances held in the city of Surakarta, starting from urban village scale events to international art performances. Children and adolescents are part of society who play an important role in economic development in the creative economy in the future. There are many creative communities filled with young people. Therefore, creating a forum for creativity and exchange of ideas for the creative community in Surakarta is one way to improve the creative economy of Surakarta. Designing a creative building called the Surakarta Creative Community Hub that can influence user emotions. The Architectural Psychology Approach is the right approach in designing the Surakarta Creative Community Hub. Architectural psychology principles such as color, shape, sound, smell / aroma, material, and space are applied from the micro scale such as interior elements of space and space to macro such as landscape processing as a whole. The application of these aspects is expected to create a place that provides comfort for free activities and creativity.

Keyword: Creative Economy, Community, Pshycology Architecture

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran dari ekonomi kreatif atau industri kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang memfokuskan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari faktor produksi yang utama yaitu sumber daya manusia. Ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berhubungan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang/jasa yang bernilai bagi para konsumen pasaran. Industri baru dengan basis mengandalkan kreatifitas manusia melonjak dan berdampak signifikan pada pertumbuhan sektor ekonomi Indonesia. Dampak positif dari ekonomi kreatif sungguh terasa sampai sekarang. Terus berkembang dan melakukan inovasi merupakan cara untuk bertahan di dunia industri. Menurut Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudoyono tahun 2006, penciptaan gagasan mengenai ekonomi kreatif merupakan salah satu cara untuk membuka peluang baru di industry. Hal itu terbukti berdasarkan artikel yang ditulis oleh M. Burhanudin pada website *scientific repository Universitas IPB*, berdasarkan hasil riset antara Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 tercatat ekonomi kreatif memberikan kontribusi kepada pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 922,59 miliar rupiah atau sebesar 7,44 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional. Banyak bukti empiris yang mendukung bahwa industry kreatif membawa dampak bagi PDB melalui subsektor industry kreatif dan menciptakan bentuk baru tata kelola industry budaya. Bukti lain juga ditunjukkan dari Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2019 menyebutkan bahwa secara keseluruhan hasil capaian kinerja tahun 2019 menunjukkan bahwa Badan Ekonomi Kreatif Indonesia telah mencapai target. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. Data Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia

No	Sasaran Strategis	Indikator Kinerja Sasaran Strategis	Target	Realisasi *)	Capaian %
1	Pertumbuhan Ekonomi Kreatif	Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif (%)	5,30	5,10	96,23
2	Penyerapan Tenaga Kerja	Serapan Tenaga Kerja (juta orang)	17,20	19,01	110,52
3	Nilai Ekspor Produk Kreatif	Nilai Ekspor Bruto (Miliar USD)	21,50	22,07	102,65

Sumber: <https://www.kemenparekraf.go.id/>, 2020

Pada tahun 2019, Badan Ekonomi Kreatif mendapatkan anggaran sebesar Rp657.151.214.000. Dari anggaran tersebut, terealisasi sebesar Rp595.577.623.225 atau 90,63%. Realisasi anggaran tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 87,93%.

Kekayaan budaya yang dimiliki oleh Kota Surakarta merupakan potensi berkembangnya suatu wilayah dan bukti kemajuan dari wilayah tersebut. Komunitas merupakan sebuah elemen

penting dalam proses pengembangan kota di Surakarta. Kolaborasi dari setiap komunitas masyarakat yang menaruh perhatian terhadap lingkungan berperan penting sebagai *contributor model* pengembangan kota kreatif di Indonesia. Dalam menunjang kegiatan-kegiatan komunitas di Kota Surakarta tersebut maka dibutuhkan sebuah kawasan kreatif yang dapat menunjang setiap kegiatan komunitas dalam pengembangan Kota Surakarta. Pemberdayaan ini harus didampingi dengan instrument hukum yang jelas sebagai langkah untuk pemberdayaan dan fasilitas penunjang untuk setiap komunitas dan pelaku industry kreatif di Kota Surakarta dapat mengekspresikan serta melakukan kegiatan pada masing-masing bidang secara optimal.

Manusia merupakan makhluk yang memiliki akal. Berbeda dengan makhluk lainnya, manusia dapat menciptakan suatu hal yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat maupun sebaliknya yang dihasilkan dari pikirannya. Kreatifitas dan inovasi merupakan salah satu yang dihasilkan dari pikiran manusia. Namun terkadang manusia tidak dapat menggunakan kreatifitasnya secara maksimal dikarenakan lingkungan yang tidak mendukung emosional manusia. Dalam psikologi manusia dan lingkungan disebutkan bahwa manusia menciptakan sebuah lingkungan lalu lingkungan menciptakan manusia. Secara sederhana maksud dari hal tersebut adalah lingkungan yang baik akan menghasilkan masyarakat yang baik pula, sedangkan lingkungan yang tidak baik akan menghasilkan masyarakat yang tidak baik. Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan para pelaku komunitas masyarakat melalui pemahaman psikologi maka akan terwujud sebuah ruang yang tepat dan baik untuk aktifitas komunitas yang ada. Secara singkat, psikologi adalah ilmu yang mempelajari lebih dalam mengenai mental, pikiran, dan perilaku manusia. Disiplin ilmu ini juga meneliti tentang alur pemikiran manusia dan alasan dibalik perilaku tersebut. Ilmu psikologi seringkali dimanfaatkan untuk menyelesaikan masalah atau mencari solusi yang tepat dalam serangkaian aktifitas manusia yang kompleks. Memahami perilaku dan tindakan masyarakat dalam sebuah komunitas, dapat membantu perencanaan dan perancangan sebuah *creative community hub*.

Psikologi arsitektur merupakan strategi desain yang sesuai pada perencanaan dan perancangan tersebut. Prinsip-prinsip psikologi arsitektur seperti warna, bentuk, suara, bau/aroma, material, dan ruang diterapkan dari skala mikro seperti elemen interior ruang dan ruang hingga makro seperti pengolahan lansekap secara keseluruhan. Penerapan aspek tersebut diharapkan dapat mewujudkan sebuah wadah yang memberikan kenyamanan untuk bebas beraktifitas dan berkreasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana menciptakan ruang agar dapat mempengaruhi masyarakat untuk berkegiatan kreatif, menjalin komunikasi dan interaksi sesama pelaku komunitas Kota Surakarta agar membentuk gagasan, dan pendapat baru dengan menggunakan pendekatan psikologi.

1.3 Tujuan

1. Merancang dan merencanakan Surakarta *Creative Community Hub* sebagai fasilitas ruang kreatif dan berkegiatan masyarakat kota Surakarta.
2. Menciptakan Surakarta *Creative Community Hub* dengan mengaplikasikan ilmu psikologi manusia, lingkungan, dan ruang.

2. METODE

- a. Metode perancangan ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam rangka merancang desain Surakarta *Creative Community Hub*.
- b. Melakukan pengumpulan data melalui studi literatur buku maupun jurnal.
- c. Melakukan observasi pada *site* yang akan digunakan untuk perencanaan dan perancangan Surakarta *Creative Community Hub* agar mendapatkan data pasti mengenai ukuran *site*, kondisi eksisting *site*, potensi, dan permasalahan *site*.
- d. Melakukan studi banding terhadap bangunan *creative centre* lainnya sebagai referensi perencanaan dan perancangan *Surakarta Creative Community Hub*
 - Bandung Creative Hub
 - M.A.C Community Centre
 - La Frater Community Centre
- e. Melakukan analisa-analisa yang mendukung dalam perancangan Surakarta *Creative Community Hub* seperti analisa site, analisa ruang, analisa konsep psikologi arsitektur sehingga memunculkan parameter desain.

Tabel 2. Parameter Desain Surakarta *Creative Community Hub*

Tujuan	Indikator	Parameter
1. Merancang konsep Surakarta <i>Creative Community Hub</i> sebagai ruang berkreasi dan berkegiatan komunitas kreatif di Kota Surakarta	a. Dapat menunjang kegiatan-kegiatan komunitas kreatif (komunitas tari, komunitas batik, komunitas fashion, komunitas music, dan komunitas seni) Kota Surakarta	a. Fungsional
2. Menciptakan Surakarta <i>Creative Community Hub</i> dengan mengaplikasikan ilmu psikologi manusia, lingkungan, dan ruang	a. Menjaga ruang dari kesesakan dan kepadatan aktifitas	a. Memberikan ruang yang sesuai dengan standar-standar besaran ruang.
	b. Memberikan ruang-ruang personal	a. Bangunan memiliki zona ruang yang berbeda, yaitu ruang public, ruang privat,

Tujuan	Indikator	Parameter
		dan ruang service
	c. Memberikan kemudahan tingkah laku	a. Ruang yang diberikan sesuai dengan fungsi bangunan dan lingkungan
	d. Menjaga kondisi fisiologis pengguna	a. Memberikan penghawaan alami, pencahayaan alami, dan b. Memberikan rasa aman pengguna dengan adanya fasilitas proteksi bencana
	e. Menjaga Kondisi Indra	a. Menggunakan pencahayaan yang cukup dan tidak mengganggu penglihatan pengguna
	f. Menjaga Kondisi Sosial Pengguna	a. Memberikan ruang-ruang publik untuk pengguna berkegiatan sosial

Sumber: Analisa Pribadi, 2021

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Gagasan Perancangan

Surakarta *Creative Community Hub* merupakan bangunan yang dirancang dengan menggunakan pendekatan ilmu psikologi manusia, lingkungan, dan ruang agar terciptanya wadah untuk mendorong pelaku komunitas kreatif di Kota Surakarta untuk berkegiatan, berdiskusi, berkumpul, dan berkarya secara optimal.

A. Tinjauan Site

Site perancangan dipilih pada Kecamatan Banjarsari, Surakarta dengan luas tanah 31.400m². Pemilihan site ini diambil berdasarkan pertimbangan:

Tabel 3. Analisa Pemilihan Site

Positif	Negatif
<ul style="list-style-type: none"> Dekat dengan permukiman masyarakat Dekat dengan fasilitas pendidikan (SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi) Dekat dengan fasilitas umum dan olahraga Aksesibilitas menuju site mudah Daerah yang memiliki persebaran kegiatan komunitas terbanyak di Surakarta 	<ul style="list-style-type: none"> Jarak site dengan fasilitas transportasi umum cukup jauh. Berhadapan dengan jalur kereta api, sehingga dalam waktu tertentu akan terdampak kebisingan suara kereta api.

Sumber: Analisa Pribadi, 2021



Gambar 1. Site

Sumber : Dokumen Pribadi,2021

1. Batasan site:

- Utara: Permukiman

- Timur: Jalan KS Tubun, Permukiman, dan Jalan Samratulangi
- Selatan: Jalan Samratulangi
- Barat: Jalan Gremet, dan Permukiman

2. View Site



Gambar 2. Site
Sumber : Dokumen Pribadi,2021

B. Pencapaian Site

Pencapaian site dapat dicapai dengan cara:

1. Jalan Adi Sucipto Manahan Surakarta, melewati jalan bawah Fly Over Manahan, menuju ke Jalan Samratulangi, dan site berada di kanan jalan.
2. Dari Jalan Slamet Riyadi masuk menuju Jalan Samratulangi arah SMA 2 Batik Surakarta, dilanjutkan mengikuti jalan, dan site berada di kiri jalan.

C. Kebutuhan Ruang

Berdasarkan hasil analisa, maka kebutuhan ruang untuk Surakarta *Creative Community Hub* sebagai berikut:

Tabel 4. Kebutuhan Ruang

Kelompok Zonasi	Luasan
Zona Parkir	730m ²
Gedung Utama Creative Community Hub	2.335m ²
Zona Kantor	270m ²
Zona Service	527m ²
Lain-lain	785,5m ²
Total	2.826,5m ²

Sumber: Analisa Pribadi, 2021

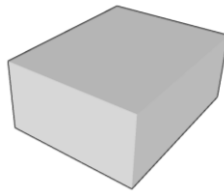
Luas Site : 31.400m²
 Luas Total Bangunan : 2.826,5m²
 KDB : 60% x 31.400m²
 : 18.840m²

3.2 Konsep Surakarta *Creative Community Hub* dengan Pendekatan Psikologi Arsitektur

A. Konsep Arsitektural

a. Transformasi Bentuk

Bentuk dari bangunan Surakarta *Creative Community Hub* ini diambil dari bentuk persegi. Bentuk persegi ini merupakan bentuk yang familiar dan sederhana bagi visual manusia. Sehingga dapat diterapkan untuk bangunan Surakarta *Creative Community Hub* yang digunakan oleh banyak kalangan dan latar belakang.



Gambar 3. Transformasi Bentuk

Sumber : Dokumen Pribadi,2021

b. Konsep View

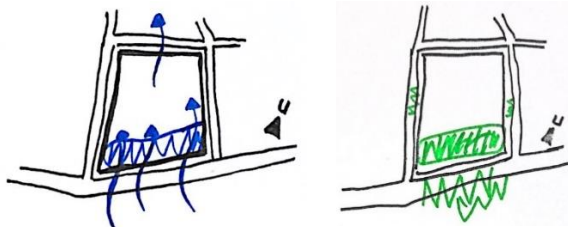


Gambar 4. Analisa dan Konsep View

Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Dengan adanya permukiman masyarakat di sisi kanan, kiri, dan belakang dari site maka *point interest* bangunan Surakarta *Creative Hub* dirancang menghadap jalan utama yaitu Jalan Samratulangi.

c. Konsep Angin, Kebisingan, dan Matahari





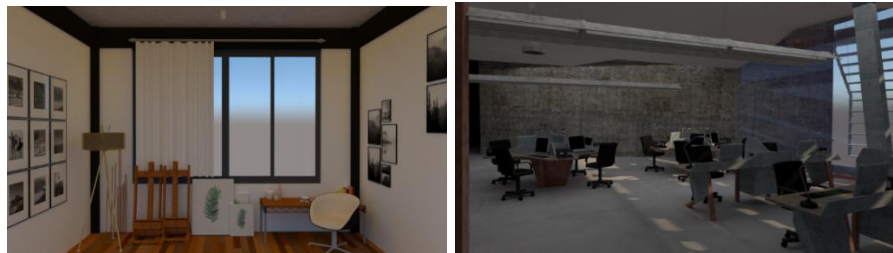
Gambar 5. Analisa dan Konsep
 Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Bangunan di berikan ketinggian yang berbeda dan celah celah bangunan yang digunakan untuk jalur angin dan sinar matahari. Zona aktifitas bangunan tidak didekatkan pada Jalan Samratulangi untuk menghindari area paling bising.

B. Konsep Psikologi Arsitekur

a. Fungsional

Surakarta Creative Community Hub dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelaku komunitas kreatif maupun masyarakat Kota Surakarta melakukan kegiatan-kegiatan kreatif. Surakarta *Creative Community Hub* dirancang dengan memperhatikan standart-standart besaran ruang yang berlaku agar terciptanya ruang-ruang yang fungsional.



Gambar 6. Konsep Fungsional
 Sumber : Dokumen Pribadi,2021

b. *How People See and Feel*



Gambar 7. Konsep *How People and Feel*
 Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Surakarta Creative Community Hub dirancang dengan memberikan bentuk-bentuk sederhana yang mudah diterima oleh indra manusia. Perancangan Surakarta *Creative Community Hub* ini mengadaptasi dari bentuk geometri yaitu persegi.

Persegi merupakan bentuk yang umum dan familiar sehingga dapat diterima oleh visual masyarakat. Selain itu bentuk persegi juga dapat diartikan stabilitas, kedamaian, keselarasan, dan keamanan.

c. *People are Social Animal*



Gambar 8. Konsep *People Are Social Animal*

Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Manusia tidak bisa lepas dari hubungan antar manusia lain. Manusia merupakan makhluk sosial, oleh karena itu Surakarta *Creative Community Hub* mendesain ruang terbuka yang digunakan sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi antara pengguna.

d. Warna dan Cahaya



Gambar 9. Konsep Warna dan Cahaya

Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Pada psikologi arsitektur, warna-warna netral dapat mempengaruhi pengguna dalam hal kreatifitas, produktifitas, dan konsentrasi. Oleh karena itu, diterapkan warna netral pada ruang-ruang Surakarta *Creative Community Hub*. Cahaya yang lebih redup atau tidak terlalu terang dapat membantu pengguna untuk lebih santai, berfikir jernih, dan memberikan suasana positif.

e. *Natural Focus*

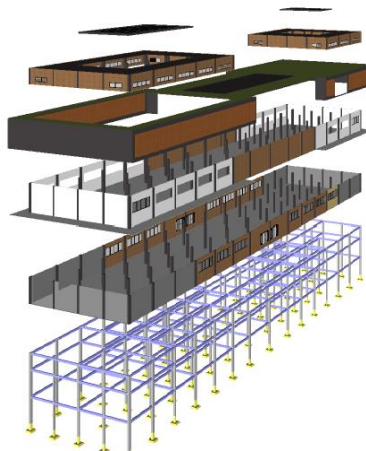


Gambar 10. Konsep *Natural Focus*
Sumber : Dokumen Pribadi,2021

Alam memberikan relaksasi dari penggunaannya, oleh karena itu memberikan vegetasi dan material alam pada bangunan dapat memberikan kesan alam secara visual maupun fisik bagi pengguna.

C. Konsep Struktural

Struktur bangunan merupakan aspek yang tidak bisa dipisahkan dari suatu perancangan dan perencanaan bangunan. Sistem struktur pada Surakarta *Creative Community Hub* ini terdapat struktur pondasi sumuran, kolom dan balok, dan langit-langit menggunakan atap dak.



Gambar 11. Konsep Struktural
Sumber : Dokumen Pribadi,2021

D. Konsep Utilitas

Faktor lainnya yang tidak kalah penting pada perancangan suatu bangunan yaitu utilitas. Utilitas merupakan faktor pendukung penting agar terciptanya kelancaran kegiatan di dalam bangunan.

a. Sistem Jaringan Air Bersih

Air bersih pada Surakarta *Creative Community Hub* berasal dari PDAM yang disimpan pada tangka penyimpanan air sebelum nantinya di distribusikan ke ruang-ruang.

b. Sistem Proteksi Kebakaran

Penyediaan hydrant lapangan, sprinkler, dan APAR pada bangunan Surakarta *Creative Community Hub* digunakan untuk mengantisipasi adanya kebakaran pada bangunan. Hydrant lapangan diletakkan dengan jarak 50-100m antar bangunan dan APAR dengan jarak 23m.

4. PENUTUP

Perancangan Surakarta *Creative Community Hub* sebagai wadah berkreasi, interaksi, dan komunikasi antar pelaku komunitas kreatif maupun masyarakat umum Kota Surakarta sehingga adanya gagasan-gagasan dan karya baru yang timbul sehingga nantinya dapat membantu dalam peningkatan ekonomi kreatif Kota Surakarta.

Konsep Desain Perancangan

A. Merancang dan merencanakan Surakarta *Creative Community Hub* sebagai fasilitas ruang kreatif dan berkegiatan masyarakat Kota Surakarta di tunjukkan pada:

1. Melakukan analisa pada komunitas kreatif di Kota Surakarta. Komunitas kreatif yang diwadahi dalam Surakarta *Community Creative Hub* ini antara lain komunitas seni, komunitas tari, komunitas music, komunitas, fashion, dan komunitas fotografi.
2. Melakukan analisa kebutuhan dan program ruang dengan mengacu pada standar-standar ruang yang berlaku.
3. Menyediakan beberapa ruang penunjang seperti ruang service, umum, dan penunjang lainnya.
4. Penggunaan bukaan yang cukup sebagai sirkulasi udara dan cahaya masuk ke ruang.

B. Menciptakan Surakarta *Creative Community Hub* dengan mengaplikasikan ilmu psikologi manusia, lingkungan, dan ruang. Aplikasi desain ditunjukkan pada:

1. Bentuk bangunan mengadaptasi dari bentuk persegi yang bersifat solid, familiar, dan mudah diterima oleh masyarakat.
2. Memberikan ruang-ruang bersosialisasi dan berinteraksi untuk pengguna sebagai bentuk pemenuhan sifat manusia yaitu makhluk sosial.

3. Menggunakan warna-warna netral dan cahaya yang sedikit redup untuk mempengaruhi psikologi pengguna agar lebih produktif, kreatif, berfikir positif, dan lebih santai.
4. Memberikan vegetasi pada ruang komunal dan menggunakan material alam pada fasad bangunan untuk memberikan kesan alam pada visual maupun fisik pengguna karena alam memberikan relaksasi pada manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2016. *Psikologi Lingkungan dan Pembangunan Edisi 2*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Halim, Deddy. 2005. *Psikologi Arsitektur Pengantar Kajian Lintas Disiplin*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Ruffaidah, Anne. 2019. *Geliat Ekonomi Kreatif di Era 4.0*. Berita Kemahasiswaan Institut Teknologi Bandung. Bandung
- Kumoro, Agung; Gita Bintari; Suparno. 2019. *Penerapan Psikologi Arsitektur Pada Perencanaan Sekolah Tinggi Desain Komunikasi Visual Di Jakarta*.
- Suharyanto, Arby. 2018. 12 *Hubungan Psikologi dengan Arsitektur*. <https://dosenpsikologi.com/hubungan-psikologi-dengan-arsitektur>.
- Boeree, George. 2005. *Sejarah Psikologi*. Prismsophie. Yogyakarta
- Putri, Alfi Istiqomah Kusuma; Muchlisiniyati Safeyah. 2020. *Kajian Estetika Visual Bandung Creative Hub Sebagai Representasi Identitas Kota*. Surabaya
- Hartono, Budhi. 2019. *Bandung Creative Hub Surga Bagi Insan Kreatif*. <https://commandcenter.bandung.go.id/bandung-creative-hub-surga-bagi-insan-kreatif/>