

VOL	003
NO	002
JANUARI	
2022	

**Implementasi Karakter Generasi Milenial Pada
Pemrograman Arsitektur Akademi Youtuber Indonesia**

Alfonsus Grandy Wiranata

Perjalanan Visual Fotografi Portraiture Ve Dhanito FA

Heriyanto Atmojo

**Penerapan Arsitektur Analogi Wayang Bawor dalam
Perancangan Islamic Center di Kabupaten Banyumas**

Yogiswari Candra Permani, Marcelina Dwi Setyowati

**Perancangan Gerbang Masuk Kabupaten Bantul: Dengan
Pendekatan Arsitektur Simbolisme**

Muhammad Arief Kurniawan

**Ruang Jalan Ramah Lansia untuk Meningkatkan Minat
Berjalan Kaki pada Lansia di Purwokerto**

Raina Ghinaa Pratitasari

IMPLEMENTASI KARAKTER GENERASI *MILENIAL*
PADA PEMROGRAMAN ARSITEKTUR AKADEMI YOUTUBER INDONESIA

Alfonsus Grandy Wiranata¹

⁽¹⁾*Program Studi Arsitektur Universitas Pradita*
alfonsus.grandy@pradita.ac.id

Abstrak

Youtube telah menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial di Indonesia. Penggunaannya tercatat telah melebihi penggunaan media sosial lainnya, seperti: *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Kondisi tersebut akhirnya mengakibatkan munculnya profesi baru bagi generasi milenial yaitu menjadi seorang pembuat konten video di youtube yang lebih dikenal dengan sebutan *youtuber*. Maraknya kemunculan *youtuber-youtuber* amatir yang terjadi mendorong tersedianya wadah berupa akademi *youtuber* agar mereka memperoleh pendidikan untuk menjadi *youtuber* profesional. Namun begitu, hingga saat ini Indonesia belum memiliki akademi *youtuber* satu pun secara fisik. Selain itu, generasi milenial diyakini memiliki karakter yang berbeda dengan generasi lainnya dan mempengaruhi pemrograman arsitektur untuk akademi tersebut. Maka dari penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode fenomenologi bertujuan menemukan karakter dari generasi milenial. Hasil penelitian ditemukan berbagai identitas, karakter hingga perilaku dari generasi milenial yang digunakan sebagai dasar pemrograman. Selanjutnya, identitas, karakter, dan perilaku generasi milenial diolah pada pemrograman arsitektur. Hasil dari pemrograman mengungkapkan pengaruh karakter generasi milenial pada aspek pemrograman seperti program, fasilitas, spasialitas sehingga juga dapat diketahui dampaknya pada regulasi tapak yang harus dipenuhi pada rancangan Akademi Youtuber Indonesia (AYI).

Kata Kunci : *Arsitektur, Implementasi, Karakter, Milenial, Pemrograman*

IMPLEMENTASI KARAKTER GENERASI MILENIAL PADA PEMROGRAMAN ARSITEKTUR AKADEMI YOUTUBER INDONESIA

Alfonsus Grandy Wiranata¹

*⁽¹⁾Program Studi Arsitektur Universitas Pradita
alfonsus.grandy@pradita.ac.id*

Abstract

Youtube has become one of the social media that is widely used by millennials in Indonesia. Its use is noted to have exceeded the use of other social media, such as: Facebook, Instagram and Twitter. These conditions eventually resulted in the emergence of a new profession for millennial generation, namely becoming a video content creator on Youtube, better known as youtuber. The rise of amateur youtubers that occur encourages the availability of a youtuber academy academy so that they get an education to become professional youtubers. But until now Indonesia has not had a physical youtuber academy. In addition, millennial generation is believed to have a different character from other generations and influence architectural programming for the academy. So from this type of qualitative research with a phenomenological method aimed at finding the character of millennial generation. The results found various identities, characters to behaviors of millennial generation that are used as a basis for programming. Furthermore, the identity, character and behavior of millennial generation are processed in architectural programming. The results of programming reveal the effect of millennial generation characters on aspects of programming such as programs, facilities, and spatiality so that their effects on the regulation of the site must be met in the design of the Indonesian youtuber Academy (AYI).

Keywords : *Architecture, Implementation, Character, Millenials, Programming*

1. Pendahuluan

Youtube merupakan suatu *platform* berbagi video *online* yang cukup populer di seluruh dunia. Selama 5 tahun terakhir, tercatat bahwa terdapat lebih dari satu miliar pengguna *youtube* per bulan. Bahkan lembaga riset pasar Statista memprediksi bahwa jumlah penggunanya akan mencapai 1,8 miliar orang pada tahun 2021. Popularitas tinggi tersebut tentunya dilatarbelakangi oleh meningkatnya nilai guna *platform* tersebut terhadap pengguna internet. Melalui *youtube*, pengguna internet tidak hanya mendapatkan hiburan, tetapi mereka juga dapat mendapatkan banyak hal baru sesuai dengan minat mereka.

Di Indonesia, *Google* menyebutkan bahwa sebanyak 92 persen pengguna internet mengaku bahwa *youtube* merupakan tujuan pertama mereka untuk mencari konten video saat menggunakan *gadget* atau komputer. Selain itu, tercatat hingga bulan Mei 2018 telah terdapat sekitar 50 juta orang pengguna internet aktif yang menggunakan *youtube* setiap bulannya. Tentunya sebagian besar dari pengguna internet tersebut didominasi oleh kalangan muda, yaitu generasi milenial. Kondisi tersebut diperkirakan akan terus mengalami peningkatan hingga 10 tahun kedepan.

Populernya *youtube* di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi milenial. Sebagai generasi yang tumbuh di era teknologi digital, tidak sedikit dari generasi milenial yang akhirnya tertarik membuat konten video di *youtube*. Kegiatan membuat konten video serta

mengunggahnya ke *youtube* yang semula hanyalah sebagai hobi kini mulai menjadi profesi baru. Adapun profesi tersebut belakangan lebih dikenal oleh generasi milenial dengan istilah *youtuber*.

Namun di sisi lain, masih banyak dari mereka yang menjadi *youtuber* karena termotivasi oleh tingginya penghasilan yang didapat semata. Mereka tidak lagi mementingkan kualitas konten dan memanfaatkan *youtube* dengan bijak. Hal itu mengakibatkan munculnya *youtuber-youtuber* amatir, dimana video yang mereka hasilkan terkadang memuat konten sara, radikalisme dan lainnya. Dengan demikian, maka diperlukannya pendidikan untuk membuat konten video di *youtube* bagi generasi milenial agar menjadi *youtuber* profesional. Berangkat dari pernyataan tersebut, maka Indonesia memerlukan suatu wadah arsitektur berupa akademi *youtuber* untuk mengakomodasi generasi milenial dalam memperoleh pendidikan tersebut.

Selain itu, setiap generasi tentunya memiliki karakter yang berbeda sehingga rancangan arsitektur pun dituntut untuk mampu menyesuaikan karakternya. Adapun agar hal tersebut dapat terwujud maka rancangan arsitektur harus didukung dengan pemrograman yang berdasar pada karakter yang dimaksud. Oleh karena itu, rancangan akademi *youtuber* Indonesia (AYI) masa kini tidak dapat luput dari pemrograman arsitektur yang berdasar pada karakter generasi milenial.

Berdasarkan fenomena diatas, maka teridentifikasi pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Diperlukannya akademi *youtuber* sebagai wadah arsitektur bagi generasi milenial memperoleh pendidikan menjadi *youtuber* profesional.
2. Diperlukannya pemrograman arsitektur yang didasari karakter generasi milenial untuk rancangan akademi *youtuber* Indonesia masa kini.

Dengan pokok-pokok masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu: Bagaimana pemrograman arsitektur untuk Akademi *Youtuber* Indonesia (AYI) yang didasari karakter generasi milenial? Adapun penelitian ini bertujuan menghasilkan program-program arsitektur yang cocok untuk rancangan AYI masa kini. Sedangkan berdasarkan tujuannya, maka sasaran dari penelitian ini adalah memahami implementasi karakter generasi milenial pada pemrograman arsitektur Akademi *Youtuber* Indonesia.

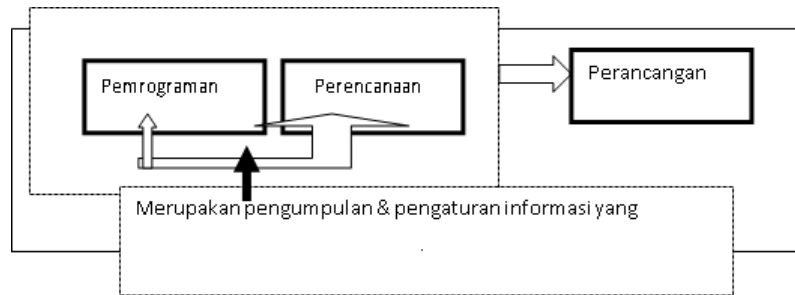
2. Tinjauan Pustaka

Lingkup Pemrograman

Untuk memahami lingkup pemrograman dan kedudukan pemrograman terhadap desain, maka perlu dilihat pengertian atau pendapat beberapa pakar sebagai berikut (Gandarum, 2011):

1. Pemrograman merupakan bagian dari proses desain atau posisi pemrograman merupakan awal kegiatan atau sistem dari suatu proses perancangan arsitektur.
2. Pemrograman adalah bagian desain, karena pemrograman merupakan kegiatan analisis dalam kaitan upaya pemecahan masalah desain.
3. Pemrograman merupakan bagian awal dari perencanaan (*planning*) dan produknya merupakan “informasi” sebagai input bagi kajian perkembangan masa yang akan datang. Di samping itu, pemrograman selalu dialamatkan pada fakta-fakta, kondisi, dan keputusan-keputusan.

Dalam kaitan pemrograman dilihat sebagai awal dari perencanaan maka secara skematik posisi pemrograman terhadap desain (perancangan) dan *planning* (perencanaan) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kedudukan Pemrograman Dalam Perancangan
 Sumber: Diktat Arsitektur, 2017

Dalam kaitan pemrograman dilihat sebagai bagian dari proses desain, maka menyebutkan terdapat tiga alternative hubungan meliputi : hubungan terpadu, hubungan terpisah dan hubungan interaktif (A. Saifullah dan Y. Wahyu, 2013). Gambaran skematiknya sebagai berikut :

1. Terpadu : Pemrograman - Perancangan
2. Terpisah : Pemrograman → Perancangan.
3. Interaktif : Pemrograman → Desain → Pemrograman

Langkah-Langkah Pemrograman

Langkah-langkah penyusunan program, kualitas pengambilan keputusan dalam proses perencanaan dan pemrograman suatu proyek, selayaknya dapat dilakukan *programer* secara sistematis seperti di bawah ini (Setiadi, 2011):

1. *Programer* memahami konsep *needs* dan *wants* klien secara sitemik berkenaan dengan suatu gagasan proyek arsitektural dan dapat melakukan pendekatan eksploratif untuk pengembangan program proyek tersebut.
2. *Programer* memahami sistem aktivitas, pelaku (penghuni atau pengguna), alat/perengkapan atau furnitur dan wadah atau fasilitas arsitektural (*indoor dan outdoor*) yang menaungi berbagai aktivitas yang terjadi di dalam suatu proyek.
3. *Programer* memahami cara, proses dan prosedur dalam menganalisis dan menemukan besaran-besaran luas wadah atau fasilitas. Dalam tahapan ini, *programer* harus membuat rekapitulasi kebutuhan fasilitas (*indoor dan outdoor*) dalam format yang ringkas dan informatif.
4. *Programer* memahami proses pendekatan dan perhitungan luas lahan tapak yang dibutuhkan oleh sebuah proyek, setelah program spasial (program ruang) diketahui secara keseluruhan.
5. Setelah memahami seluk-beluk proyek melalui seluruh proses diatas, maka selanjutnya *programer* menganalisis dan menemukan kriteria-kriteria lokasi ideal, serta dapat menentukan wilayah tertentu sebagai lokasi terbaik untuk proyek tersebut.
6. Selain itu, *programer* harus menemukan kriteria-kriteria lahan tapak ideal untuk proyek tersebut dan mampu menentukan lahan tapak yang terbaik sesuai dengan karakter dan besaran program spasial.
7. Memahami cara, proses dan prosedur dalam menganalisis dan menemukan syarat-syarat operasional proyek atau kriteria-kriteria rancangan ideal yang akan digunakan pada saat proses desain berlangsung.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi. subjek penelitian yaitu peneliti itu sendiri dan divalidasi terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian. Validasi terhadap peneliti yaitu meliputi: pemahaman penelitian kualitatif, penguasaan

wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian baik secara akademik maupun logikanya (Sugiono, 2009).

Sedangkan objek penelitian dalam fenomenologi yaitu sari atau esens (*essence*). Kata tersebut dalam penelitian fenomenologi mengacu pada aspek atau unsur yang terkandung dalam benda atau objek. Oleh karena itu, objek penelitian ini yaitu setiap gejala yang terdapat dalam fenomena yang menunjukkan karakter generasi milenial.

Penelitian dilakukan di lingkungan sekitar Universitas Tarumanagara, Universitas Trisakti, Mal Central Park, Mal Taman Anggrek dan Mal Citraland. Adapun lokasi tersebut dipilih disebabkan adanya pertimbangan bahwa banyak generasi milenial terdapat di dalamnya. Sehingga lokasi tersebut akan memudahkan proses pengumpulan data.

Data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu: 1) data primer dan 2) data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain, selain objek penelitian tersebut (Hasan, 2002). Data primer pada penelitian ini adalah deskripsi tentang fenomena-fenomena yang dialami subjek penelitian. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini terdiri dari: 1) Data tentang empat karakter generasi milenial Indonesia; 2) data tentang program dan materi pendidikan akademi *youtube*.

Data primer diperoleh dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan suatu cabang filsafat yang dikembangkan oleh Edmund Husserl. fenomenologi merupakan suatu prosedur kognitif yang khusus. Penggunaannya berdasarkan intuisi dalam pengamatan intelektual terhadap objek penelitian sehingga kekuatan metode tersebut terletak pada ketiadaan praduga dalam memahami suatu masalah dan pada detil pengamatan.

Selain itu, fenomenologi berupaya mengungkapkan makna dari pengalaman yang dilakukan oleh subjek penelitian. Makna dari fenomena yang dialami subjek penelitian akan sangat bergantung pada bagaimana hubungan subjek penelitian dengan fenomena tersebut. Proses pemaknaan diawali dengan proses penginderaan pada suatu proses pengalaman yang terus berkesinambungan. Arus pengalaman inderawi ini, pada awalnya, tidak memiliki makna. Makna muncul ketika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Karena itu, ada makna individual, dan ada pula makna kolektif tentang sebuah fenomena.

Namun sebelumnya, penelitian harus mengikuti beberapa prosedur berikut ini (Tjahjono, 2009): Pertama, reduksi seluruh subyektivitas diri karena apa yang diperlukan pada penelitian fenomenologis harus merupakan pendapat objektif. Hal tersebut berarti peneliti tidak boleh memulai penelitian dengan apa saja yang telah merasuki benaknya, tetapi dimulai dengan memandang seadanya tanpa rekayasa dan berkonsentrasi pada objek penelitian. Kedua, reduksi seluruh pengetahuan diri yang ada seperti: teori, hipotesis, bukti yang diperoleh dari sumber lain. Ketiga, reduksi dari seluruh tradisi yang ada, seperti apa yang telah diartikan orang lain tentang objek penelitian.

Selanjutnya data sekunder diperoleh dari literatur berjudul "Milenial Nusantara" dan literatur lainnya berjudul "Generasi Langgas" yang kemudian dirangkum kembali secara deskriptif. Adapun buku tersebut dipilih karena memiliki konten pembahasan yang terupdate diantara buku milenial lainnya. Selain itu juga terdapat data sekunder lainnya, yaitu data tentang program dan materi pendidikan akademi *youtube* yang diperoleh dari situs resmi milik *youtube* yaitu *YouTube Creator Academy*.

Adapun data yang telah diperoleh selanjutnya diolah menggunakan metode analisis fenomenologis yang terdiri dari beberapa tahapan (Sukada, 2016), yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi Fenomena

Pada tahap ini, peneliti mulai mengalami dan mendalami gejala-gejala yang telah diyakini sebagai gejala milenial. proses pendalaman tersebut merupakan fenomena yang harus dilakukan sesuai prosedur penelitian fenomenologis.

2. Pemaparan Fenomena
Selanjutnya, setiap fenomena yang telah dialami kemudian dijelaskan secara deskriptif. Penjelasan deskriptif tersebut harus berfokus pada apa yang dialami dan bagaimana pengalaman tersebut dialami. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pengungkapan makna dari masing-masing fenomena.
3. *Labeling* Fenomena
Pada tahap ini, peneliti melakukan penamaan (*labeling*) terhadap setiap fenomena berdasarkan masing-masing makna yang terungkap. Adapun tujuan dari penamaan tersebut adalah untuk membantu peneliti mudah memahami makna dari setiap fenomena tanpa harus membaca deskripsinya kembali dan memudahkan tahap selanjutnya.
4. Identifikasi Relasi Fenomena
Pada tahap ini, relasi antara fenomena dengan fenomena lainnya dianalisa lebih lanjut dengan mencari hubungan sebab-akibat yang terjadi.

4. Hasil dan Pembahasan

Identitas merupakan ciri-ciri yang menggambarkan lingkungan dimana generasi milenial hidup dan dapat mempengaruhi pembentukan karakter milenial. Adapun ditemukan bahwa generasi milenial memiliki identitas sebagai berikut:

1. Generasi yang terhubung (*Connected*)
Generasi milenial hidup pada era komunikasi berbasis internet sehingga penyebaran informasi terjadi sangat cepat di era mereka. Maka dari itu mereka dapat mengakses berbagai informasi dan berkenalan dengan banyak orang lain yang berasal dari berbagai belahan dunia. Kondisi tersebut membuat milenial dikenal sebagai generasi yang terhubung.
2. Generasi yang praktis (*Practised*)
Generasi milenial hidup pada era digital sehingga segala kemudahan dalam melakukan atau memperoleh sesuatu mereka miliki. Maka dari itu, mereka dikenal sebagai generasi yang praktis atau mengutamakan kemudahan.
3. Generasi tanpa batasan (*Borderless*)
Generasi milenial tidak menyukai kemonotonan dan keharusan dalam beraktivitas. Mereka memilih untuk beraktivitas dengan cara mereka sendiri. Maka dari itu, milenial dikenal sebagai generasi yang tidak teratur atau tidak memiliki batasan.

Selanjutnya karakter merupakan sifat pada generasi milenial yang mempengaruhi perilaku mereka. Adapun ditemukan bahwa generasi milenial memiliki beberapa karakter sebagai berikut:

1. Menyukai kesendirian (*Individualist*).
2. Memiliki kepercayaan diri yang tinggi (*Confidence*).
3. Memiliki banyak kebiasaan (*Multiskilled*).
4. Memiliki keingintahuan yang tinggi (*Curious*).
5. Menyukai keseimbangan hidup antara bekerja, bersosial dan berlibur (*Life Balance*).
6. Mencari hiburan pribadi (*Relaxed*).

Perilaku merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan oleh generasi milenial, yang kemunculannya disebabkan oleh karakter yang melatarbelakanginya. Adapun ditemukan bahwa generasi milenial memiliki beberapa perilaku yang cukup menonjol sebagai berikut:

1. *Centered* yaitu perilaku narsis atau merasa senang ketika dirinya menjadi pusat perhatian sehingga mereka berupaya mengekspos diri mereka saat berkegiatan.

2. Perilaku *Discovered* yaitu perilaku suka berbagi momen yang sedang mereka alami secara spontan. Sehingga secara spontan dengan cara ber-*selfie* atau *wefie* sehingga mereka menjadi eksis.
3. *Adaptive* yaitu perilaku mudah menyesuaikan diri pada kondisi yang berubah setiap saat.
4. *Expressive* yaitu perilaku suka menuangkan pendapat mereka melalui kegiatan kreatif.
5. *Multitask* yaitu perilaku suka melakukan/menyelesaikan berbagai kegiatan secara bersamaan pada satu tempat.
6. *Multiactivity* yaitu perilaku memilih untuk banyak berkegiatan.
7. *Creative* yaitu perilaku cenderung terpacu untuk berkreasi.
8. *Gadget Lover* yaitu perilaku senang menyendiri dan menghabiskan waktu berlarut-larut hanya dengan bermain *gadget*.
9. *Casualized* Generasi yaitu perilaku menyukai kegiatan duduk-duduk santai serta mengobrolkan sesuatu bersama temannya dalam rangka mengisi waktu luang (nongkrong).
10. *Collective* yaitu perilaku lebih memilih melakukan kegiatan dengan teman atas dasar kebersamaan.
11. *Crowd Seeker* yaitu perilaku lebih memilih tempat-tempat yang memiliki suasana ramai untuk mendapat motivasi dirinya saat beraktivitas daripada tempat yang sepi.
12. *Colorful Seeker* yaitu perilaku menyukai ruang-ruang yang kontras dengan warna atau arti tertentu.

Analisis Kebutuhan Arsitektur

Setiap perilaku generasi milenial yang ditemukan selanjutnya dianalisis mengenai lapisan-lapisan makna yang terbentuk didalamnya. Tujuannya adalah untuk menyelidiki hal-hal yang menjadi latarbelakang perilaku tersebut. Adapun hasil analisis tersebut dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis Kebutuhan

NO.	PERILAKU GENERASI MILENIAL	LAPISAN-LAPISAN MAKNA PERILAKU GENERASI MILENIAL
1.	Perilaku <i>Centered</i>	Bosan → Menghibur diri → Memunculkan diri → Mengutamakan diri
2.	Perilaku <i>Discovered</i>	Bosan → Memperbarui diri → Memunculkan pengalaman → Mengutamakan momen
3.	Perilaku <i>Gadget lover</i>	Mencari informasi → Reaktif → Kebersamaan
4.	Perilaku <i>Creative</i>	Terinspirasi → Kegiatan Eksploratif → Kegiatan Kolektif
5.	Perilaku <i>Crowd Seeker</i>	Bosan/ <i>Stress</i> → Hiburan personal → Berada di keramaian → Kesan santai
6.	Perilaku <i>Collective</i>	Sekelompok Pelaku → Kegiatan yang Sama → Berbagai Tempat → Membentuk Keramaian
7.	Perilaku <i>Adaptive</i>	Berbagai Pelaku → Berbagai kegiatan → Berbagai tempat → Tempat bersama
8.	Perilaku <i>Colorfull Seeker</i>	Bosan → Penghamburan Diri → Suasana Warna

9.	Perilaku <i>Expresive</i>	Pemanfaatan Keramaian → Intreraksi pasif → Pembentukan Memori
10.	Perilaku <i>Multitask</i>	Banyak kebiasaan → Keinginan cepat → Melakukan bersamaan
11.	Perilaku <i>Multiactivity</i>	Akses Informasi → Pengembangan Minat → Banyak Kegiatan
12.	Perilaku <i>Casual</i>	Menarik diri → Spontanitas Bercerita → Bagian dari sosialisasi

Selanjutnya setiap perilaku juga harus dianalisis mengenai presensi dan absensi didalamnya. Tujuannya adalah untuk menyelidiki berbagai peristiwa yang terjadi secara *real* maupun *non-real*. Sehingga setelahnya dapat diketahui sub- perilaku dari generasi milenial. Adapun hasil analisis tersebut dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Presensi dan Absensi

NO.	PERILAKU GENERASI MILENIAL	PRESENSI & ABSENSI PERILAKU GENERASI MILENIAL
1.	Perilaku <i>Centered</i>	<p>Presensi: Milenial ingin dirinya menjadi perhatian bagi orang lain.</p> <p>Absensi: a. Adanya upaya memvisualisasikan diri melalui kegiatan. b. Adanya ruang yang memiliki transparansi visual terhadap kegiatan yang sedang dilakukan milenial.</p>
2.	Perilaku <i>Discovered</i>	<p>Presensi: Milenial merasa senang berfoto pada suatu tempat atau objek yang menarik.</p> <p>Absensi: a. Milenial terhibur akibat interaksi mereka dengan tempat yang mereka kunjungi atau objek yang mereka temukan. b. Tempat yang mereka kunjungi atau objek tersebut membentuk kesan pada milenial.</p>
3.	Perilaku <i>Gadget Lover</i>	<p>Presensi: Kegiatan menyendiri dengan <i>handphone</i> atau <i>device</i> lainnya.</p> <p>Absensi: Adanya ruang privasi yang terbentuk dari kenyamanan milenial saat menggunakan <i>gadget</i>.</p>

4. Perilaku <i>Creative</i>	<p>Presensi: Milenial berkeinginan untuk banyak berkreasi.</p> <p>Absensi: Adanya upaya mengubah sesuatu yang abstrak menjadi nyata melalui cara-cara berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Adanya kegiatan menyerap informasi b. Adanya kegiatan mengembangkan ide c. Adanya kegiatan mewujudkan ide secara bersama
5. Perilaku <i>Crowd Seeker</i>	<p>Presensi: Milenial ingin mencari tempat-tempat ramai saat bosan.</p> <p>Absensi: Adanya perasaan menjadikan suara ramai sebagai pengganti teman saat milenial berkegiatan.</p>
6. Perilaku <i>Collective</i>	<p>Presensi: Milenial ingin ditemani oleh teman dekat saat bosan berkegiatan.</p> <p>Absensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Terjadinya perluasan ruang akibat pertumbuhan aktivitas dan pelaku yang dilakukan milenial. b. Perubahan ruang menjadi ruang bersama.
7. Perilaku <i>Adaptive</i>	<p>Presensi: Milenial membutuhkan ruang komunal.</p> <p>Absensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Milenial membagi ruang tersebut untuk orang lain. b. Terjadi perkembangan ruang yang dapat dilihat dari kegiatannya.
8. Perilaku <i>Colorful seeker</i>	<p>Presensi: Milenial senang berada pada ruang-ruang yang menampilkan pergerakan warna secara visual.</p> <p>Absensi Adanya perasaan suasana yang beragam akibat perbedaan warna-warna yang kontras.</p>
9. Perilaku <i>Expressive</i>	<p>Presensi: Milenial akan menggunakan ruang-ruang publik tertentu sebagai ruang berkreasi.</p> <p>Absensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Milenial dapat mengkomunikasikan keinginan atau pendapat mereka melalui kreasi b. Ruang publik mendorong milenial untuk berkreasi di dalamnya.

10.	Perilaku <i>Multitask</i>	<p>Presensi: Milennial membutuhkan tempat yang memungkinkan untuk melakukan berbagai kegiatan untuk dirinya.</p> <p>Absensi: Membutuhkan satu tempat yang menyediakan berbagai fungsi.</p>
11.	Perilaku <i>Multiactivity</i>	<p>Presensi: Penyediaan ruang-ruang komunitas dan penyaluran hobi.</p> <p>Absensi: Tidak ada absensi dalam gejala tersebut.</p>
12.	Perilaku <i>Casual</i>	<p>Presensi: Adanya kegiatan duduk membentuk kelompok.</p> <p>Absensi: Tidak ada absensi dalam gejala tersebut.</p>

Selanjutnya, hasil analisis diatas dilanjutkan dengan analisis lebih lanjut untuk mengetahui berbagai kebutuhan sebenarnya pada desain. Adapun hasil analisis tersebut dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3. Analisis Kebutuhan Desain

NO.	PERILAKU GENERASI MILENIAL	KEBUTUHAN DESAIN
1.	Perilaku <i>Centered</i>	Milennial membutuhkan pengarah visual orang disekitarnya ke arah aktivitas yang sedang ia lakukan.
2.	Perilaku <i>Discovered</i>	Milennial membutuhkan pertemuan aktivitas antara dirinya dengan aktivitas orang lain untuk membentuk event bersama.
3.	Perilaku <i>Gadget Lover</i>	Milennial membutuhkan ruang privasi saat dirinya berinteraksi dengan <i>gadget</i> .
4.	Perilaku <i>Creative</i>	Milennial membutuhkan ruang-ruang diskusi yang disertakan media mengeksplorasi pikiran.
5.	Perilaku <i>Crowd Seeker</i>	Milennial membutuhkan ruang dengan visualisasi keramaian sirkulasi dan keramaian suara untuk mencegah munculnya rasa bosan saat milennial berada di suatu tempat pada waktu yang cukup lama.
6.	Perilaku <i>Collective</i>	Milennial membutuhkan ruang yang dapat membentuk kelompok-kelompok kecil dengan kegiatan yang sama.
7.	Perilaku <i>Adaptive</i>	Milennial membutuhkan fleksibilitas ruang untuk beraktivitas.

8.	Perilaku <i>Colorfull Seeker</i>	Milenial membutuhkan suasana ruang yang memadukan warna-warna terang.
9.	Perilaku <i>Expressive</i>	Milenial membutuhkan ruang yang provokatif, artinya ruang tersebut berpotensi menjadi wadah kreasi dan menjadi daya tarik bagi orang lain.
10.	Perilaku <i>Multitask</i>	-
11.	Perilaku <i>Multiactivity</i>	Milenial membutuhkan ruang penyaluran hobi atau bakat mereka.
12.	Perilaku <i>Casual</i>	Milenial membutuhkan ruang terbuka yang cukup luas untuk kegiatan nongkrong sembari mengisi waktu luang.

Analisis Masalah Arsitektur

Selanjutnya kebutuhan yang telah teridentifikasi dianalisis lebih lanjut. Tujuannya adalah untuk mengetahui pokok-pokok masalah yang harus diselesaikan serta solusi penyelesaiannya. Adapun analisis tersebut dijelaskan pada tabel 4.

Tabel 4. Analisis Masalah Arsitektur

NO.	PERILAKU GENERASI MILENIAL	MASALAH
1.	Perilaku <i>Centered</i>	Penyediaan program yang bertujuan menunjukkan atau memperlihatkan milenial saat beraktivitas.
2.	Perilaku <i>Discovered</i>	Penyediaan program yang bertujuan memperlihatkan aktivitas yang sedang dilakukan milenial.
3.	Perilaku <i>Gadget Lover</i>	Penyediaan program yang bertujuan membuat milenial memperoleh relaksasi untuk memainkan <i>gadget</i> .
4.	Perilaku <i>Creative, Adaptive, Expressive dan Multiactivity</i>	Penyediaan program yang bertujuan membuat milenial dapat bekerja .
5.	Perilaku <i>Crowd Seeker</i> dan <i>Colorfull Seeker</i>	Penyediaan program yang bertujuan membuat milenial terhibur oleh adanya keramaian publik.
6.	Perilaku <i>Casualized</i> dan <i>Collective</i>	Penyediaan program yang bertujuan membuat milenial dapat bersantai bersama orang lain.

Dari analisis di atas, terlihat bahwa setiap perilaku generasi milenial menimbulkan masalah perancangan yang berbeda. Oleh karena itu, hal ini mengakibatkan Akademi *Youtuber* Indonesia (AYI) harus memiliki program dengan konsentrasi yang berbeda satu sama lain sebagai solusi masalah. Adapun program-program tersebut yaitu dapat dilihat pada tabel 5:

Tabel 5. Solusi Program Arsitektur

NO	PERILAKU	SOLUSI PROGRAM
1.	Perilaku <i>Centered</i>	Akademi <i>Youtuber</i> Indonesia memiliki program aktualisasi secara personal.
2.	Perilaku <i>Discovered</i>	Akademi <i>Yotuber</i> Indonesia memiliki program aktualisasi secara komunal.
3.	Perilaku <i>Gadget Lover</i>	Akademi <i>Youtuber</i> Indonesia memiliki program relaksasi Personal.
4.	Perilaku <i>Creative, Adaptive, Expressive dan Multiactivity</i>	Akademi <i>Youtuber</i> Indonesia memiliki program aktivasi secara komunal.
5.	Perilaku <i>Crowd Seeker</i> dan <i>Colorfull Seeker</i>	Akademi <i>Youtuber</i> Indonesia memiliki program rekreasi secara komunal.
6.	Perilaku <i>Casualized</i> dan <i>Collective</i>	Akademi <i>Youtuber</i> Indonesia memiliki program relaksasi secara komunal.

Analisis Program Arsitektur

Sebelum menentukan fasilitas arsitektur, konsentrasi setiap program perlu dianalisis terlebih dahulu untuk mengetahui peran serta orientasi penggunaannya pada rancangan. Adapun analisis tersebut dijelaskan pada tabel 6.

Tabel 6. Analisis Sifat dan Orientasi Program

NO.	JENIS PROGRAM	SIFAT PROGRAM	ORIENTASI PROGRAM
1.	Aktualisasi	Personal	Privat
2.	Aktualisasi	Komunal	Publik
3.	Relaksasi	Personal	Privat
4.	Relaksasi	Komunal	Publik
5.	Aktivasi	Komunal	Publik
6.	Rekreasi	Komunal	Publik

Analisis Fasilitas Arsitektur

Berdasarkan hasil analisis program dan mengacu pada identitas, karakter dan perilaku generasi milenial, maka didapatkan ketentuan-ketentuan yang mengatur penentuan fasilitas arsitektur pada AYI. Adapun ketentuan-ketentuan tersebut yaitu:

1. Generasi Milenial merupakan generasi yang memiliki karakter multiaktivitas, maka fasilitas yang akan diadakan harus mewakili pemenuhan program aktualisasi, aktivasi, relaksasi dan rekreasi.

2. Karakter *centered* dan *discovered* pada generasi milenial cukup menonjol maka fasilitas utama harus berorientasi pada pemenuhan program aktualisasi dan aktivasi.
3. Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki karakter *casualized*, maka Akademi *Youtuber* Indonesia harus memiliki fasilitas bersifat terbuka untuk publik.
4. Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki karakter *crowd seeker*, maka Akademi *Youtuber* Indonesia harus memiliki fasilitas publik yang menjadi penarik keramaian sepanjang waktu operasional.

Berdasarkan ketentuan-ketentuan diatas, maka fasilitas arsitektur yang dapat dihadirkan pada AYI yaitu:

1. Program aktualisasi personal yang bersifat privat diwakili dengan fasilitas *Learning Space*.
2. Program aktualisasi komunal yang bersifat publik diwakili dengan fasilitas *Event Space*.
3. Program relaksasi personal yang bersifat publik diwakili dengan fasilitas *Gadgetting Space*.
4. Program aktivasi komunal yang bersifat publik diwakili dengan fasilitas *Collaboration Space*.
5. Program rekreasi komunal yang bersifat publik diwakili dengan fasilitas *Commercial Space*.
6. Program relaksasi komunal yang bersifat publik diwakili dengan fasilitas *Landscape Space*.

Analisis Fungsi dan Aktivitas

Setelah fasilitas ditentukan, selanjutnya masing-masing fasilitas perlu dijelaskan secara detail tentang fungsi aktivitas di dalamnya serta pengguna fasilitas tersebut. Adapun penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Fungsi dan Pengguna Fasilitas

NO.	JENIS FASILITAS	FUNGSI FASILITAS	PENGGUNA FASILITAS
A.	<i>Learning Space</i>	1. Belajar-mengajar 2. Mengerjakan tugas 3. Meminjam&Membaca buku 4. Duduk-duduk & beristirahat 5. Mencari informasi. 6. Operasional	1. Peserta Akademi 2. Pengelola
B.	<i>Gallery Space</i>	1. Pameran temporer 2. Pameran tetap 3. Operasional	1. Peserta Didik 2. Komunitas 3. Masyarakat Umum
C.	<i>Event Space</i>	1. Menyelenggarakan acara 2. Menyaksikan acara 3. Operasional	1. Peserta Didik 2. Komunitas 3. Masyarakat Umum
D.	<i>Gadgetting Space</i>	1. <i>Charging</i> Baterai 2. Bersantai & Bermain <i>gadget</i> 3. Menonton video	1. Peserta didik 2. Komunitas
E.	<i>Collaboration Space</i>	1. Berorganisasi 2. Berkolaborasi 3. Berdiskusi & Mencari ide 4. Operasional	1. Peserta Didik 2. Komunitas

NO.	JENIS FASILITAS	FUNGSI FASILITAS	PENGGUNA FASILITAS
F.	<i>Commercial Space</i>	1. berjualan produk 2. pertunjukan musik 3. Bersantai	1. Peserta Didik 2. Komunitas 3. Pengelola 4. Masyarakat Umum
G.	<i>Landscape Space</i>	1. Berjalan santai 2. Duduk-duduk 3. Melihat-lihat pemandangan 4. Berfoto (<i>selfie/wefie</i>) 5. Bermain & Berolahraga	1. Peserta Didik 2. Pengelola 3. Masyarakat umum

5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa karakter generasi milenial berpengaruh pada beberapa aspek dalam pemrograman arsitektural Akademi *Youtuber* Indonesia (AYI) masa kini. Adapun pengaruh tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Program Arsitektur
Karakter generasi milenial mengakibatkan AYI harus memiliki 4 program, yaitu: program aktualisasi, aktivasi, rekreasi dan relaksasi.
2. Fasilitas Arsitektur
Karakter generasi milenial mengakibatkan fasilitas arsitektur pada AYI lebih berorientasi pada penggunaan untuk publik.
3. Spasialitas
Karakter generasi milenial mengakibatkan rancangan AYI membutuhkan lahan yang lebih luas daripada standar umumnya, dikarenakan terdapat banyaknya fasilitas yang berorientasi pada penggunaan untuk publik.
4. Regulasi Tapak
Karakter generasi milenial mempengaruhi spasialitas yang juga mengakibatkan rancangan AYI membutuhkan lahan/tapak yang memiliki KDB 60% dan KDH 30%.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Saifullah dan Y. Wahyu. (2013). *Metode Penyusunan Program Desain Arsitektural*. Jogjakarta: Diktat Arsitektur UGM.
- Gandarum, D. N. (2011). *Pendekatan Ilmiah Pada Pemrograman Arsitektur*. Jakarta: FTSP USAKTI.
- Hasan, I. (2002). *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Setiadi, T. (2011). *Pemrograman dan Perancangan Fasilitas-Fasilitas Arsitektural*. Jakarta: FT UNTAR.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukada, B. (2016). The Easier Way of Phenomenology For Architecture. *UI Presentation*, (hal. 1-28). Jakarta.
- Tjahjono, G. (2009). *Metode Perancangan Arsitektur*. Jakarta: FT UNTAR.