

## PERAN *CREATIVE HUB* DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG DI JNM BLOC, YOGYAKARTA

**Maulana Ibnu Farkhan**

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
[D300210220@student.ums.ac.id](mailto:D300210220@student.ums.ac.id)

**Erwin Herlian**

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
[eh660@ums.ac.id](mailto:eh660@ums.ac.id)

### ABSTRAK

*Industri kreatif kini telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang penting di berbagai negara, termasuk Indonesia. Pada tahun 2019, sektor ini memberikan kontribusi sekitar 7,44% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja, mayoritas di antaranya berasal dari generasi muda. di Yogyakarta, peran Creative Hub seperti JNM Bloc sangat penting dalam mendorong inovasi dan kolaborasi di kalangan pelaku kreatif. Sebagai pusat kegiatan seni dan budaya, JNM Bloc menawarkan ruang bagi komunitas kreatif untuk mengembangkan ide-ide dan memamerkan karya. Selain itu, fasilitas yang ada termasuk galeri seni, ruang publik, dan berbagai gerai makanan dan minuman, sangat mendukung aktivitas kreatif yang berlangsung di sana. Penelitian ini bertujuan memahami elemen-elemen dalam Creative Hub yang berkontribusi terhadap daya tarik pengunjung di JNM Bloc dan memahami lebih lanjut terkait cara kerja Creative Hub dalam menarik perhatian pengunjung untuk beraktifitas di JNM Bloc. Dengan menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang melibatkan teknik observasi, wawancara, dan studi literatur, hasil penelitian menunjukkan bahwa JNM Bloc berhasil menarik perhatian pengunjung melalui program-program kreatif yang digelar, fasilitas yang memadai, serta strategi promosi yang efektif menggunakan kolaborasi dan media sosial. Peran Creative Hub ini tidak hanya memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal, tetapi juga mengubah cara pandang masyarakat terhadap JNM, menjadikannya lebih dari sekadar museum.*

### KEYWORDS:

*Creative Hub, JNM Bloc, Yogyakarta; Daya Tarik Pengunjung; Industri Kreatif*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri kreatif telah menjadi sektor ekonomi yang sangat penting di banyak negara di dunia. Menurut data pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, menjadi semakin signifikan. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) di bidang kreatif, seperti seni, desain, musik, film, dan teknologi digital.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2019), kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai sekitar 7,44%, dengan total nilai sebesar Rp 1.100 triliun. Selain itu, sektor ini juga berhasil menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja, yang mayoritas berasal dari

generasi muda dengan keterampilan dan inovasi yang tinggi (BPS Indonesia, 2023). Selain berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), industri kreatif juga membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan inovasi di berbagai bidang. Dengan adanya dukungan pemerintah, komunitas kreatif, dan akses terhadap teknologi, industri ini mempunyai potensi untuk terus tumbuh dan bersaing di pasar global, seperti yang disampaikan oleh Sugeng Purwanto selaku Wali Kota Yogyakarta, dalam acara seminar di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Rabu (4/12/2024) "Di era digital seperti sekarang ketertarikan masyarakat pada gawai khususnya para anak muda sangat besar. Dengan ini masyarakat

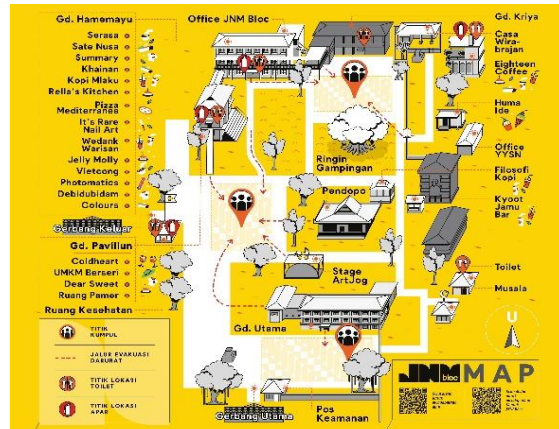
terus kami dorong agar mereka bisa menumbuhkan aktivitas-aktivitas kreatif”.

Dalam era perkembangan industri kreatif di Yogyakarta yang semakin pesat. Hal ini karena ketersediaan Sumber Daya Manusia, banyaknya Perguruan Tinggi, serta berbagai komunitas kreatif di Yogyakarta yang dinilai nyaman bagi industri kreatif. *Creative Hub* dapat berupa ruang fisik yang mewadahi aktivitas dari berbagai komunitas kreatif, seperti komunitas seni, yang berperan sebagai pelaku kreatif. Selain itu, *Creative Hub* juga dapat menampung beberapa bisnis dalam bidang industri kreatif (Parwata & ; Wirya Sastrawan, 2021). Dengan adanya peran *Creative Hub* menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi, kolaborasi, dan pertukaran ide antar pelaku kreatif. *Creative Hub* atau pusat kreatif sering kali menjadi wadah seniman, desainer, wirausahawan, dan orang-orang kreatif lainnya, yang berfungsi sebagai pusat kegiatan yang mendukung pengembangan ide-ide baru.

Pentingnya peran *Creative Hub* tidak hanya terletak pada fungsinya sebagai tempat berkumpul, namun juga bagaimana kehadirannya mempengaruhi daya tarik pengunjung. Daya tarik tersebut terlihat dari segala hal, mulai dari acara yang diadakan, interaksi sosial yang berlangsung, hingga keberagaman karya yang dipamerkan.

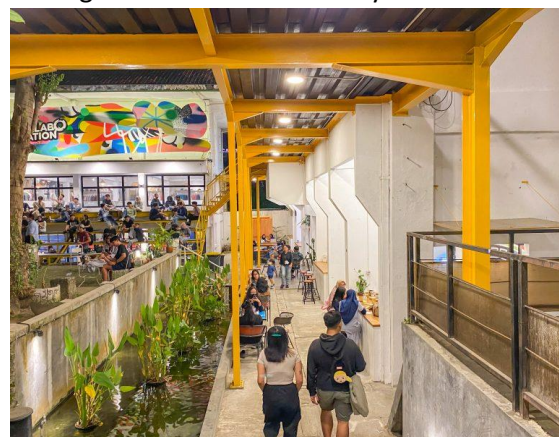
JNM Bloc, sebuah tempat *Creative Hub* yang kini telah berusia 6 tahun Di Indonesia, khususnya Yogyakarta, sebelum dibangun menjadi JNM Bloc, lokasi tersebut dulunya adalah bangunan kampus Institut Seni Indonesia (ISI). Kemudian pada awal tahun 2021, PT Radar Ruang Riang, yang dikenal juga sebagai M Bloc Group, menjalin kerja sama dengan manajemen JNM (Jogja National Museum) untuk mengembangkan ruang tersebut menjadi sebuah ruang kreatif komunal. Ruang ini dirancang untuk memberikan kesempatan bagi seniman di Yogyakarta untuk mempresentasikan karya-karya mereka. Selanjutnya, PT Ruang Riang Millennial mengajak pihak JNM (Jogja National Museum) untuk berkolaborasi membangun kembali JNM (Jogja National Museum), dengan tujuan menjadikannya sebagai ruang komunal kreatif, sebagai salah satu langkah untuk

mengaktifkan ruang tersebut. Hal ini yang membuat alih fungsi JNM (Jogja National Museum) menjadi JNM Bloc. JNM Bloc tidak hanya menyediakan ruang fisik, namun juga membangun ekosistem yang merangkul seni, budaya, dan kreativitas lokal sehingga menarik pengunjung dari berbagai kalangan.



Gambar 1. Layout JNM Bloc  
(sumber: JNM Bloc, 2024)

Pemanfaatan fasilitas oleh pengunjung atau pengguna menjadi salah satu keberhasilan JNM Bloc sebagai *Creative Hub* yang dibuktikan dengan aktivitas di semua fasilitas yang disediakan JNM Bloc seperti taman, pendopo, galeri, tenant yang disewakan (F&B) dan *amphitheater*. JNM Bloc mewadahi ruang untuk menampung berbagai bentuk kreatifitas yang disalurkan dari berbagai komunitas di dalamnya.



Gambar 2. Area FnB JNM Bloc  
(sumber: archinesia.com, diakses 7 November 2024)

Tidak hanya memberikan dampak positif bagi para pelaku kreatif, melainkan juga sebagai tujuan rekreasi bagi pengguna wisatawan lokal hingga wisatawan mancanegara dan untuk memajukan UMKM sekitar. JNM Bloc menyediakan ruang yang

dirancang untuk menampung berbagai komunitas kreatif untuk mengembangkan keahlian dalam satu tempat yang dapat memfasilitasi kebutuhan tersebut. Ruang ini sering disebut dengan istilah *Creative Hub*.



**Gambar 3. Konser yang Diadakan di Area Outdoor**  
(sumber: yashinta, 2023 Diakses 7 November 2024)

Berdasarkan beberapa latar belakang di atas, permasalahannya adalah untuk menganalisis peran *Creative Hub* dalam meningkatkan daya tarik pengunjung di JNM Bloc, Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memahami elemen-elemen dalam *Creative Hub* yang berkontribusi terhadap daya tarik pengunjung dan memahami lebih lanjut terkait cara kerja *Creative Hub* dalam menarik perhatian pengunjung untuk beraktifitas di JNM Bloc, Yogyakarta.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep *Creative Hub*

*Creative hub* adalah frasa bahasa Inggris yang berarti “pusat kreatif” dalam bahasa Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kreatif berarti keberadaan (mengandung) atau daya cipta, sedangkan pusat berarti landasan atau landasan utama (berbagai urusan, benda, dan sebagainya). Secara harfiah pusat kreatif atau *Creative Hub* dapat diartikan sebagai landasan dari sesuatu yang kreatif dan memiliki daya cipta.

*Creative Hub* merupakan tempat atau ruang yang dirancang untuk memfasilitasi kolaborasi dan kreativitas antar individu atau kelompok dengan latar belakang yang beragam, seperti seniman, desainer, atau pelaku kreatif lainnya. Ruang-ruang ini dirancang untuk mengakomodasi berbagai

kegiatan secara bersamaan, serta mempromosikan kolaborasi, keterbukaan, keterlibatan masyarakat, aksesibilitas, dan fleksibilitas (Putu Adi Wirya Nugraha et al., 2023). Secara umum, *Creative Hub* dapat didefinisikan sebagai pusat yang mendukung pengembangan ide dan penciptaan karya baru melalui interaksi antara anggota komunitas.

Menurut Nurdiani & Azizah (2023), definisi *Creative Hub* adalah sebuah tempat, baik fisik seperti fasilitas maupun virtual yang menyatukan orang-orang kreatif. Dalam konteks ekonomi kreatif, *Creative Hub* berfungsi sebagai pusat yang mempertemukan para pelaku industri kreatif untuk berkolaborasi dan menghasilkan karya yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal (Purnamasari et al., 2020).

Konsep *Creative Hub* ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan yang mendukung berbagai ilmu kreatif. Setelah tahun 2020, perkembangan teknologi turut mempengaruhi bentuk dan fungsi *Creative Hub*, kini tidak hanya menyediakan fasilitas fisik tetapi juga menjadi ruang digital yang mempertemukan kreator dengan audiens atau pasar secara global. Beberapa karakteristik utama dari *Creative Hub* adalah menyediakan layanan yang disesuaikan untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang kreatif, yang didukung oleh individu-individu terpercaya yang memegang posisi penting dan menjalankan berbagai aktivitas penting, dan peran *Creative Hub* ini sangat penting bagi kesehatan ekonomi kreatif lokal (Ellen O’Hara & Deepa Naik, 2021).

Dampak sosial dari keberadaan *Creative Hub* sangat signifikan, di mana para pengunjung merasakan kebanggaan tersendiri saat dapat melakukan aktivitas di tempat yang sedang populer di kalangan masyarakat. Hal ini terutama dirasakan oleh remaja, yang sering berkumpul dengan teman-temannya untuk berbagai kegiatan, baik bermain, belajar, maupun aktivitas lainnya (Setiastari & Purisari, 2021). Lokasi yang strategis menjadikan *Creative Hub* mudah diakses dan menarik minat pengunjung dengan berbagai fasilitas yang tersedia.

### Daya Tarik Pengunjung

Daya tarik merupakan suatu aspek yang mampu menarik perhatian, minat, atau rasa ingin tahu orang, sehingga dapat mendorong mereka untuk berkunjung, terlibat, atau menghabiskan waktu di sebuah tempat atau acara. Sementara, pengunjung adalah individu atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat atau acara. Sehingga dapat diartikan daya tarik pengunjung sebagai faktor-faktor ketertarikan yang dipengaruhi oleh kebutuhan spesifik dan preferensi individu untuk berkunjung ke suatu tempat (Cantika & Djunaid, 2023).

Daya tarik atau atraksi merupakan segala sesuatu yang terdapat di suatu wilayah atau objek yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi salah satu daerah (Hasan & Niken, 2015). Apabila atraksi atau daya tarik mencakup semua elemen yang terdapat pada suatu objek, maka hal tersebut menjadi faktor penarik yang membuat wisatawan ingin mengunjungi objek tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu tempat, khususnya di bidang usaha. Daya tarik dapat berasal dari berbagai aspek antara lain fasilitas yang disediakan, jenis kegiatan yang ditawarkan serta lingkungan sosial budaya di sekitar lokasi (Rifansyah & Sihombing, 2022).

Dengan pemeliharaan serta perawatan fasilitas yang baik maka dapat meningkatkan daya tarik pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung. Konsep yang berkaitan dengan kemampuan menarik perhatian pengunjung mencakup berbagai aspek yang mendorong mereka untuk datang dan menghabiskan waktu di suatu tempat (Cantika & Djunaid, 2023). Oleh karena itu, penting bagi pusat kreatif untuk menciptakan daya tarik yang unik untuk menarik pengunjung. Daya tarik ini tidak hanya mencakup keindahan alam, tetapi juga faktor-faktor budaya, sejarah, fasilitas, dan bentuk desain tempat tersebut.

Ada beberapa faktor utama yang dapat memengaruhi daya tarik pengunjung, di antaranya adalah karakteristik individual, pengalaman sebelumnya, preferensi individu, dan ekspektasi terhadap suatu tempat atau acara. Selain itu, aspek seperti promosi, kualitas pelayanan, daya tarik yang khas, dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya

juga dapat memengaruhi minat pengunjung (Marpaung, 2019). Secara umum, pengaruh-pengaruh tersebut menunjukkan bahwa minat pengunjung memiliki sifat kompleks dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik subjektif maupun objektif.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengumpulkan data kualitatif tentang suatu fenomena atau situasi yang dikaji. Penelitian kualitatif deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci, menjelaskan, dan menerangkan permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan observasi yang lebih dalam terhadap individu, kelompok, atau kejadian, serta mempelajari secara lebih mendalam tentang subjek penelitian tersebut (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara :

### 1. Observasi

Observasi adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi atau data melalui kunjungan langsung ke objek atau masalah yang sedang diamati dan disertai dengan pencatatan pada objek atau kejadian yang ditelaah (Nur Hidayah et al., 2024). Proses observasi pada penelitian ini yaitu pengumpulan data melalui survey pada JNM Bloc. Pengamatan dilakukan secara langsung di JNM Bloc yang berada di Jl. Prof. DR. Ki Amri Yahya No. 1, Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55253, observasi dilakukan pada hari Sabtu, pukul 14.00 hingga 22.00 WIB. Studi literatur sebelumnya dijadikan sebagai acuan dan dasar untuk memahami konteks serta membantu dalam menganalisis data dan hasil penelitian.

Untuk mendukung kebenaran data yang dikumpulkan melalui observasi, maka perlu dilakukan dokumentasi yang terkait dengan penelitian ini. Dokumentasi diambil di JNM Bloc, selama pelaksanaan observasi, sebagai bentuk arsip penelitian yang jelas.

### 2. Studi Literatur

Studi literatur adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang sudah ada sebelumnya terkait dengan suatu tema atau isu yang dikaji. Dalam melakukan studi literatur dilakukan dengan mempelajari, membaca, dan menganalisis jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dan terkait dengan tema atau isu yang dikaji untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang topik tersebut.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, khususnya dalam penelitian kualitatif (Rachmawati, 2007). Dalam proses wawancara, peneliti melakukan interaksi komunikatif dengan responden untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali pandangan, pengalaman, dan pandangan individu atau kelompok mengenai suatu isu. Dengan menerapkan metode wawancara yang terstruktur, semi terstruktur, atau tidak terstruktur, peneliti dapat menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan sifat responden.

### 4. Metode Pemilihan Sampel

Secara umum, sampel yang baik adalah yang dapat mewakili berbagai karakteristik populasi. Namun, dalam penelitian yang menggunakan analisis kualitatif, ukuran sampel tidak menjadi faktor utama, karena yang lebih diperhatikan adalah kedalaman informasi yang diperoleh sehingga lebih bermanfaat. Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*.

*Purposive Sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana partisipan atau unit sampel dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu yang dianggap berkaitan dengan tujuan penelitian. Responden dalam penelitian ini terdiri dari staf JNM Bloc serta pengunjung JNM Bloc yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Berusia antara 20 hingga 27 tahun
2. Terlibat dalam acara JNM Bloc setidaknya satu kali
3. Komunitas kreatif atau pelaku industri kreatif

Dengan menerapkan metode *Purposive Sampling* dan menentukan kriteria tertentu, diharapkan responden yang terpilih mampu memberikan sudut pandang berupa sampel yang relevan dan representatif dalam penelitian terhadap peran *Creative Hub* di JNM Bloc.

### 5. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggambarkan keadaan sebenarnya di lapangan dari objek yang sedang dianalisis. Setelah seluruh data lapangan yang dibutuhkan terkumpul, selanjutnya dilakukan perbandingan dengan data yang diperoleh dari literatur.

## HASIL PENELITIAN

### JNM Bloc Yogyakarta

JNM Bloc berlokasi di di Jl. Prof. DR. Ki Amri Yahya No. 1, Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55253, dengan luas lahan 2.900 m<sup>2</sup>. Bangunan ini sudah beroperasi selama 6 tahun sejak 2018 sampai saat ini. JNM Bloc dibangun oleh studio *architect* yang bernama *ARCADIA Architect*. Pada tahun 2006 sebelum JNM Bloc direnovasi oleh KPH. Wironegoro, M.Sc., telah memiliki sejarah yang panjang. Tercatat pada tahun 1950, JNM merupakan gedung Akademi Seni Rupa Indonesia (ASRI) kemudian pada tahun 1984 menjadi Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD).



Gambar 4. Letak Site

(sumber: Google Earth, Diakses 15 Desember 2024)

Jogja National Museum (JNM) atau JNM Bloc merupakan pusat aktivitas seni dan budaya yang dirancang sebagai ruang publik. Secara resmi, JNM Bloc bernaung di bawah

Yayasan Yogyakarta Seni Nusantara (YYSN), sebuah yayasan nirlaba yang memiliki badan hukum dan memiliki fokus pada pelestarian serta pengembangan seni dan budaya, termasuk seni rupa, seni pertunjukan, dan seni multimedia.



**Gambar 5. Kondisi Bangunan Sebelum Menjadi JNM Bloc (sumber: archinesia.com) Diakses pada 7 November 2024**



**Gambar 6. Kondisi Bangunan JNM Bloc Setelah Direnovasi (sumber: archinesia.com) Diakses pada 7 November 2024**

Kemudian, pada tahun 2022, JNM Bloc resmi dibuka di bawah naungan M Bloc Group. Kini, pada bagian belakang JNM Bloc telah dipenuhi dengan berbagai toko yang disewakan dan dikelola oleh UMKM di Yogyakarta yang diharapkan dapat membantu memajukan UMKM sekitar khususnya masyarakat Yogyakarta. Selain itu, JNM Bloc bertujuan untuk memfasilitasi seniman dan pekerja kreatif agar dapat menampilkan karya-karya mereka kepada publik. Oleh karena itu, hal tersebut dapat meningkatkan faktor daya tarik pengunjung untuk mengeksplorasi kegiatan yang diselenggarakan JNM bloc atau hanya ingin menikmati fasilitas yang disediakan.

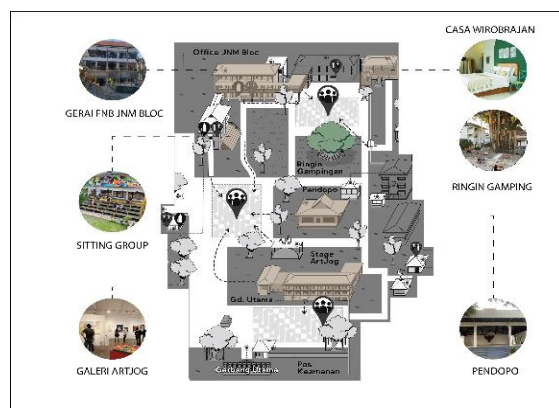
## Hasil Data

### Elemen-Elemen Dalam *Creative Hub*

#### 1. Elemen Fisik

##### Fasilitas di JNM Bloc

Fasilitas merupakan elemen-elemen fisik yang berkontribusi terhadap daya tarik pengunjung dalam mendukung berbagai kegiatan, terutama yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi, dan kolaborasi. Dalam beberapa tahun terakhir, tempat ini telah menjadi pusat bagi banyak individu dan komunitas yang ingin mengembangkan ide-ide dalam lingkungan yang inspiratif. Fasilitas yang ada sebagai berikut :



**Gambar 7. Fasilitas JNM Bloc (sumber: dokumen penulis, 2024)**

- **Galeri JNM Bloc**

Salah satu fasilitas utama di JNM Bloc adalah galeri atau ruang pameran yang luas dan fleksibel. Ruang ini dirancang untuk menampung berbagai jenis karya seni, mulai dari lukisan, patung, hingga instalasi multimedia. Setiap pameran diadakan secara berkala setiap satu tahun sekali, sering kali menampilkan karya seniman lokal maupun internasional, acara tersebut di selenggarakan oleh JNM Bloc dengan nama Artjog.

- **Gerai *Food and Beverage***

Gerai di Gedung Hamemayu JNM Bloc terdiri dari berbagai *Food and Beverage* (F&B) seperti kafe dan restoran dengan pilihan yang beragam, fasilitas ini memberikan tempat bagi pengunjung untuk bersantai. Kafe dan restoran ini tidak hanya menawarkan makanan dan minuman berkualitas, tetapi juga sering mengadakan acara musik dan diskusi tentang seni.

- **Pendopo**

Pendopo JNM Bloc digunakan untuk ruang publik yang dapat diakses oleh semua kalangan. Fasilitas ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai arena untuk menyelenggarakan acara, diskusi, pertunjukan seni seperti sanggar tari, serta kegiatan olahraga seperti yoga.

- **Area Pohon Beringin**

Di samping pendopo, terdapat pohon beringin yang dikenal dengan nama "Ringin Gampingan". Tempat ini sering digunakan untuk menyelenggarakan acara konser, di mana pengunjung dapat menikmati penampilan musik dari berbagai genre. Selain itu, lokasi ini juga berfungsi sebagai wadah untuk berkumpul bagi para komunitas kreatif di JNM Bloc. Seperti komunitas hip-hop yang sering menggunakan tempat tersebut

- **Penginapan Casa Wirobrajan**

Casa Wirobrajan adalah sebuah fasilitas akomodasi yang disewakan untuk umum maupun bagi seniman yang akan menjalani program residensi.

- **Sitting Group**

Terdapat sebuah area *Sitting Group* yang dirancang khusus untuk menciptakan ruang bagi pengunjung agar dapat bersantai dan berinteraksi. Area ini berfungsi sebagai tempat berkumpul untuk berdiskusi, melakukan aktivitas sosial, atau sekadar menikmati suasana yang ada. Dilengkapi dengan *Amphitheater*, area ini juga bisa digunakan untuk berbagai kegiatan komunitas, seperti acara baca puisi, pertunjukan musik akustik, atau workshop kreatif. Dengan demikian, area ini mendorong konektivitas dan kolaborasi yang lebih erat di antara para pengunjung.

### Data Pengunjung JNM Bloc

Observasi terhadap pengunjung dilakukan untuk menganalisis berbagai kegiatan di JNM Bloc, Yogyakarta. Dengan tujuan untuk memahami minat dan pola perilaku pengunjung, sekaligus mengetahui dampak dari berbagai acara dan fasilitas yang tersedia di tempat tersebut.

**Tabel 1. Aktivitas Pengunjung JNM Bloc**

Jam	Kegiatan	Pengunjung		
		Orang Tua	Dewasa	Anak-anak
14.00-15.00	1. Berkumpul di area Sitting Group	√	√	√
	2. Kunjungan galeri		√	
	3. Belanja merchandise	√	√	
16.00 - 20.00	1. Berfoto di spot tertentu	√	√	
	2. Kegiatan komunitas	√		
	3. Bersantai di kafe	√	√	√
	4. Mengikuti event		√	
	5. Berkumpul di area sitting group	√	√	√
	6. Belanja merchandise	√	√	
21.00 - 22.00	1. Pelatihan kelompok sanggar tari		√	√
	2. Bersantai di kafe	√	√	√
	3. Berfoto di spot tertentu	√	√	√
	4. Pertemuan individu	√	√	

(sumber: dokumen penulis, 2024)

JNM Bloc merupakan sebuah destinasi wisata yang menawarkan berbagai pengetahuan mengenai budaya, seni, dan sejarah. Di lokasi ini, para pengunjung memiliki kesempatan untuk menikmati berbagai pameran, lokakarya, dan pertunjukan yang dapat meningkatkan rasa keingintahuan. JNM Bloc beroperasi pada pukul 11.00 hingga 23.00 WIB pada hari kerja, dan pada pukul 09.00 hingga 23.00 WIB pada akhir pekan. Selain itu, JNM Bloc juga menyediakan berbagai fasilitas, salah satunya fasilitas utama yaitu galeri yang secara rutin menyelenggarakan pameran temporer setiap tahun dengan tema yang beragam.

Galeri ini hanya dapat diakses pada saat dilaksanakannya acara Artjog. Selain itu, pengunjung juga dapat berpartisipasi dalam lokakarya kreatif yang dipandu oleh para ahli. Dalam lokakarya tersebut, peserta akan mendapatkan kesempatan untuk mempelajari berbagai teknik seni secara langsung, termasuk melukis, menggambar, hingga seni kriya.

### Desain Arsitektur

Desain arsitektur pada JNM Bloc setelah berkembang menjadi ruang kreatif komunal menerapkan pendekatan *Adaptive Reuse* yang merupakan salah satu cara untuk tetap mempertahankan elemen-elemen sejarah bangunan dan mengintegrasikan dengan desain yang lebih modern.



**Gambar 8. Eksterior JNM Bloc  
(sumber: JNM Bloc, 2024)  
Diakses pada 17 Januari 2025**

JNM Bloc dirancang dengan konsep terbuka yang saling terhubung dan menciptakan aliran dinamis antar berbagai area di dalamnya. Memadukan penggunaan material struktur eksterior dengan baja dan besi hollow yang menggunakan warna mencolok agar menciptakan suasana yang unik dan menarik.

## 2. Elemen Non Fisik

### Penerapan Strategi Promosi JNM Bloc

Untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung di JNM Bloc dapat melalui berbagai pendekatan yang terintegrasi berupa elemen non fisik yaitu strategi promosi, ada beberapa strategi promosi yang diterapkan oleh JNM Bloc, yaitu :

- **Media Sosial**

Strategi promosi melalui media sosial ini mengoptimalkan konten yang menarik, baik berupa video maupun foto, dengan menonjolkan suasana dan berbagai kegiatan yang ada. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna media sosial untuk berkunjung ke JNM Bloc.



**Gambar 9. Akun Instagram JNM Bloc  
(sumber: dokumen penulis, 2024)**

- **Kolaborasi**

JNM Bloc menerapkan prinsip kolaborasi dengan berbagai pihak kepentingan, termasuk seniman lokal, komunitas kreatif, dan organisasi budaya. Dengan menjalin kemitraan ini, JNM Bloc tidak hanya memperluas jangkauannya, tetapi juga menciptakan peluang untuk pertukaran ide dan inovasi. Kerjasama dengan seniman dapat menghasilkan proyek seni kolaboratif, pameran, atau pertunjukan yang dapat menarik minat pengunjung dan meningkatkan pengalaman mereka. Selain itu, JNM Bloc juga dapat berkolaborasi dengan bisnis lokal dalam cara yang saling menguntungkan. Sebagai contoh, kemitraan dengan kafe atau restoran terdekat untuk menawarkan diskon atau paket spesial bagi pengunjung JNM Bloc dapat mendorong aliran pengunjung antara kedua tempat tersebut, sehingga menciptakan ekosistem yang saling mendukung.

Strategi kolaborasi yang beragam ini tidak hanya akan memperluas pengalaman yang diberikan oleh JNM Bloc, tetapi juga memperkuat hubungan dalam komunitas serta meningkatkan citra dan daya tariknya sebagai pusat seni dan budaya. Dengan menekankan kolaborasi, JNM Bloc dapat menciptakan suasana yang dinamis dan inspiratif, menarik perhatian pengunjung.

### Analisis dan Pembahasan

Aktivitas di JNM Bloc mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari fungsi awalnya yang hanya menyediakan fasilitas berupa museum. Sejak berdirinya Jogja National Museum (JNM) hingga tahun 2021, tingkat kepadatan pengunjung hanya meningkat pada saat diadakan pameran. Di luar acara tersebut, JNM cenderung sepi pengunjung seperti yang dialami bangunan tua lainnya. Dengan adanya proses pengembangan pemanfaatan lahan JNM Bloc yang mendatangkan konsep *Creative Hub* di dalamnya, JNM Bloc kini telah berevolusi menjadi pusat aktivitas atau kegiatan yang lebih beragam.

**Tabel 2. Kegiatan pengunjung di fasilitas JNM Bloc**

Fasilitas	Kegiatan	Pengunjung		
		Orang Tua	Dewasa	Anak-anak
Gerai/Tenant	1. Bersantai	√	√	—
	2. Mengobrol	—	√	—
	3. Beristirahat	√	√	√
	4. Mengerjakan Kerjaan	—	√	—
	5. Berkumpul	√	√	√
Pendopo	1. Pelatihan Seni	√	√	—
	2. Beristirahat	—	√	—
	3. Pameran	√	√	√
	4. Kegiatan Komunitas	—	√	—
	5. Meneduh	√	√	√
Galeri	1. Pameran	√	√	—
	2. Berkumpul	√	√	—
	3. Berfoto	√	√	√
Penginapan	1. Beristirahat	√	√	√
	2. Liburan	√	√	√
	3. Menginap	√	√	√
	4. Kegiatan Sosial	√	√	—
	5. Berkumpul	√	√	√
Area Pohon Beringin	1. Mengobrol	√	√	√
	2. Kegiatan Komunitas	√	√	—
	3. Berkumpul	√	√	√
	4. Berfoto	√	√	√
	5. Menyaksikan event	√	√	√

(sumber: dokumen penulis, 2024)

Dari hasil tabel observasi tersebut, JNM Bloc menciptakan tempat wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk beraktifitas didalamnya. Kegiatan pengunjung JNM Bloc didominasi oleh remaja, yang menunjukkan bahwa tempat ini berhasil menarik minat generasi muda untuk terlibat dalam berbagai kegiatan edukatif dan kreatif yang ditawarkan. Meskipun mayoritas pengunjung berasal dari kalangan remaja, fasilitas yang disediakan di JNM Bloc tidak hanya ditujukan untuk mereka. Melainkan semua kalangan juga dapat menikmati berbagai fasilitas yang tersedia.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian "Peran *Creative Hub* Dalam Meningkatkan Daya tarik Pengunjung di JNM Bloc, Yogyakarta" menunjukkan bahwa konsep *Creative Hub* berhasil menciptakan suasana yang menarik dan inovatif sehingga mampu menarik perhatian pengunjung untuk berkunjung di tempat tersebut. Peran *Creative Hub* berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar dengan menawarkan lapangan pekerjaan melalui

penyewaan ruang, seperti gerai. *Creative Hub* juga berkontribusi dalam mengubah persepsi masyarakat tentang JNM (Jogja National Museum), yang sebelumnya hanya dikenal sebagai museum. Saat ini, JNM Bloc menawarkan berbagai kegiatan kreatif seperti *workshop*, acara musik, pertunjukan seni, hingga pameran di galeri. Namun, keberhasilan *Creative Hub* tidak dapat terwujud tanpa adanya elemen pendukung seperti fasilitas yang memadai. Di sini, pengunjung tidak hanya dapat menikmati inovasi terkini, tetapi juga memperluas pengetahuan mengenai seni dan budaya. Fasilitas pendukung seperti area *Food and Beverage* (F&B), amphitheater, tempat ibadah, toilet, dan penginapan. Selain itu, keberhasilan strategi untuk menarik pengunjung juga dipengaruhi oleh branding yang efektif di media sosial dan kegiatan kolaborasi dalam berbagai kegiatan.

## SARAN

Saran yang diberikan penulis untuk meningkatkan efektivitas *Creative Hub* dengan cara mengoptimalkan strategi promosi yang lebih mendalam, terutama dalam menentukan target *audiens* yang lebih spesifik. Hal ini mencakup identifikasi dan pemahaman yang lebih baik terhadap kelompok yang ingin dijangkau, seperti usia, minat, dan kebutuhan spesifik dari para pengunjung. Dengan memahami karakteristik *audiens*, upaya promosi akan menjadi lebih terfokus. Penting juga untuk memperluas kolaborasi dengan komunitas lokal untuk mendukung pengembangan program yang relevan dan menarik. Selain itu, melakukan evaluasi secara berkala terhadap program dan fasilitas yang ada serta mengumpulkan umpan balik dari pengunjung juga sangat penting. Dengan demikian, melalui evaluasi dan perbaikan yang berkelanjutan, konsep *Creative Hub* dapat tetap relevan dan memenuhi harapan pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

BPS Indonesia, S. I. (2023). Catalog : 1101001. *Statistik Indonesia 2023, 1101001*, 790. <https://www.bps.go.id/publication/2020>

- /04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html
- Cantika, P., & Djunaid, I. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik terhadap Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9278–9286.  
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3164>
- Ellen O'Hara, & Deepa Naik. (2021). *Mapping Creative Hubs in England*. March. [www.britishcouncil.org](http://www.britishcouncil.org)
- Hasan, A., & Niken, W. S. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul Ali. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 224–238.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.  
[file:///C:/Users/Perpus-STIE/Downloads/294-Article Text-848-1-10-20200611.pdf](file:///C:/Users/Perpus-STIE/Downloads/294-Article%20Text-848-1-10-20200611.pdf)
- Nur Hidayah, W., Wawan Budiyanto, C., & Siyamtiningtyas, Y. (2024). Analysis of Moral and Spiritual Development in Vocational High School Students. *Journal of Informatics and Vocational Education (JOIVE)*, 7(1), 29–34.
- Nurdiani, N., & Azizah, A. N. (2023). Study of Creative Hub in Central Jakarta for Sustainable Human Environment. *E3S Web of Conferences*, 388, 0–3.  
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338801035>
- Parwata, I. W., & ; Wiryasastrawan, I. W. (2021). Undagi : Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa. *Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa*, 9(1), 105–113.  
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/undagi/index>
- Purnamasari, D., Wulandari, R., & Farida, A. (2020). Perancangan Creative Hub Di Pekanbaru Designing Creative Hub in Pekanbaru City. *EProceedings of Art & Design*, 7(2), 1–12.
- Putu Adi Wiryasastrawan, Desak Made Sukma Wldiyani, & Arya Bagus Mahadwijati Wijaatmaja. (2023). Creative Hub Di Kota Gianyar. *Jurnal Anala*, 11(2), 23–39.  
<https://doi.org/10.46650/anala.11.2.1445.23-39>
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40.  
<https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170.  
<https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.149>
- Setiastari, H., & Purisari, R. (2021). Analisis Desain Arsitektur dalam Membentuk Sense of Place. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial*, September, 2021.