

**PERANCANGAN PUSAT INDUSTRI MUSIK  
SM ENTERTAINMENT INDONESIA DI KOTA SURABAYA  
DENGAN PENDEKATAN EKSPRESIONISME**

**TUGAS AKHIR**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Disusun Oleh :**

**VIRA ARITA FEBRIANTI  
NIM : H93218071**

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2022**

**PERANCANGAN PUSAT INDUSTRI MUSIK  
SM ENTERTAINMENT INDONESIA DI KOTA SURABAYA  
DENGAN PENDEKATAN EKSPRESIONISME**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana  
Arsitektur (S.Ars) pada program studi Arsitektur



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Disusun Oleh :**

**VIRA ARITA FEBRIANTI  
NIM : H93218071**

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Vira Arita Febrianti

NIM : H93218071

Program Studi : Arsitektur

Angkatan : 2018

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul : “PERANCANGAN PUSAT INDUSTRI MUSIK SM ENTERTAINMENT INDONESIA DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDEKATAN EKSPRESIONISME”. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah di tetapkan.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Juli 2022

Yang menyatakan,



Vira Arita Febrianti

NIM H93218071

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir oleh

NAMA : VIRA ARITA FEBRIANTI

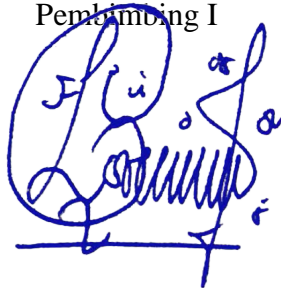
NIM : H93218071

JUDUL : PERANCANGAN PUSAT INDUSTRI MUSIK SM  
ENTERTAINMENT INDONESIA DI KOTA SURABAYA  
DENGAN PENDEKATAN EKSPRESIONISME

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 04 Juli 2022

Pembimbing I



(Qurrotul A'yun, S.T.,M.T., IPM.,ASEAN Eng.)  
NIP. 198910042018012001

Pembimbing II



(Mega Ayundya Widiastuti, M.Eng.)  
NIP. 198703102014032007

## PENGESAHAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Tugas Akhir Vira Arita Febrianti ini telah dipertahankan  
di depan tim penguji Tugas Akhir  
di Surabaya, 06 Juli 2022

Mengesahkan,  
Dewan Penguji

Penguji I

(Qurrotul A'yuh, S.T., M.T., IPM., ASEAN Eng.)  
NIP. 198910042018012001

Penguji II

(Mega Avundya Widiastuti, M.Eng.)  
NIP. 198703102014032007

Penguji III

(Dr. Rita Ernawati, S.T., M.T.)  
NIP. 198008032014032001

Penguji IV

Kusnul Prianto, M.T., IPM  
NIP. 197904022014031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Ampel Surabaya

Dr. A. Saepul Hamdani, M.Pd.

NIP. 196507312000031002



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Vira Arita Febrianti  
NIM : H93218071  
Fakultas/Jurusan : Sains dan Teknologi / Arsitektur  
E-mail address : viraarita@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia di Kota Surabaya dengan Pendekatan Ekspresionisme

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Juli 2022

Penulis

( Vira Arita Febrianti )

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN PUSAT INDUSTRI MUSIK**  
**SM ENTERTAINMENT INDONESIA DI KOTA SURABAYA**  
**DENGAN PENDEKATAN EKSPRESIONISM**

Korea Selatan menjadi salah satu negara yang gencar memanfaatkan industri kreatif dalam meningkatkan perekonomian dimana Indonesia adalah salah satu pasar terbesarnya. Hal ini menjadi peluang untuk melancarkan kerja sama antar negara. SM Entertainment yang merupakan perusahaan besar agensi manajemen hiburan Korea Selatan telah bekerja sama dengan perusahaan media Indonesia, Transmedia Corpora dalam mengembangkan talenta lokal dan konten berkualitas internasional. SM Entertainment memiliki visi yaitu dengan menghadirkan konten story telling dan karakter serta cerita yang menarik yang disebut SM Culture Universe (SMCU).

Pada perancangan ini menggunakan pendekatan arsitektur ekspresionisme sebagai solusi desain untuk memenuhi visi dan misi serta mengangkat karakter visual SM Entertainment. Dalam menerapkan nilai-nilai arsitektur ekspresionisme, maka konsep dibuat dengan membuat sebuah imajinasi menciptakan dunia fantasi baru yang bernama “Kwangta Land”. Nama ini berasal dari kata “Kwangyaa” yaitu semesta imajinasi dari SM Entertainment yang selalu hadir di setiap *movie video* yang diunggahnya. Untuk memenuhi konsep imajinatif tersebut didapat tagline “Universe of Imaginary” yang berarti semesta yang penuh dengan imajinasi. Kwangta Land ini menggambarkan semesta yang memiliki ilmu teknologi yang sangat maju yang mampu memberikan kesejahteraan dan hiburan baik bagi wisatawan, artis maupun staff.

Untuk itu, perancangan dengan menerapkan prinsip ekspresionisme serta konsep universe of imaginary yang mempertimbangkan karakter perusahaan ini menjadikan perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia semakin ekspresif dimana desain pada tapak, bangunan maupun ruangnya memiliki detail ekspresi tersendiri yang mewakili karakter perusahaan SM Entertainment untuk diekspresikan ke setiap pengguna ruang.

**Kata Kunci :** Pusat Industri Musik, SM Entertainment, Arsitektur Ekspresionisme

**ABSTRACT**  
**MUSIC INDUSTRY CENTER DESIGN**  
**SM ENTERTAINMENT INDONESIA IN THE CITY OF SURABAYA**  
**WITH EXPRESSIONISM APPROACH**

*South Korea is one of the countries that intensively utilizes the creative industry in improving the economy where Indonesia is one of the largest markets. This is an opportunity to launch cooperation between countries. SM Entertainment, which is a large South Korean entertainment management agency, has collaborated with Indonesian media company Transmedia Corpora in developing local talent and international quality content. SM Entertainment has a vision, namely by presenting story telling content and interesting characters and stories called the SM Culture Universe (SMCU).*

*This design uses an architectural expressionism approach as a design solution to fulfill the vision and mission as well as elevating the visual character of SM Entertainment. In applying the architectural values of expressionism, the concept is created by creating an imagination to create a new fantasy world called "Kwangta Land". This name comes from the word "Kwangyaa" which is the imaginary universe from SM Entertainment which is always present in every video movie it uploads. To fulfill this imaginative concept, the tagline "Universe of Imaginary" is obtained, which means a universe full of imagination. Kwangta Land describes a universe that has very advanced technology that is able to provide welfare and entertainment for tourists, artists and staff.*

*For this reason, the design by applying the principle of expressionism and the concept of the universe of imaginary which takes into account the character of this company makes the design of the SM Entertainment Indonesia Music Industry Center more expressive where the design on the site, building and space has its own expressive details that represent the character of the SM Entertainment company to be expressed to everyone. space users.*

**Keywords:** *Music Industry Center, SM Entertainment, Expressionism Architecture*

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah dan Tujuan Perancangan .....	3
1.3    Batasan Perancangan .....	3
<b>BAB II</b> .....	4
<b>TINJAUAN OBJEK DAN LOKASI PERANCANGAN</b> .....	4
2.1    Tinjauan Objek .....	4
2.1.1    Industri Musik .....	4
a.    Definisi Industri Musik .....	4
b.    Kegiatan Dalam Industri Musik .....	5
2.1.2    Definisi SM Entertainment .....	5
2.1.3    Fungsi dan Aktivitas .....	6
2.1.4    Kapasitas dan Besaran Ruang .....	9
2.2    Lokasi Perancangan .....	12
2.2.1    Kriteria Lokasi Rancangan .....	13
a.    Sumber Daya Penunjang .....	13
b.    Sumber Daya Manusia .....	13
c.    Teknologi .....	13
2.2.2    Gambaran Umum Site Perancangan .....	14
2.2.3    Tinjauan Site Perancangan .....	15
2.2.4    Kondisi Eksisting Tapak .....	15
2.2.5    Aksesibilitas .....	16
<b>BAB III</b> .....	17
<b>PENDEKATAN DAN KONSEP PERANCANGAN</b> .....	17
3.1    Pendekatan Perancangan .....	17

3.1.1	Arsitektur Ekspresionisme .....	17
3.1.2	Integrasi Keislaman.....	19
3.2	Konsep Perancangan .....	20
<b>BAB IV</b>	.....	<b>22</b>
<b>HASIL PERANCANGAN</b>	.....	<b>22</b>
4.1	Konsep Tapak.....	22
4.1.1	Rancangan Tata Massa.....	22
4.1.2	Rancangan Sirkulasi pada Tapak .....	23
4.1.3	Konsep Ruang Luar.....	24
4.2	Konsep Bangunan.....	26
4.1.4	Bangunan Produksi .....	27
4.1.5	Bangunan Promosi .....	28
4.1.6	Bangunan Distribusi.....	28
4.3	Konsep Ruang .....	29
4.3.1	Market.....	29
4.3.2	Kafetaria.....	30
4.1.7	Museum.....	31
4.1.8	Concert Hall .....	32
4.1.9	Dorm .....	32
4.4	Konsep Struktur.....	33
4.1.10	Bangunan Produksi .....	33
4.1.11	Bangunan Promosi .....	34
4.1.12	Bangunan Distribusi.....	35
4.5	Konsep Utilitas .....	35
4.1.13	Rancangan Sanitasi Air Bersih.....	35
4.1.14	Rancangan Sanitasi Air Kotor dan Bekas .....	36
4.1.15	Rancangan Utilitas Kebakaran.....	37
4.1.16	Rancangan Utilitas Kelistrikan .....	38
<b>BAB V</b>	.....	<b>39</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>39</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>40</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Pengguna dan Aktivitas Produksi .....	6
Tabel 2. 2 Analisis Pengguna dan Aktivitas Promosi .....	7
Tabel 2. 3 Analisis Pengguna dan Aktivitas Distribusi.....	8
Tabel 2. 4 Pemrograman Ruang.....	9



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Wilayah Kota Surabaya.....	14
Gambar 2. 2 Site Terpilih.....	15
Gambar 2. 3 Batas Site.....	16
Gambar 2. 4 Aksesibilitas Site.....	16
Gambar 3. 1 Konsep Perancangan.....	21
Gambar 4. 1 Rancangan Tata Massa.....	23
Gambar 4. 2 Sirkulasi Tapak.....	23
Gambar 4. 3 Amphitheater Terbuka 1.....	24
Gambar 4. 4 Skateboard.....	25
Gambar 4. 5 Piano Street.....	25
Gambar 4. 6 Atraksi Air Mancur.....	26
Gambar 4. 7 Amphitheater Terbuka.....	26
Gambar 4. 8 Gubahan Massa Bangunan.....	27
Gambar 4. 9Fasad Bangunan Produksi.....	27
Gambar 4. 10 Fasad Bangunan Promosi.....	28
Gambar 4. 11 Fasad Bangunan Distribusi.....	29
Gambar 4. 12 Interior Market Lantai 2.....	29
Gambar 4. 13 Interior Market Lantai 3.....	30
Gambar 4. 14 Interior Kafetaria.....	30
Gambar 4. 15 Interior Museum.....	31
Gambar 4. 16 Interior Ruang Konser.....	32
Gambar 4. 17 Interior Dorm.....	33
Gambar 4. 18 3D Struktur Bangunan Produksi.....	34
Gambar 4. 19 3D Struktur Bangunan Promosi.....	34
Gambar 4. 20 3D Struktur Bangunan Distribusi.....	35
Gambar 4. 21 Utilitas Air Bersih.....	36
Gambar 4. 22 Utilitas Air Kotor dan Bekas.....	37
Gambar 4. 23 Utilitas Kebakaran.....	38

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Septianingsih (2018), Korea Selatan (Korsel) menjadi salah satu negara yang gencar memanfaatkan industri kreatif dalam meningkatkan perekonomian. Melalui industri kreatif terutama *Korean Pop (K-Pop)* yaitu jenis musik yang identik dengan sekelompok *boyband* atau *girlband*, Korea Selatan mampu menghasilkan devisa ekspor bagi Korea Selatan senilai 8,2 miliar Dolar Amerika Serikat dan menjadi salah satu daya tarik utama kedatangan turis asing ke Korea Selatan. Artis *K-Pop* tidak hanya sukses di dalam negeri, tetapi juga mampu meraih popularitas di seluruh dunia, dimana Asia Tenggara adalah salah satu pasar terbesarnya (Septianingsih, Lit; Rezkisari, Indira, 2019). Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa penelitian mengenai penggemar *K-Pop* oleh beberapa institusi salah satunya dari pandangan YouTube dan Twitter.

Terdapat penelitian dari pandangan YouTube yang dilakukan oleh BLIP pada tahun 2019, Indonesia menempati posisi ke-2 setelah Korea dengan berhasil meraih 9,9% dari total *viewers* konten *K-Pop* di YouTube (Wowkeren, 2019). Dalam penelitian tersebut dapat dibuktikan bahwa Indonesia memiliki penggemar *K-Pop* yang cukup banyak yang dapat mempengaruhi kepopuleritas dan pendapatan Korea Selatan. Hal tersebut berpeluang untuk melancarkan kerja sama dibidang lainnya dengan Indonesia, sehingga perusahaan media Indonesia, Transmedia Corpora telah bekerja sama dengan perusahaan agensi besar Korea yakni SM Entertainment (Lubis M. , 2020).

Melalui website resmi Trans TV , *SM Entertainment Group* dengan PT. Trans Media Corpora telah menandatangani pokok perjanjian kerjasama (*Heads of Agreement*) dalam hal mendukung mengembangkan industri musik Indonesian atau *Indonesian Pop (I-Pop)* dalam rangka mempromosikan kekayaan budaya Indonesia ke pentas dunia. Kedua belah pihak akan bekerjasama dalam mengembangkan talenta lokal dan konten berkualitas internasional yang pada akhirnya akan mendorong terjadinya revolusi industri hiburan di tanah air (Lubis A. , 2019).

*SM Entertainment* atau SME merupakan salah satu perusahaan agensi manajemen hiburan terbesar di Korea Selatan yang didirikan pada tahun 1995 oleh

Lee Soo-Man. SME sendiri sangat dikenal sebagai pencetus konsep yang unik, orisinal, dan menarik, diantaranya seperti dunia *Kwangyaa*. *Kwangyaa* merupakan dunia imajinasi SM *Entertainment*. Menurut Annisa (2020) dalam konferensi persnya Lee Soo-Man menyatakan bahwa SME memiliki visi di masa depan dengan menghadirkan konten *story telling* dan karakter serta cerita yang menarik. Visi SM *Entertainment* tersebut disebut *SM Culture Universe (SMCU)*. *SMCU* diharapkan akan menghubungkan artis SM *Entertainment* saat ini dan masa depan dan juga akan mengekspresikan artis dan musik melalui konten cerita yang akan diikuti oleh para artisnya (Annisa, 2020).

Berdasarkan potensi dan permasalahan diatas dapat disimpulkan bahwa perlu adanya perencanaan pembangunan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia yang merupakan hasil kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan melalui bidang industri kreatif musik. Perancangan ini diharap dapat mengembangkan industri musik Indonesia, memberikan fasilitas bagi musisi-musisi Indonesia untuk berkreasi dan memberikan hiburan dan wisata bagi masyarakat Indonesia untuk dapat menikmati musik sebagai wadah *refreshing*.

Dalam memenuhi visi serta konsep SM *Entertainment* untuk mengekspresikan artis dan musiknya melalui konten cerita dan juga merancang bangunan yang mampu memberikan semangat bagi artis, staff maupun penggemarnya serta memfokuskan bangunan pada segi visualnya, maka dibutuhkan pendekatan yang juga mampu memberi solusi dari issue tersebut dalam sebuah pendekatan arsitektur. Pada studi perancangan ini mengangkat pendekatan arsitektur ekspresionisme sebagai solusi desain untuk memenuhi visi dan misi serta mengangkat karakter visual SM *Entertainment* dalam suatu desain bangunan, dimana menurut Janny dan Wahyudi (2012) Arsitektur Ekspresionis menjamin kebebasan dari perancang untuk mengekspresikan/menuangkan perasadaan dan imajinasinya kedalam perancangan (Mudeng & Siswanto, 2012). Diharap berdirinya pusat industri musik SM *Entertainment* Indonesia ini mampu membangkitkan industri kreatif musik di Indonesia dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pusat Industri SM *Entertainment* Indonesia untuk menyegarkan pikiran mereka.

Berdasarkan latar belakang diatas timbul ide untuk membuat perancangan dengan judul “Perancangan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia di Kota Surabaya dengan Pendekatan Ekspresionisme”.

### 1.2 Rumusan Masalah dan Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat diperoleh rumusan masalah, yaitu. Bagaimana Perancangan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia di Kota Surabaya dengan Pendekatan Ekspresionisme?.

Adapun tujuan perancangan yang ingin dicapai dalam seminar tugas akhir ini adalah menghasilkan rancangan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia di Surabaya dengan Pendekatan Ekspresionisme.

### 1.3 Batasan Perancangan

Batasan dalam perancangan pusat industri musik SM *Entertainment* Indonesia ini antara lain:

- a. Skala Pelayanan  
Pada perancangan “Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia” skala pelayanan mencakup Nasional dan Regional.
- b. Fungsi Objek  
Batasan desain pada “Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia” ini meliputi fungsi sarana produksi, promosi dan distribusi.
- c. Lokasi Objek  
Lokasi perancangan “Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia” ini berada di Kota Surabaya.
- d. Pendekatan Perancangan  
Pendekatan perancangan pada Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia menggunakan pendekatan ekspresionisme.

## **BAB II**

### **TINJAUAN OBJEK DAN LOKASI PERANCANGAN**

#### 2.1 Tinjauan Objek

Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia di Kota Surabaya merupakan objek rancangan yang berfokus pada industri musik merupakan objek rancangan yang berfokus pada bangunan agensi management entertainment dengan desain bangunan yang berbasis ekspresionis. Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia ini merupakan kantor cabang agensi SM Entertainment Pusat yang ada di Soul.

##### 2.1.1 Industri Musik

Pada sub-bab ini terdapat beberapa tinjauan industri musik, diantaranya adalah definisi industri musik, dan kegiatan dalam industri musik.

###### a. Definisi Industri Musik

Menurut Departemen Perdagangan RI (2009), Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut Simatupang (2008) juga menjelaskan bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Berdasarkan Departemen Perdagangan (2008) mengidentifikasi setidaknya 14 sektor yaitu yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu:

- 1) Periklanan
- 2) Arsitektur
- 3) Pasar Barang Seni
- 4) Kerajinan (handicraft)
- 5) Desain
- 6) Fashion
- 7) Film, video, dan fotografi
- 8) Permainan interaktif
- 9) Musik



- 10) Seni pertunjukan
- 11) Penerbitan dan percetakan
- 12) Layanan komputer dan piranti lunak
- 13) Radio dan Televisi
- 14) Riset dan Pengembangan (Fitriana, Noor, & Hayat, 2014).

Dalam penjelasan diatas dapat buktikan bahwa industri musik merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang mewadahi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kegiatan produksi, distribusi dan promosi.

b. Kegiatan Dalam Industri Musik

Untuk menghasilkan sebuah karya musik yang dapat dinikmati oleh semua orang diperlukan beberapa proses (Fitriana, Noor, & Hayat, 2014).

- 1) Dimulai dengan pembuatan lagu oleh musisi, pendokumenan lagu (rekaman) dalam bentuk kaset, penggandaan kaset rekaman, yang disebut proses produksi.
- 2) Dari kaset rekaman tersebut disalurkan melalui penjualan di toko-toko kaset hingga akhirnya dapat sampai ke tangan konsumen, proses ini disebut juga proses distribusi.
- 3) Untuk lebih meningkatkan penjualan album rekaman tersebut, perlu membawakan lagu mereka secara langsung dihadapan konsumen, hal tersebut disebut juga proses promosi.

2.1.2 Definisi SM Entertainment

Dilansir dari website resmi SM Entertainment, SM Entertainment, didirikan pada tahun 1995 oleh Kepala Produser Lee Soo Man, adalah perusahaan pertama di industri yang memperkenalkan sistem casting, pelatihan, produksi, dan manajemen yang sistematis, dan telah menemukan konten unik dengan menunjukkan permintaan akan musik dan tren budaya. SM Entertainment memasuki pasar global menggunakan strategi globalisasi dan lokalisasi melalui teknologi budaya dan telah menjadi perusahaan hiburan terkemuka di Asia (Smentertainment, 2019).

SM Entertainment memiliki filosofi manajemen yaitu *The Future of Culture Technology*, yaitu sebagai perusahaan yang memproduksi konten budaya dan entertainer terbaik dengan menggunakan teknologi budaya

tercanggih, SM Entertainment bertujuan untuk menyentuh hati masyarakat dan mempromosikan budaya Korea di setiap sudut dunia dengan tujuan berkontribusi pada ekonomi nasional, pertumbuhan dan kehidupan yang lebih makmur bagi semua orang (Smentertainment, 2019).

### 2.1.3 Fungsi dan Aktivitas

Gagasan pada Perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia ini didasari pada kegiatan industri musik itu sendiri yang terdiri dari kegiatan produksi, promosi dan distribusi. Maka dari itu fungsi yang akan terakomodasi dalam perancangan Pusat Industri Musik ini memberikan fungsi kantor dan juga rekreasi. Di sisi lain terdapat fungsi dan fasilitas lain seperti kafe, museum, teater, dll untuk menunjang kegiatan dalam industri musik. Sehingga dalam beberapa hal diatas, maka fasilitas-fasilitas tersebut dapat digolongkan kedalam tiga fungsi, yaitu fungsi primer, fungsi sekunder, dan fungsi penunjang. Dengan demikian fasilitas-fasilitas yang tersedia dapat disesuaikan dengan urgensi menurut fungsinya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uraian berikut ini.

Tabel 2. 1 Analisis Pengguna dan Aktivitas Produksi

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
<b>Primer</b>	Kantor Management	Pengarahan pada aktivitas industri musik secara menyeluruh	Privat	Staff
	Studio Musik	Menciptakan karya dan melatih bakat	Privat	Artis
	Studio Rekaman	Menciptakan karya musik	Privat	Artis
	Studio Dance	Membuat koreografi	Privat	Artis
<b>Sekunder</b>	Hunian	Tempat training calon artis	Privat	Artis
	Mushola	Beribadah	Privat	Artis dan Staff
	Cafeteria	Makan dan minum	Privat	Artis dan Staff
<b>Penunjang</b>	Ruang Pengobatan	Merawat dan mengobati setiap orang yang sakit	Semi Privat	Artis dan Staff
	R. Penitipan Anak	Bermain dan belajar	Privat	Artis dan Staff

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
	R. Olahraga	Berolahraga	Privat	Artis dan Staff
	R. Tunggu VIP	Mengunggu	Publik	Tamu, Artis dan Staff
<b>Service</b>	Parkir	Parkir kendaraan	Semi Privat	Artis dan Staff
	Post Satpam	Menjaga keamanan disekiar gedung	Privat	Staff
	R. CCTV	Mengawasi seluruh kegiatan dalam bangunan	Privat	Staff
	Lavatory	BAK dan BAB	Semi Privat	Artis dan Staff
	Janitor	Menyimpan peralatan kebersihan	Privat	Staff
	R. Genset	Menyimpan cadangan listrik	Privat	Staff
	R. Plumbing	Menyimpan cadangan Air	Privat	Staff
	Loading Dock	Transit truk barang dan bongkar muatan	Privat	Staff
	Gudang	Menyimpan barang	Privat	Staff

(Sumber : Hasil Analisis, 2022)

Tabel 2. 2 Analisis Pengguna dan Aktivitas Promosi

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
<b>Primer</b>	Concert Hall	Menampilkan karya yang dihasilkan dalam bentuk konser	Publik	Artis, Staff dan Pengunjung
<b>Sekunder</b>	Kantor Pengelola	Pengarahan pada aktivitas konser	Privat	Staff
	Ruang Audisi	Mencari talenta baru yang akan dinaungi oleh agensi	Publik	Staff dan Penunjang
<b>Penunjang</b>	Cafetaria	Makan dan Minum	Publik	Staff, Artis dan Pengunjung
	Atrium	Berkumpul dan mengadakan event	Publik	Staff, Artis dan Pengunjung
<b>Service</b>	Parkir	Parkir kendaraan	Semi Privat	Artis dan Staff
	Post Satpam	Menjaga keamanan disekiar gedung	Privat	Staff

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
	R. CCTV	Mengawasi seluruh kegiatan dalam bangunan	Privat	Staff
	Lavatory	BAK dan BAB	Semi Privat	Artis dan Staff
	Janitor	Menyimpan peralatan kebersihan	Privat	Staff
	R. Genset	Menyimpan cadangan listrik	Privat	Staff
	R. Plumbing	Menyimpan cadangan Air	Privat	Staff
	Loading Dock	Transit truk barang dan bongkar muatan	Privat	Staff
	Gudang	Menyimpan barang	Privat	Staff

(Sumber : Hasil Analisis, 2022)

Tabel 2. 3 Analisis Pengguna dan Aktivitas Distribusi

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
<b>Primer</b>	Exhibition	Memamerkan karya-karya yang dihasilkan oleh para artisnya	Publik	Pengunjung
	Market	Menjual album dan merchandise	Publik	Pengunjung
<b>Sekunder</b>	Mushola	Beribadah	Publik	Pengunjung
	Kantor Pengelola	Pengarahan pada aktivitas konser	Privat	Staff
<b>Penunjang</b>	ATM Center	Transaksi ATM	Publik	Staff dan Pengunjung
	Lobby	Menunggu dan berkumpul	Publik	Staff dan Pengunjung
	Resepsionis	Pelayanan informasi untuk pengunjung	Publik	Staff dan Pengunjung
	Cafeteria	Makan dan minum	Publik	Staff dan Penunjang
<b>Service</b>	Parkir	Parkir kendaraan	Semi Privat	Artis dan Staff
	Post Satpam	Menjaga keamanan disekitar gedung	Privat	Staff
	R. CCTV	Mengawasi seluruh kegiatan dalam bangunan	Privat	Staff
	Lavatory	BAK dan BAB	Semi Privat	Artis dan Staff

Klasifikasi	Jenis Ruang	Aktivitas	Sifat Aktivitas	Pengguna
	Janitor	Menyimpan peralatan kebersihan	Privat	Staff
	R. Genset	Menyimpan cadangan listrik	Privat	Staff
	R. Plumbing	Menyimpan cadangan Air	Privat	Staff
	Loading Dock	Transit truk barang dan bongkar muatan	Privat	Staff
	Gudang	Menyimpan barang	Privat	Staff

(Sumber : Hasil Analisis, 2022)

#### 2.1.4 Kapasitas dan Besaran Ruang

Analisis kapasitas dan besaran adalah analisis yang digunakan untuk mencari luasan dan kapasitas yang dikategorikan berdasarkan analisis pengguna dan aktivitas diatas. Penentuan kapasitas dan besaran ruang pada perancangan pusat industri musik ini berdasarkan dari beberapa studi literatur yang telah dilakukan.

Tabel 2. 4 Pemrograman Ruang

No	Bangunan dan Ruang	Deskripsi Ruang	Kapasitas Ruang	Total Luas Ruang
<b>A.</b>	<b>Bangunan Produksi</b>			
	1. Kantor Management	Ruang kantor yang terdiri dari ruang bagian produksi, bagian promosi dan bagian distribusi dimana masing masing bagian terdiri dari 3 ruang kantor	Ruang kantor berkapasitas @8 orang dalam satu waktu	343 m <sup>2</sup>
	2. Studio Musik	10 unit ruang yang digunakan untuk latihan serta membuat musik	Kapasitas @10 orang dalam satu waktu	450 m <sup>2</sup>
	3. Studio Rekaman	10 unit ruang yang digunakan untuk membuat rekaman lagu	Kapasitas @3 orang dalam satu waktu	60 m <sup>2</sup>
	4. Studio Dance	5 unit ruang yang digunakan untuk melatih gerakan dan membuat koreografi tari	Kapasitas @20 orang dalam satu waktu	1.200 m <sup>2</sup>
	5. Dorm	Asrama untuk para trainee beristirahat setelah berlatih yang didalamnya terdapat 2 kamar pengawas, 3 kamar	Kapasitas @35 orang dalam satu waktu	760 m <sup>2</sup>

No	Bangunan dan Ruang	Deskripsi Ruang	Kapasitas Ruang	Total Luas Ruang
		trainee (perempuan dan laki-laki) serta kamar mandi		
	6. Mushola	Ruang untuk beribadah bagi staff dan idol yang beragama muslim	Kapasitas @150 orang dalam satu waktu	600 m <sup>2</sup>
	7. Ruang Makan / Kantin	Ruang untuk staff dan idol istirahat makan siang yang didalamnya terdapat ruang makan serta dapur bagi staff kantin menyiapkan makanan	Kapasitas @150 orang dalam satu waktu	700m <sup>2</sup>
	8. Ruang Pengobatan	Ruang untuk mengobati sementara staff atau idol yang mengalami cedera atau sakit	Kapasitas @10 orang dalam satu waktu	78 m <sup>2</sup>
	9. Ruang Penitipan Anak	Mengakomodasi kegiatan bermain, belajar dan istirahat bagi staff yang memiliki anak	Kapasitas @30 orang dalam satu waktu	150m <sup>2</sup>
	10. Ruang Olahraga	Mengakomodasi aktivitas olahraga gym bagi staff dan idol untuk tetap menjaga tubuhnya sehat dan bugar	Kapasitas @25 orang dalam satu waktu	220m <sup>2</sup>
	11. Lobby	Mengakomodasi kegiatan berkumpul, bersosialisasi dan ruang tunggu tamu serta resepsionis	Kapasitas @200 orang dalam satu waktu	400m <sup>2</sup>
	12. Lavatory	Mengakomodasi kegiatan urinal	Kapasitas @11 orang dalam satu waktu	45 m <sup>2</sup>
	13. Service	Mengakomodasi kebutuhan kelistrikan, pumbling, gudang, kantor pos, ruang cctv	Kapasitas @10 orang dalam satu waktu	45 m <sup>2</sup>
	14. Parkir	Mengakomodasi parkir motor dan mobil bagi staff dan idol	Kapasitas @50 unit mobil dan @70 unit motor	1.355 m <sup>2</sup>
<b>B.</b>	<b>Bangunan Promosi</b>			
	1. Ruang konser	Mengakomodasi kegiatan menonton pertunjukan musik dan tari	Kapasitas @700 orang	750 m <sup>2</sup>
	2. Backstage	Mengakomodasi kegiatan bersiap diri sebelum tampil	Kapasitas @30 orang	230 m <sup>2</sup>

No	Bangunan dan Ruang	Deskripsi Ruang	Kapasitas Ruang	Total Luas Ruang
	3. Kantor Pengelola	Mengakomodasi aktivitas pengelolaan dalam bangunan yang terdiri dari 1 ruang dan ruang penyimpanan	Kapasitas @15 orang dalam satu waktu	120 m <sup>2</sup>
	4. Atrium	Mengakomodasi kegiatan berkumpul, dan festival	Kapasitas @300 orang dalam satu waktu	375 m <sup>2</sup>
	5. Cafeteria	Mengakomodasi kegiatan makan dan minum	Kapasitas @250 orang dalam satu waktu	585 m <sup>2</sup>
	6. Lavatory	Mengakomodasi kegiatan urinal	Kapasitas @17 orang dalam satu waktu	86 m <sup>2</sup>
	7. Service	Mengakomodasi kebutuhan kelistrikan, pumbling, gudang, kantor pos, ruang cctv	Kapasitas @10 orang dalam satu waktu	45 m <sup>2</sup>
	8. Parkir	Mengakomodasi parkir pengunjung mobil	Kapasitas @300 unit mobil dalam satu waktu	7.500 m <sup>2</sup>
<b>C.</b>	<b>Bangunan Distribusi</b>			
	1. Exhibition	Mengakomodasi kegiatan pameran karya	Kapasitas @300 orang dalam satu waktu	1.470 m <sup>2</sup>
	2. Market	Mengakomodasi kegiatan berbelanja merchandise dan album	Kapasitas @100 orang dalam satu waktu	1.200 m <sup>2</sup>
	3. Kantor Pengelola	Mengakomodasi aktivitas pengelolaan dalam bangunan yang terdiri dari 2 ruang kantor dan ruang rapat	Kapasitas @20 orang dalam satu waktu	180 m <sup>2</sup>
	4. Mushola	Ruang untuk beribadah bagi pengunjung yang beragama islam	Kapasitas @100 orang dalam satu waktu	215 m <sup>2</sup>
	5. Lobby	Mengakomodasi aktivitas berkumpul, transaksi dan menunggu	Kapasitas @200 orang dalam satu waktu	300 m <sup>2</sup>

No	Bangunan dan Ruang	Deskripsi Ruang	Kapasitas Ruang	Total Luas Ruang
	6. Lavatory	Mengakomodasi kegiatan urinal	Kapasitas @14 orang dalam satu waktu	60 m <sup>2</sup>
	7. Service	Mengakomodasi kebutuhan kelistrikan, pumbling, gudang, ruang cctv, dapur	Kapasitas @20 orang dalam satu waktu	300 m <sup>2</sup>
	9. Parkir motor	Mengakomodasi parkir pengunjung motor	Kapasitas @500 unit motor dalam satu waktu	750 m <sup>2</sup>

(Sumber : Hasil Analisis, 2022)

Tabel 2. 5 Rekapitulasi Kebutuhan Ruang

No	Fungsi	Estimasi Luasan
1.	Produksi	5.071 m <sup>2</sup>
2.	Promosi	10.762 m <sup>2</sup>
3.	Distribusi	2.047 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>		17.880 m <sup>2</sup>
4.	Sirkulasi 20%	3.576 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>		21.456 m <sup>2</sup>

(Sumber : Hasil Analisis, 2022)

## 2.2 Lokasi Perancangan

Obek bangunan yang akan dirancang merupakan bangunan pusat industri musik atau agensi management entertainment yang mengakomodasi kegiatan produksi, distribusi dan promosi. Dalam menentukan lokasi site yang sesuai dengan Perancangan Pusat Industri Musik Indonsesia terdapat tiga hal penting yang menjadi titik berat yang perlu dipertimbangkan berdasarkan strategi Korea Selatan dalam mengembangkan industri musiknya yaitu adanya sumber daya penunjang, sumber daya manusia, dan teknologi (Soesmanto, 2018).



### 2.2.1 Kriteria Lokasi Rancangan

#### a. Sumber Daya Penunjang

Menurut Soesmanto tahun 2018, sumber daya penunjang dalam mendirikan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* adalah berada atau dekat dengan area komersil untuk menunjang berlangsungnya kegiatan industri musik dan wisata (Soesmanto, 2018).

#### b. Sumber Daya Manusia

Menurut Soesmanto tahun 2018, sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting yang akan mendukung kesuksesan dalam mengembangkan industri musik Indonesia, untuk itu diperlukan sumber daya manusia baik seseorang yang memiliki bakat yang akan dikembangkan maupun penikmat musik sebagai konsumen (Soesmanto, 2018).

#### c. Teknologi

Menurut Soesmanto tahun 2018, teknologi juga punya peranan penting dalam menunjang pertumbuhan industri musik Indonesia untuk mempromosikan produknya yaitu area dengan konektivitas jaringan internet yang baik. Dengan konektivitas jaringan yang baik selain mempermudah dalam memproduksi, bagi penggemar akan lebih mudah untuk *streaming* dan menikmati lagu. Hal ini tentunya menunjang kepopuleran musik *K-pop* dan penjualan tiket konsernya (Soesmanto, 2018).

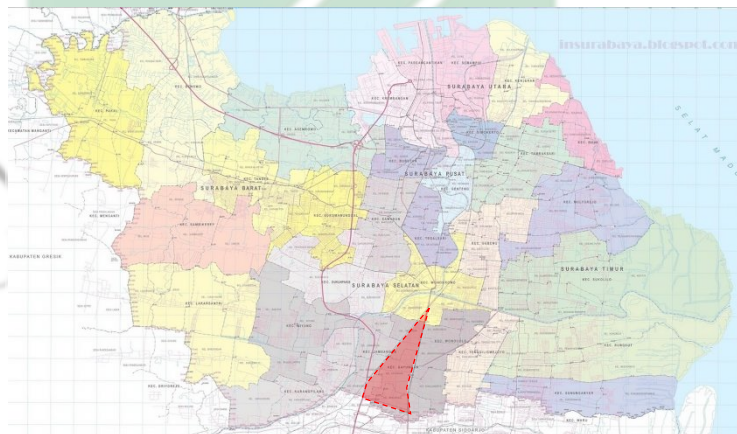
Lokasi site yang terpilih berada di zona UP IX Ahmad Yani dengan kategori zona perdagangan dan jasa skala regional (K5). Pada kategori central bisnis/superblock (mixed-use). Site yang terpilih ini berada pada lokasi yang mendukung dimana terdapat Lingkungan sekitar memiliki fungsi lain yang mendukung seperti wilayah perkantoran pemerintah, pusat perbelanjaan, dan pendidikan sehingga hal tersebut sudah cukup membuktikan bahwa site terpilih sudah sesuai dengan beberapa kriteria untuk pembangunan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia di Surabaya.

### 2.2.2 Gambaran Umum Site Perancangan

Kecamatan Gayungan berada di wilayah Surabaya Selatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) kota Surabaya 2017, Kecamatan Gayungan memiliki luas 615.078 hektare. Jumlah penduduk di dalam Kecamatan Gayungan Tahun 2016 sebanyak 46.451 orang. Ditinjau dari jenis kelamin, proporsi jumlah penduduk laki-laki dan perempuan untuk Kecamatan Gayungan memiliki rata-rata sex rasio dari tahun 2010-2016 sebesar 100,33%. Berdasarkan Analisa Location Quotient (LQ), sektor ekonomi Kecamatan Gayungan terdiri dari perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan motor, penyediaan akomodasi dan makan minum, real estate, jasa perusahaan, jasa pendidikan, dan jasa lainnya.

Kelurahan Menanggal sendiri memiliki luas wilayah 65.569 hektare dengan total penduduk 10.690 jiwa yang berada di ketinggian 7 m diatas permukaan air laut, dan memiliki topografi rendah. Batasan wilayah Kelurahan Menanggal, Kecamatan Gayungan, Kota urabaya :

- a. Batas Wilayah Sebelah Utara : Gayungan
- b. Batas Wilayah Sebelah Timur : Siwalankerto
- c. Batas Wilayah Sebelah Selatan : Dukuh Menanggal
- d. Batas Wilayah Sebelah Barat : Pagesangan



Gambar 2. 1 Peta Wilayah Kelurahan Menanggal, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya (Sumber : Bappeko Surabaya, 2014)

### 2.2.3 Tinjauan Site Perancangan

Perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia ini berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Kelurahan Menanggal, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya Jawa Timur dengan luas site 1,7 ha. Site ini berada di zona UP IX Ahmad Yani dengan kategori zona perdagangan dan jasa skala regional (K5) yang memiliki potensi pasar yang bagus mengingat UP Ahmad



Gambar 2. 2 Site Perancangan  
Sumber : Google Earth dengan penambahan, 2021

Yani merupakan kawasan perbatasan antara kota Surabaya dan kabupaten Sidoarjo. Site ini memiliki lingkungan yang menunjang kegiatan wisata seperti diantaranya terdapat Masjid Al-Akbar Surabaya, Graha Pena, dekat dengan Bandara Juanda, Royal Plaza, Trans Icon, Plaza Marina, Frontage Jl Ahmad Yani. Hotel Best Western Papilio, dan lain sebagainya.

### 2.2.4 Kondisi Eksisting Tapak

Kondisi site yang merupakan tanah kosong milik PT. Telkom dan sebagian besar berupa area yang banyak ditumbuhi semak liar. Kondisi eksisting tapak dan batasan pada sekitar site dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 3 Batas Site

Sumber : Hasil Analisis, 2021

- Batas Utara : Perkampungan
- Batas Timur : Jalan Ahmad Yani
- Batas Selatan : Perkantoran Jl. Menanggal 1
- Batas Barat : pertokoan.

### 2.2.5 Aksesibilitas

Lokasi yang berada pada sepanjang jalan Ahmad Yani ini dapat diakses menggunakan kendaraan pribadi baik roda 2 maupun roda 4. Adapun transportasi umum yang melewati site yakni angkutan umum, bus kota dan bus Surabaya. Lebar jalan pada sisi timur site (Jl. Ahmad Yani) yaitu 16 meter dengan kondisi jalan beraspal, sedangkan untuk sisi selatan site (Jl. Menanggal 1) kondisi jalan beraspal dengan lebar 6 meter.



Gambar 2. 4 Aksesibilitas Site

Sumber : Goole Earth dengan Penambahan, 2021

## **BAB III**

### **PENDEKATAN DAN KONSEP PERANCANGAN**

#### 3.1 Pendekatan Perancangan

Perancangan pusat industri SM Entertainment ini menggunakan pendekatan perancangan ekspresionisme. Pemilihan pendekatan tersebut berdasar pada latar belakang permasalahan perancangan sebelumnya yaitu bagaimana SM mengekspresikan artis dan musiknya melalui konten cerita dengan merancang bangunan yang mampu memberikan semangat bagi artis, staff maupun penggemarnya serta memfokuskan bangunan pada segi visualnya. Adapun teori-teori tentang pendekatan ekspresionisme lebih detail dijelaskan dibawah ini.

##### 3.1.1 Arsitektur Ekspresionisme

###### a. Pengertian Arsitektur Ekspresionisme

Menurut Sakul dan Erdiono (2012), ekspresionis adalah kecenderungan seorang seniman untuk mendistorsi kenyataan dengan efek-efek emosional. Ekspresionis dapat ditemukan dalam karya lukisan, sastra, film, arsitektur dan musik. Ekspresionis juga didefinisikan sebagai kebebasan distorsi bentuk dan warna untuk melahirkan bentuk ataupun sensasi dalam perasaan manusia yang biasanya dihubungkan dengan kekerasan atau tragedy (Sakul & Erdiono, 2012)

Penganut paham Ekspresionisme memiliki dalil bahwa '*Art is an expression of human feeling*'. Ekspresionisme merupakan gerakan untuk mencapai campuran cita-cita yang kompleks yang dicirikan sebagai irasional, emosional, antropomorfik, romantik dan monumental. Gerakan ekspresionisme kerap diyakini sebagai ide ruang, dimana bagian-bagian utama dari komposisi-komposisi arsitekturalnya biasa terdiri dari masa bangunan yang sifatnya sentral. Aliran Ekspresionisme adalah aliran yang ingin mengemukakan segala sesuatu yang bergejolak dalam jiwa. Sifat-sifat yang terkandung dalam karya-karya Ekspresionisme adalah adanya unsur subjektivitas yang sangat tinggi. Tampilan bangunan dengan aliran

ekspresionisme terkadang terlihat tidak lazim dengan menggunakan bahan dari batu bata, baja dan terutama kaca.

Dalam penelitian Erich Mendelsohn dalam jurnal Sakul dan Erdiono (2012) mengatakan bahwa ekspresionis menguraikan kelompok seni dinamik yang di pimpin oleh 3 macam arsitek, yaitu:

- 1) Para kaum simbolis kristalin yang menempatkan pengalaman simbolik, ideal di atas pengalaman spatial yang nyata.
- 2) Para analis ruang, yaitu mereka yang menyadari arsitektur sebagai manifestasi intelektual dari ruang abstrak.
- 3) Mereka yang mencari bentuk, yang berangkat dari persyaratan-persyaratan material yang konstruktif.

Dengan demikian maksud dan tujuan dari pada ekspresionis dalam arsitektur adalah untuk menghargai kebebasan berimajinasi dan kebebasan mencipta merupakan seni dalam arsitektur. Kebebasan yang dimaksud ini adalah seni yang tidak hanya dibatasi oleh modul yang akan menjadikan bentuk bangunan terlihat kaku dan monoton (Sakul & Erdiono, 2012).

b. Nilai dan Ciri Arsitektur Ekspresionisme

Dalam arsitektur ekspresionisme memiliki nilai – nilai (Sakul & Erdiono, 2012), yaitu sebagai berikut:

- 1) Menghargai kebebasan bentuk dan garis.
- 2) Menghasilkan Bentuk bangunan yang tidak monoton (imajinasi seseorang).
- 3) Mengekspresikan bahasa emosi bentuk dan warna.
- 4) Merupakan ungkapan isi hati seseorang.
- 5) Menjelajahi jiwa dan melukiskan emosi kepada orang lain.

Adapun ciri-ciri yang dimiliki arsitektur ekspresionisme (Sakul & Erdiono, 2012) antara lain sebagai berikut :

- 1) Menggunakan makna dari simbol dan ide ruang yang diterapkan dalam bangunan.
- 2) Menggunakan bentuk yang terdiri dari material yang konstruktif berupa kaca, baja dan dinding beton/batu bata.

- 3) Menggunakan kesamaan arti makna dari aliran Seni Ekspresionis dengan aliran.
- 4) Menggunakan kesamaan antara nilai Arsitektur Ekspresionis dengan objek bangunan.

### 3.1.2 Integrasi Keislaman

Pada hakikatnya sebuah perancangan juga memerlukan nilai-nilai keislaman dalam proses merancang untuk menyelesaikan isu-isu yang terjadi pada sebuah objek bangunan. Seperti pada Perancangan Pusat Industri Musik ini yang juga perlu adanya nilai-nilai islam dalam proses perancangannya.

Lingkungan Islam yang lebih terbuka terhadap seni ini adalah para sufi dan filosof. Banyak para filosof Islam yang benar-benar menguasai musik dan teorinya, beberapa diantaranya seperti Al-Farabi dan Ibnu Sina, dimana mereka ahli-ahli teori musik terkemuka. Bagi para sufi, seni adalah jalan untuk dapat menangkap dimensi interior Islam, dimana seni terkait langsung dengan spriritual. Al-Ghazali sebagai tokoh sufi mengatakan bahwa mendengar nada-nada vokal dan instrumen yang indah dapat membangkitkan hal-hal dalam kalbu yang disebut Al-Wujud atau kegembiraan hati (Wildan, SENI DALAM PERSPEKTIF ISLAM, 2007).

Allah Swt menciptakan manusia dengan memberikan akal yang dapat menciptakan sesuatu yang bisa disebut dengan seni atau budaya. Manusia juga diberikan rasa atau perasaan untuk menghayati dan merasakan sesuatu..

Perancangan Pusat Industri Musik SM *Entertainment* Indonesia ini akan membuat suatu seni yang memiliki keindahan baik dari seni arsitektural pada bangunan, landscape maupun dari produk seni musik yang dihasilkan. Melalui pendekatan ekspresionisme akan memberikan rasa atau perasaan seseorang untuk menghayati dan merasakan ekspresi yang ada pada perancangan ini. Dengan begitu perancangan ini diharap mampu memberikan dampak positif yakni dengan memberikan hiburan bagi seseorang dengan meningkatkan

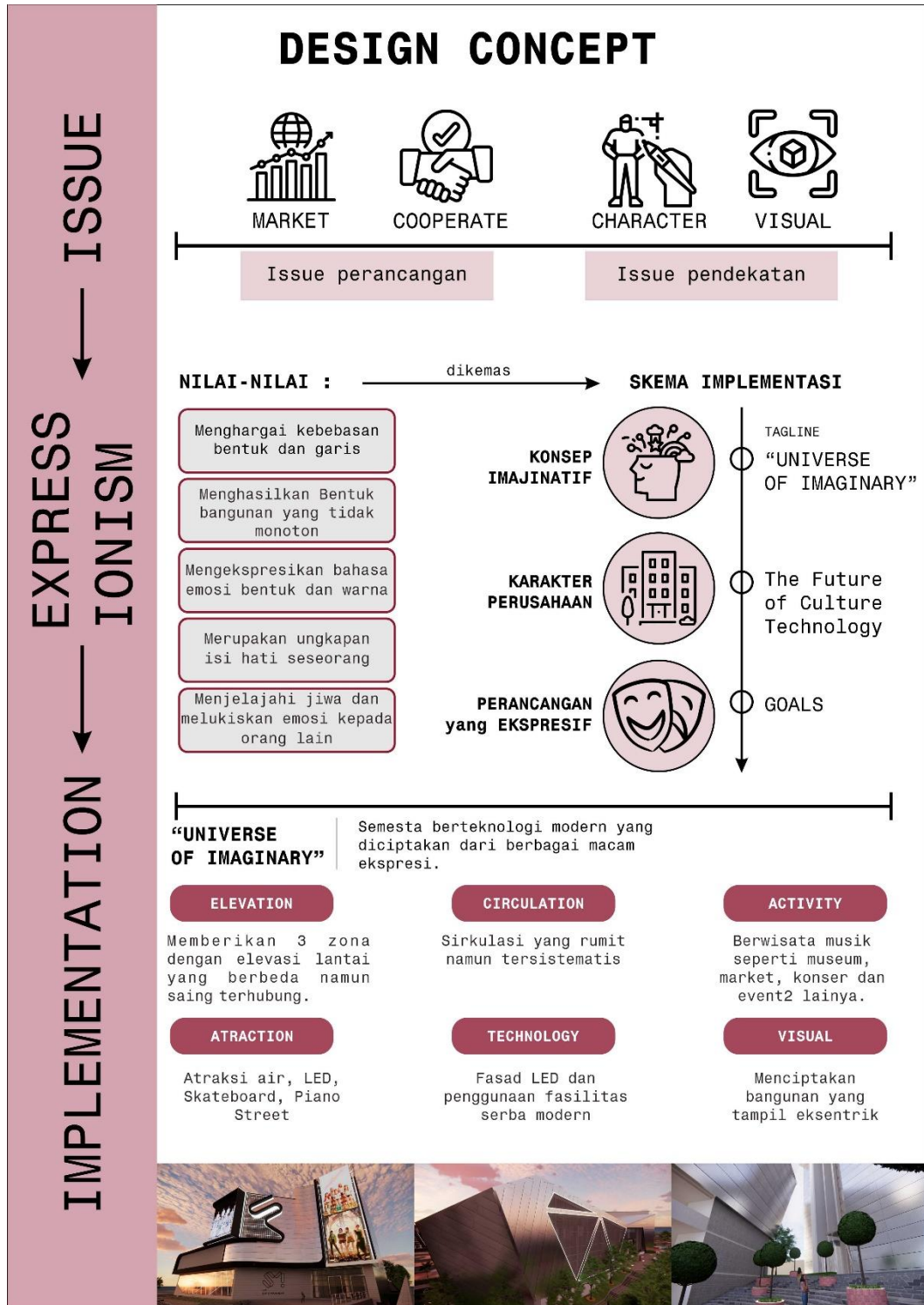
suasana hati dan emosi secara keseluruhan yang mampu menyeimbangkan kesehatan antara badan, pikiran dan emosi.

### 3.2 Konsep Perancangan

Pendekatan Arsitektur Ekspresionisme merupakan pendekatan yang akan digunakan dalam perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia ini. Dalam menerapkan nilai-nilai arsitektur ekspresionisme, maka konsep dibuat dengan sebuah imajinasi menciptakan dunia fantasi baru yang bernama “*Kwangta Land*”. Nama ini berasal dari kata “*Kwangyaa*” yaitu semesta imajinasi dari SM Entertainment yang selalu hadir di setiap *movie video* yang diunggahnya. *Kwangyaa* sendiri merupakan semesta lain dari SM Entertainment yang memiliki ilmu teknologi yang modern. Untuk memenuhi konsep imajinatif tersebut didapat tagline “Universe of Imaginary” yang berarti semesta yang penuh dengan imajinasi. *Kwangta Land* ini menggambarkan semesta yang memiliki ilmu teknologi yang sangat maju serta ekspresif yang mampu memberikan kesejahteraan dan hiburan baik bagi wisatawan, artis maupun staff. Hal tersebut berkorelasi dengan nilai-nilai islam yang sesuai dengan filosof islam Al-Ghazali sebagai tokoh sufi mengatakan bahwa mendengar nada-nada vokal dan instrumen yang indah dapat membangkitkan hal-hal dalam kalbu yang disebut Al-Wujud atau kegembiraan hati. Adapun skema konsep perancangan dapat dilihat pada gambar 3.3.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A





Gambar 3. 1 Konsep Perancangan  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

## BAB IV

### HASIL PERANCANGAN

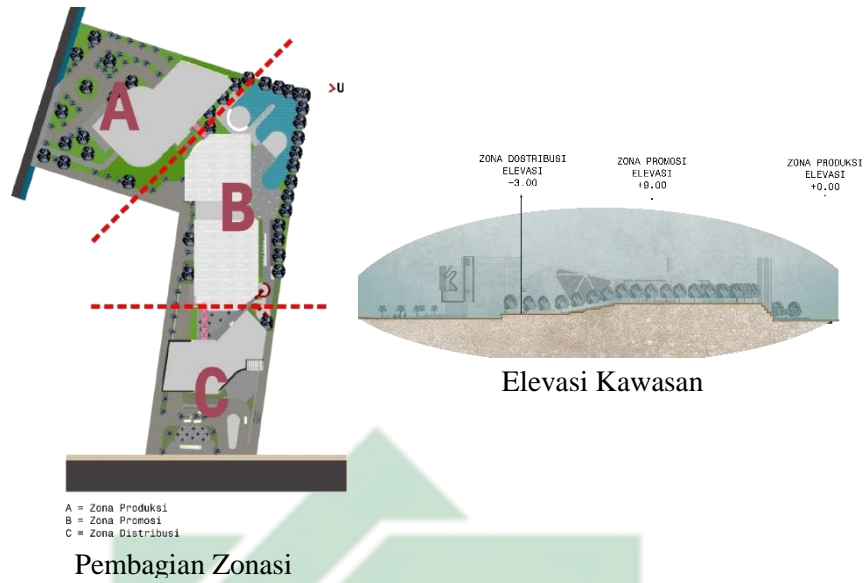
#### 4.1 Konsep Tapak

Aspek perancangan yang menghasilkan ide dasar perancangan “Universe of Imaginary” tersebut dapat diwujudkan dalam sebuah rancangan yang mengekspresikan karakteristik dari SM Entertainment yang dapat diaplikasikan dalam rancangan baik tapak, bangunan dan ruang sebagai berikut.

##### 4.1.1 Rancangan Tata Massa

Proses berfikir dari menciptakan tata massa ini berangkat dari ide konsep perusahaan SM Entertainment yang memiliki karakter yang unik, dimana setiap konsep yang di usung SM dalam setiap *movie video* selalu terhubung satu sama lain. Meski selalu terhubung, konsep yang di tampilkan selalu terpecah pecah seperti *puzzle*. Sehingga bentuk landscape yang dibuat didesain dari garis yang saling terhubung yang tampak seperti *puzzle*.

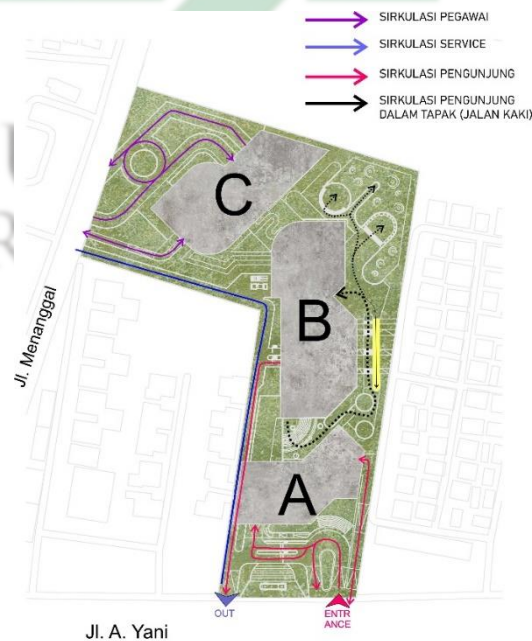
Tapak terbagi menjadi 3 zona, yaitu zona produksi, promosi dan distribusi. Pembagian ini berdasarkan pada aktivitas yang ada pada industri musik yaitu aktivitas produksi, promosi kemudian distribusi. Ketiga zona dibagi dengan menggunakan perbedaan elevasi mengekspresikan lika liku kehidupan entertainment. Elevasi zona produksi berada pada elevasi 0.00 atau setara dengan jalan raya Ahmad Yani. Zona Promosi dimulai pada elevasi +9.00 dan zona distribusi dimulai pada elevasi +3.00.



Gambar 4. 1 Rancangan Tata Massa  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.2 Rancangan Sirkulasi pada Tapak

Konsep sirkulasi tapak didesain linier untuk memaksimalkan ekspresi yang ingin di sampaikan kepada pengunjung. Untuk itu akses kendaraan pengunjung kedalam site diarahkan langsung menuju parkir basement yang kemudian saat keluar, pengunjung dapat merasakan ekspresi yang ada pada setiap tempat.



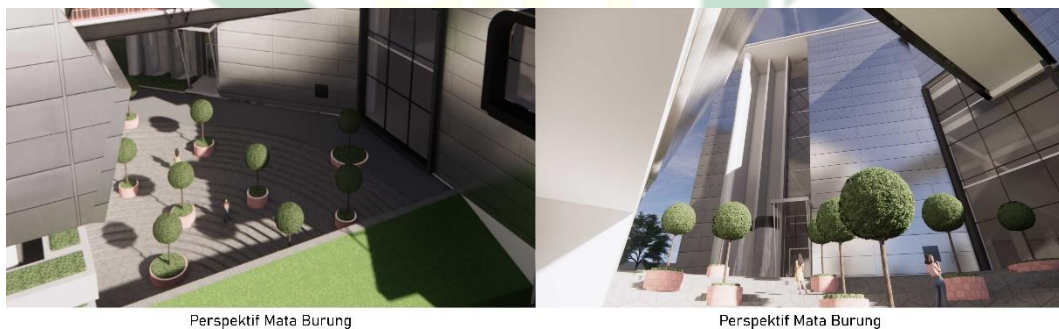
Gambar 4. 2 Sirkulasi Tapak  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.3 Konsep Ruang Luar

Konsep ruang luar pada perancangan pusat industri musik ini mengekspresikan keaktifan 9 grup band yang dikemas dalam suatu implementasi yakni dengan menghadirkan fasilitas permainan skateboard, piano street, dan atraksi air mancur. Untuk mengekspresikan keharmonisan yang ada pada setiap grup band SM Entertainment, maka diimplementasikan dengan menghadirkan ruang-ruang komunal yang dapat difungsikan sebagai wadah untuk bersosialisasi. Adapun detail konsep ruang akan dijelaskan sebagai berikut.

##### a. Amphitheater terbuka 1

Letak amphitheatre yang berada diantara bangunan promosi dan distribusi menghadirkan ekspresi kemaskulinan setiap grup yang didukung dengan visualisasi pada area tersebut. Amphitheater ini sebagai titik kumpul dan sirkulasi untuk menuju ke zona ekspresi ruang luar lainnya.

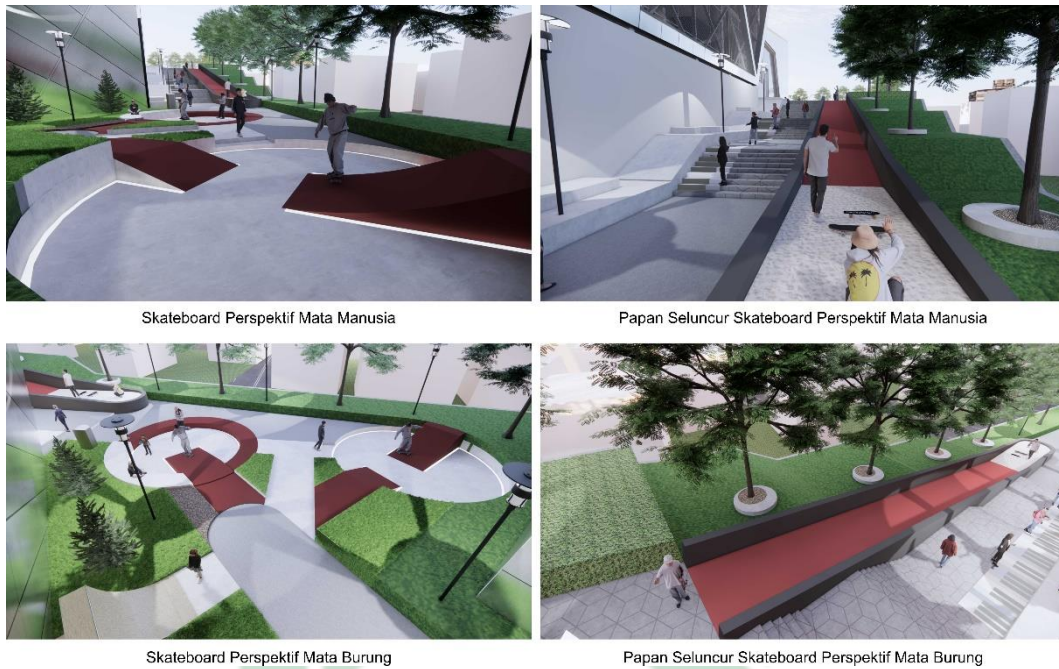


Gambar 4. 3 Amphitheater Terbuka 1

Sumber : Ilustrasi Pribadi

##### b. Skateboard

Konsep area *skateboard* terinspirasi dari group TVQX dengan menghadirkan logo TVXQ sebagai tata letak dan sirkulasi skateboard, serta penggunaan warna merah yang dominan pada grup TVXQ.



Skateboard Perspektif Mata Manusia

Papan Seluncur Skateboard Perspektif Mata Manusia

Skateboard Perspektif Mata Burung

Papan Seluncur Skateboard Perspektif Mata Burung

Gambar 4. 4 *Skateboard*  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

c. *Piano Street*

Permainan *piano street* berada di area tangga menuju bangunan distibusi sebagai ekspresi eksplorasi musik yang selalu SM hadirkan disetiap lagu barunya.



Piano Street Perspektif Mata Burung

Piano Street Perspektif Mata Manusia

Gambar 4. 5 *Piano Street*  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

d. Atraksi Air Mancur

Memberikan atraksi air mancur sesuai tema yang dihadirkan pada setiap event.



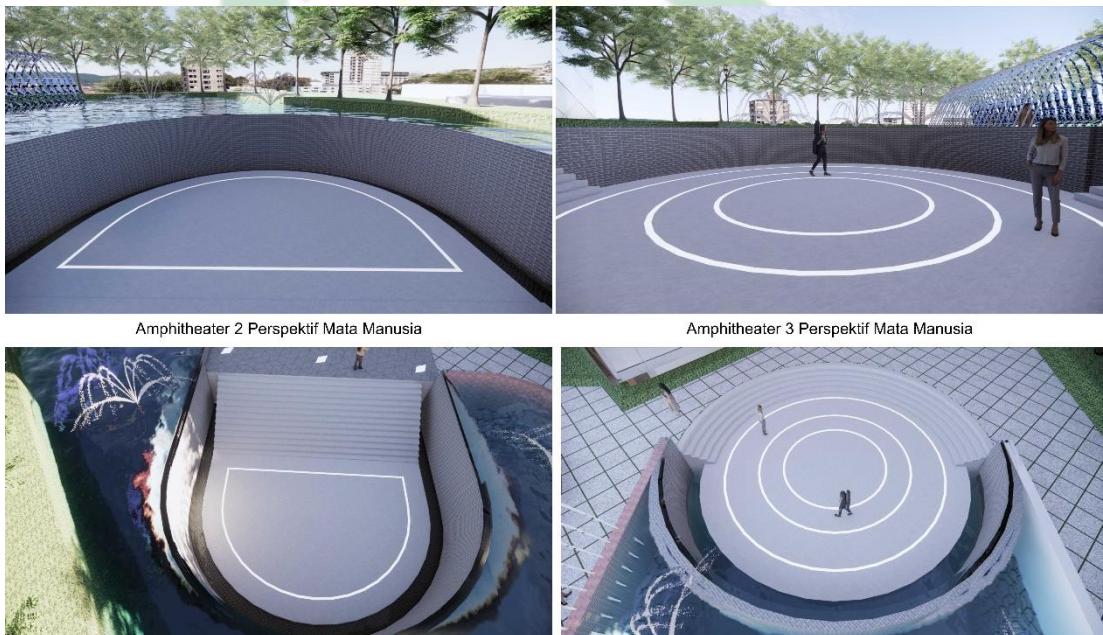
Atraksi Air Mancur Perspektif Mata Burung

Atraksi Air Mancur Perspektif Mata Manusia

Gambar 4. 6 Atraksi Air Mancur  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

e. Amphitheater terbuka 2 dan 3

Amphitheater ini berada di sekeliling kolam dimana saat pengunjung berada di lantai dasar amphitheater dapat melihat air terjun di sekeliling amphitheater.



Amphitheater 2 Perspektif Mata Manusia

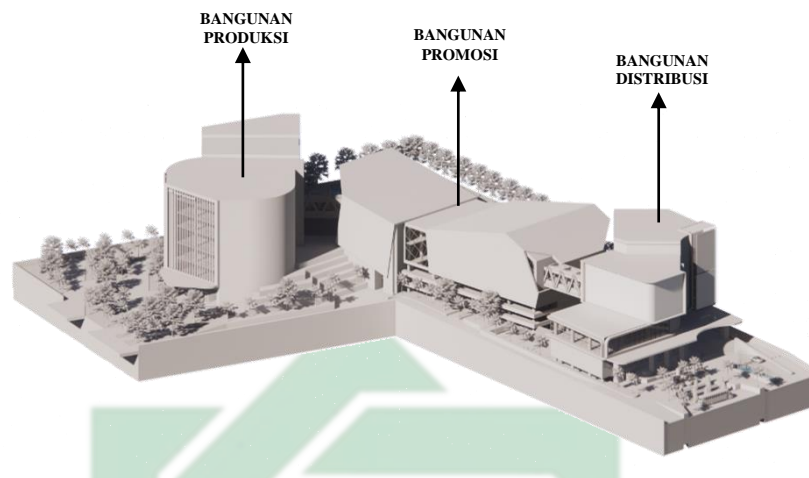
Amphitheater 3 Perspektif Mata Manusia

Gambar 4. 7 Amphitheater Terbuka  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.2 Konsep Bangunan

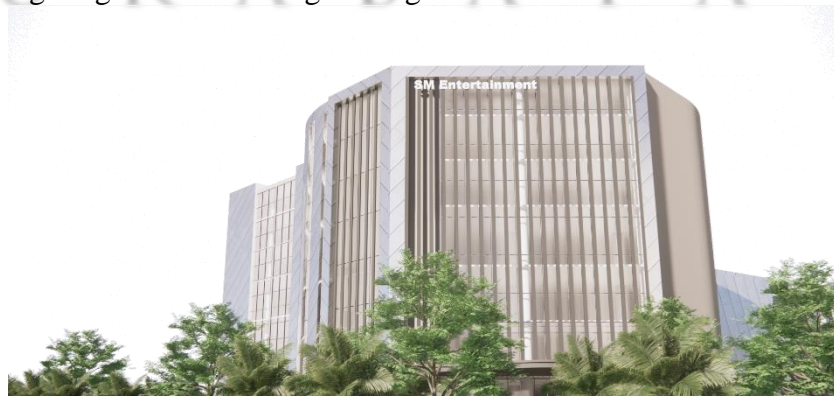
Konsep bangunan aspek yang menghasilkan bentukan dasar bangunan, tampilan fasad dan material ekterior diperoleh berdasarkan penerapan konsep “*Universe of Imaginary*” sehingga memiliki ekspresi yang berbeda di setiap bangunan namun tetap mempertimbangkan karakter

dari perusahaan SM Entertainment itu sendiri. Lebih detail akan dijelaskan sebagai berikut:



#### 4.1.4 Bangunan Produksi

Bangunan promosi merupakan bangunan kantor agensi management yang mengelola seluruh kegiatan yang ada pusat industri musik serta kantor membuat suatu karya dimana didalamnya terdapat studio rekaman, studio dance, studio musik, CGI dan dorm. Karakter desain bangunan ini tidak berbeda jauh dengan kantor pusat yang ada di Soul. Bangunan ini mengedepankan fungsi dalam bangunan sehingga ekspresi yang dihasilkan lebih sederhana namun tampil elegan dengan penggunaan geometri kubus sebagai dasar bentuk bangunan serta permainan material kaca dan lighting menambah elegan bangunan.



Gambar 4. 9Fasad Bangunan Produksi  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.5 Bangunan Promosi

Bangunan promosi merupakan bangunan concert hall yang difungsikan untuk kegiatan konser dan promosi lagu. Sesuai dengan aktivitas utamanya yakni konser, bangunan ini didesain lebih eksentrik dan berani dengan permainan elemen garis yang tajam, tegas dan berlebihan. Karakter garis yang diambil dari bangunan ini terinspirasi dari karakter logo dari bermacam2 grub band yang ada di SM Entertainment yakni memiliki garis tajam dan tegas. Dengan dipadukan menggunakan material Aluminium composite panel menambah ekspresi bangunan tampak lebih ekspresif.



Gambar 4. 10 Fasad Bangunan Promosi  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.6 Bangunan Distribusi

Bangunan distribusi merupakan bangunan terdepan dari pusat industri musik SM Entertainment Indonesia, sehingga perlu adanya identitas perusahaan yang menonjol pada bangunan ini. Vokal point bangunan ini terinspirasi dari logo SM Entertainment yang membentuk pola garis tegas berupa logo. Selain itu, karakter garis yang tegas dan feminim pada logo menjadi karakter utama pada desain bangunan distribusi. Penambahan LED super besar menjadi konsep “universe of imaginary” yang menonjolkan kecanggihan teknologi yang ada pada pusat industri musik ini.





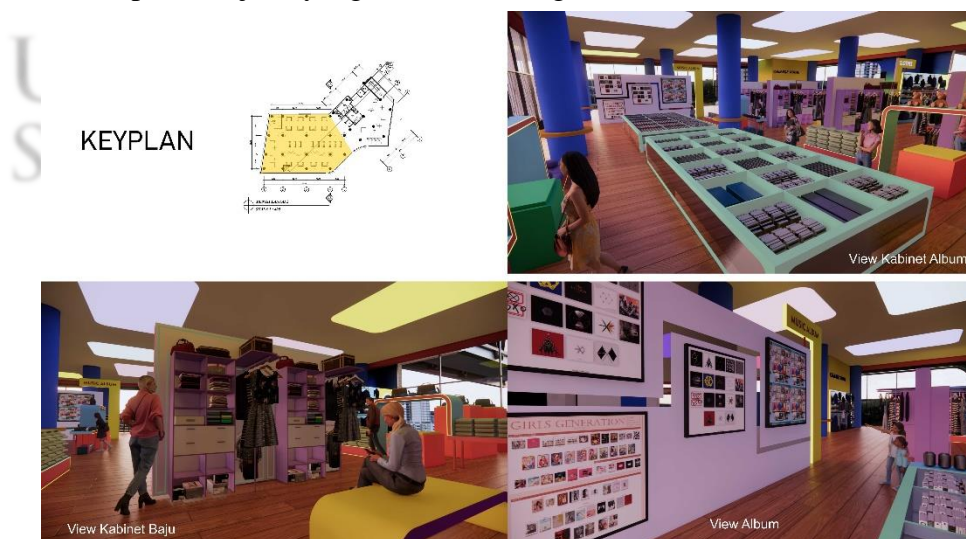
Gambar 4. 11 Fasad Bangunan Distribusi  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

### 4.3 Konsep Ruang

Konsep ruang dalam desain pusat industri musik SM Entertainment merupakan hasil penerapan dari konsep “Universe of Imaginary” yang diimplementasikan dengan nilai-nilai dalam wujud visual arsitektural, suasana maupun material dari interior. Adapun detail konsep ruang akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 4.3.1 Market

Desain ruang market terinspirasi dari video musik girl group SNSD yang berjudul “GEE” yang berlatar tempat berada di ruang perbelanjaan yang memiliki beragam warna.



Gambar 4. 12 Interior Market Lantai 2  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022



Gambar 4. 13 Interior Market Lantai 3

Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.3.2 Kafetaria

Desain ruang kafe terinspirasi dari Terinspirasi dari short movie aespa episode 2 yang memiliki latar tempat berada di stasiun sebagai tempat pemberangkatan kereta api untuk berkeliling di universe kwangya .



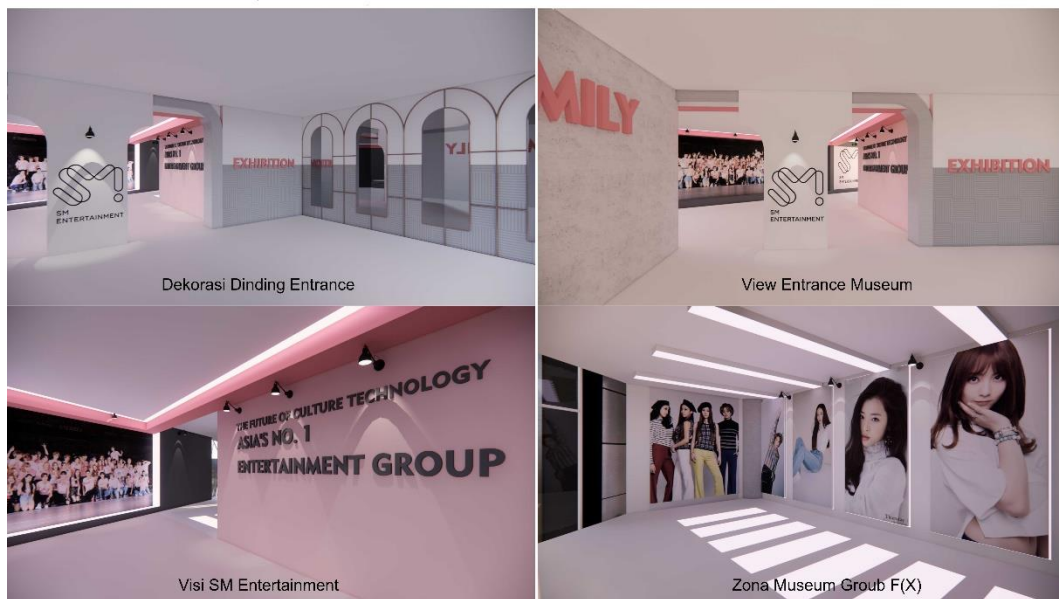
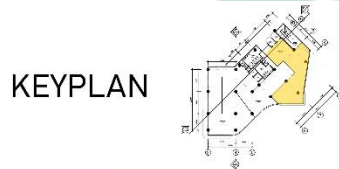
Gambar 4. 14 Interior Kafetaria

Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.7 Museum

Exhibition merupakan ruang dalam bangunan distribusi. Ruang pameran ini berfungsi untuk memamerkan album, musik, penghargaan serta kostum yang dipakai idol. Konsep ruang ini mengekspresikan setiap karakter boy dan girl group yang ada. Kosep dari ruangan ini bukan permanen sehingga dapat dengan mudah dirubah sesuai tema yang diinginkan.

Desain entrance ruang museum terinsprasi dari interior yang ada di soul yang memiliki tone warna soft dengan dominan warna putih dan merah muda.



Gambar 4. 15 Interior Museum  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.8 Concert Hall

Ruang konser berada di bangunan promosi. Ruangan ini dimanfaatkan untuk mempromosikan lagu setiap karya yang telah di buat. Konsep ruang konser ini menggunakan warna netral sebagai ekspresi banyaknya warna yang hadir disetiap konser.

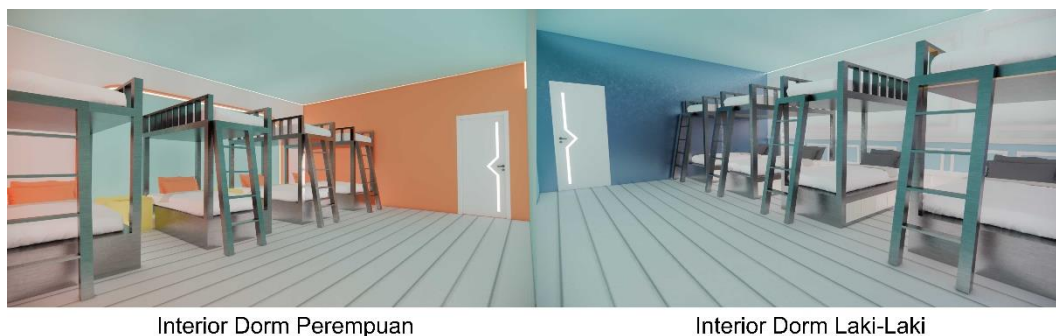


Gambar 4. 16 Interior Ruang Konser

Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.9 Dorm

Ruang dorm berada pada bangunan promosi. Ruangan ini dimanfaatkan sebagai asrama untuk para trainee. Konsep interior kamar dorm perempuan terinspirasi dari *movie video* grub red velvet yang berjudul “*Russian Roulette*”. Sedangkan untuk kamar dorm laki-laki terinspirasi dari *movie video* grub NCT Dream yang berjudul “*Chewing Gum*”.



Interior Dorm Perempuan

Interior Dorm Laki-Laki

Gambar 4. 17 Interior Dorm  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.4 Konsep Struktur

Konsep struktur terbagi kedalam tiga bagian, sub structure (struktur bawah), mid structure (struktur tengah) dan upper structure (struktur atas). Konsep Struktur bentuk implementasi dari konsep dasar “Universe of Imaginary” yang diterapkan pada bentuk struktur yang dinamis dan fleksibel, serta penggunaan material yang kokoh dan futuristik.

##### 4.1.10 Bangunan Produksi

Pada bangunan produksi memiliki ketinggian lantai mencapai 32 meter. Dengan menyesuaikan bentuk massa bangunan yang kurang beraturan, maka digunakan struktur dilatasi untuk merespon bentukan serta merepon adanya beban lateral. Kolom yang digunakan menggunakan kolom bundar untuk penyebaran beban yang lebih maksimal, sedangkan atap bangunan menggunakan atap dag beton untuk merespon beban angin. Pondasi bangunan produksi menggunakan pondasi tiang pancang untuk membagi tekanan gravitasi secara merata sehingga bangunan dapat berdiri kuat dan kokoh.



Gambar 4. 18 3D Struktur Bangunan Produksi  
 Sumber : Ilustrasi, Pribadi, 2022

#### 4.1.11 Bangunan Promosi

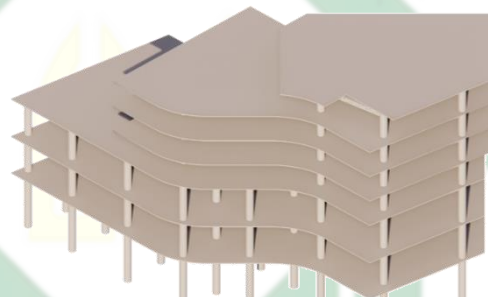
Struktur yang digunakan pada bangunan promosi ini menggunakan struktur memiliki kemudahan dalam pengaturannya serta fleksibel, seperti struktur atap yang menggunakan struktur space frame dengan material penutupnya berupa ACP (*Aluminium Composite Panel*). Kolom bangunan menggunakan kolom bundar berdiameter 1 m dengan bentang lebar 10m. Pondasi bangunan promosi menggunakan pondasi tiang pancang untuk membagi tekanan gravitasi secara merata sehingga bangunan dapat berdiri kuat dan kokoh.



Gambar 4. 19 3D Struktur Bangunan Promosi  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.12 Bangunan Distribusi

Pada bangunan distribusi memiliki ketinggian lantai mencapai 28 meter. Dengan menyesuaikan bentuk massa bangunan yang kurang beraturan, maka digunakan struktur dilatasi untuk merespon bentukan serta merepon adanya beban lateral. Kolom yang digunakan menggunakan kolom bundar untuk penyebaran beban yang lebih maksimal, sedangkan atap bangunan menggunakan atap dag beton untuk merespon beban angin. Pondasi bangunan produksi menggunakan pondasi tiang pancang untuk membagi tekanan gravitasi secara merata sehingga bangunan dapat berdiri kuat dan kokoh.



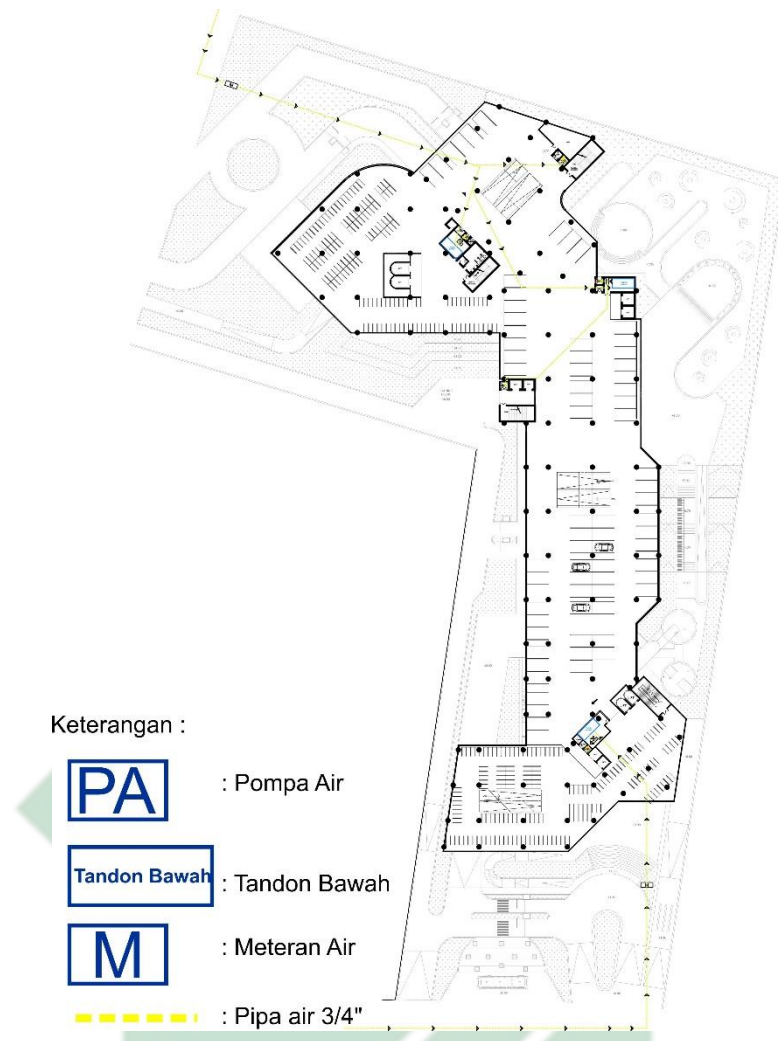
Gambar 4. 20 3D Struktur Bangunan Distribusi  
Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.5 Konsep Utilitas

Konsep utilitas terbagi kedalam empat bagian yaitu utilitas air bersih, utilitas air kotor dan bekas, utilitas kebakaran serta utilitas listrik. Adapun detail konsep utilitas dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### 4.1.13 Rancangan Sanitasi Air Bersih

Dalam mengakomodasi penampungan air bersih, disediakan tandon bawah disetiap basement yang nantinya dipompa ke tandon atas untuk di distribusikan ke setiap lantai. Sumber air bersih menggunakan PDAM. Terdapat 2 meteran air yang diletakkan di area banguna produksi dan distribusi.

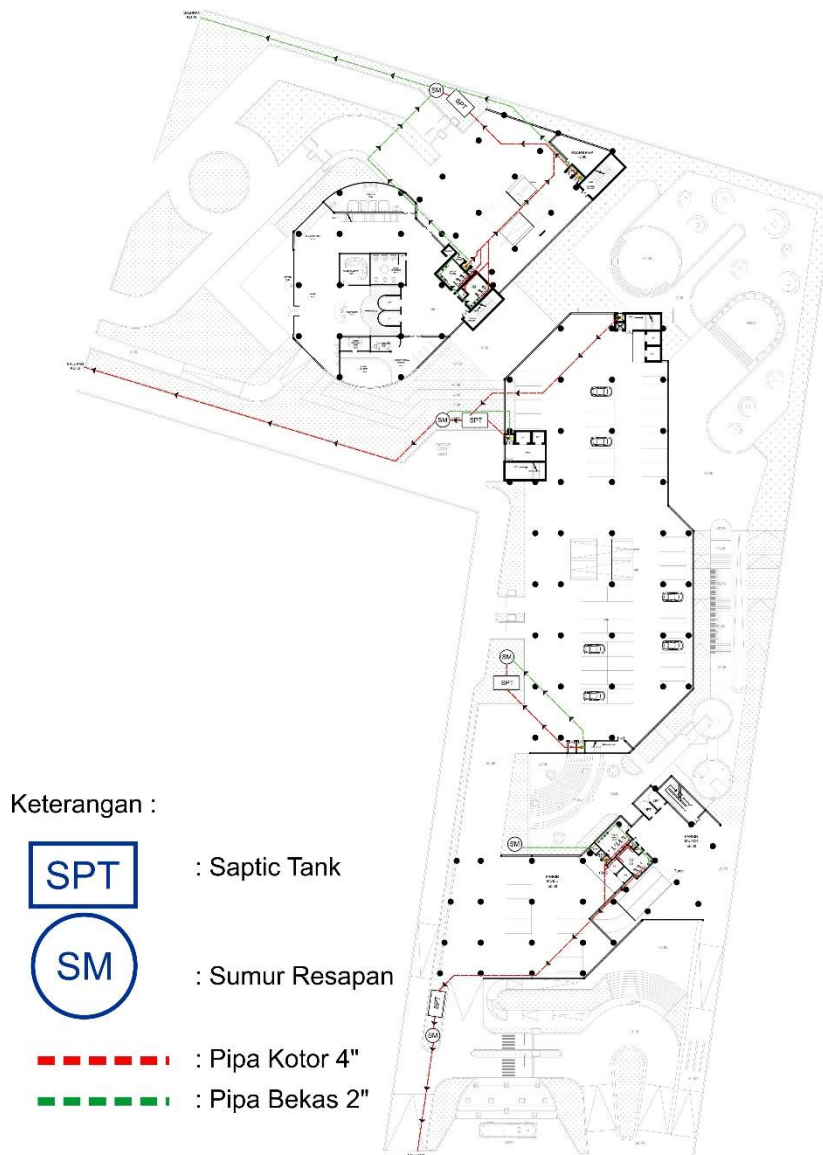


Gambar 4. 21 Utilitas Air Bersih  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 202

#### 4.1.14 Rancangan Sanitasi Air Kotor dan Bekas

Dalam mengakomodasi penampungan air kotor, saptic tank dan sumur resapan di setiap bangunan. Untuk mengolah air bekas pakai yang beradal dari washtafle, air pada bangunan promosi diolah kembali untuk dimanfaatkan sebagai penyiraman tanaman dan akomodasi air kolam.

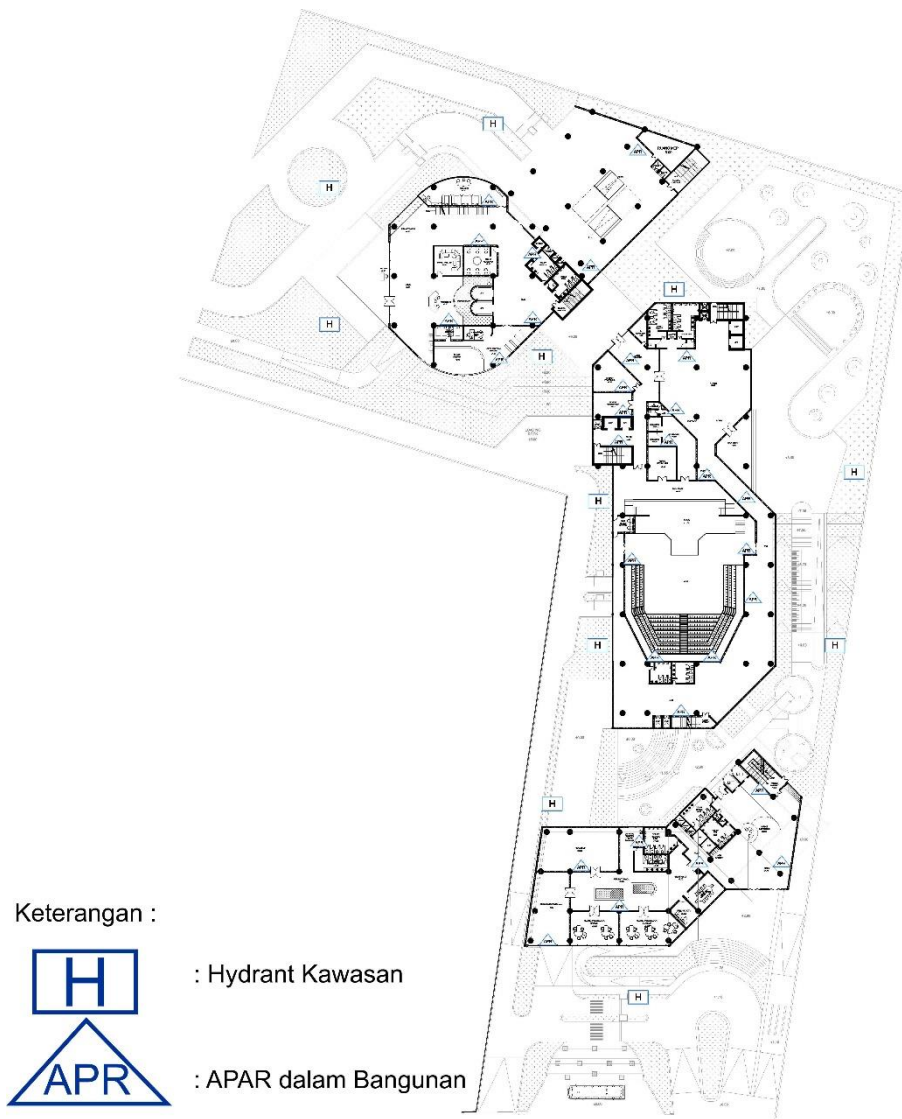




Gambar 4. 22 Utilitas Air Kotor dan Bekas  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.15 Rancangan Utilitas Kebakaran

Konsep utilitas kebakaran menggunakan hydrant untuk ruang luar, sedangkan didalam bangunan menggunakan APAR, penataan hydrant box disesuaikan standart dengan jarak 35 meter, sumber air hydrant didapat dari 2 ground tank yang berada di Kawasan yang dipompa menuju ke setiap titik-titik hydrant.



Gambar 4. 23 Utilitas Kebakaran  
 Sumber : Ilustrasi Pribadi, 2022

#### 4.1.16 Rancangan Utilitas Kelistrikan

Rancangan utilitas kelistrikan dialirkan dari trafo PLN dan genset akan menyalurkan energi listrik ke tiap–tiap massa bangunan dan tapak dengan jaringan kabel yang ditempatkan atau diposisikan dilantai dasar bangunan (elevasi lantai 0.00) memudahkan untuk pengelolaanya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai issue dari adanya kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan melalui bidang industri kreatif musik, khususnya perusahaan SM Entertainment dengan Trans Media Corpora serta didukung dengan banyaknya masyarakat yang antusias dengan musik *korean-pop*, perancangan ini sebagai akomodasi masyarakat Indonesia untuk terus mengembangkan bakatnya serta mewadahi para penggemar untuk dapat berwisata musik *K-Pop*.

Perancangan dengan menerapkan prinsip ekspresionisme serta kosep *universe of imaginary* yang mempertimbangkan karakter perusahaan ini menjadikan perancangan Pusat Industri Musik SM Entertainment Indonesia semakin ekspresif dimana desain pada tapak, bangunan maupun ruangnya memiliki detail ekspresi tersendiri yang mewakili karakter perusahaan SM Entertainment untuk diekspresikan ke setiap pengguna ruang.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A. P. (2020). *Aespa, NCT, SuperM, dan Boa Bakal Jadi Awal Dimulainya SM Culture Universe*. Retrieved Oktober 5, 2021, from [www.gensindo.sindonews.com](http://www.gensindo.sindonews.com):  
<https://gensindo.sindonews.com/read/236314/700/aespa-nct-superm-dan-boa-bakal-jadi-awal-dimulainya-sm-culture-universe-1605672671>
- Berita Satu. (2017). *Indonesia Bisa Belajar dari Industri Kreatif Korea*. Retrieved Oktober 14, 2021, from BERITA SATU: <https://www.beritasatu.com>
- Damhuri, E. (2020, April 28). *Pandangan Islam tentang Lagu dan Musik*. Retrieved November 26, 2021, from [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id):  
<https://www.republika.co.id/berita/q9gcet440/pandangan-islam-tentang-lagu-dan-musik>
- Kim, R. (2021). *Introducing SM Entertainment's New Building — Take A First Look Inside*. Retrieved Oktober 5, 2021, from [koreaboo.com](http://koreaboo.com):  
<https://www.koreaboo.com/news/introducing-sm-entertainment-new-building-take-first-look-inside/>
- Koreaboo. (2021). *Here's Your Friendly Guide To The SM Culture Universe Story And The "KWANGYA" Universe*. Retrieved Oktober 5, 2021, from [Koreaboo](http://koreaboo.com): <https://www.koreaboo.com>
- Lubis, A. (2019). *SM ENTERTAINMENT GROUP DAN PT TRANS MEDIA CORPORA MENGUMUMKAN DIMULAINYA KERJASAMA STRATEGIS DAN KOLABORASI ARTIS PERDANA*. Retrieved Oktober 16, 2021, from [www.trantv.co.id](http://www.trantv.co.id):  
<https://www.transtv.co.id/corporate/press-release/97/sm-entertainment-group-dan-pt-trans-media-corpora-mengumumkan-dimulainya-kerjasama-strategis-dan-kolaborasi-artis-perdana>
- Lubis, M. (2020, Juli 4). *Korean Wave dan Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Korea Selatan*. Retrieved Oktober 6, 2021, from [www.kaltimtoday.co](http://www.kaltimtoday.co):  
<https://kaltimtoday.co/korean-wave-dan-kerja-sama-ekonomi-indonesia-korea-selatan/>
- Prambors. (2021). *Twitter Rilis Daftar Negara Paling Banyak Tweet Tentang K-Pop, Indonesia Posisi Berapa?* Retrieved Oktober 5, 2021, from [www.pramborsfm.com](http://www.pramborsfm.com):  
<https://www.pramborsfm.com/entertainment/twitter-rilis-daftar-negara-paling-banyak-tweet-tentang-k-pop-indonesia-posisi-berapa/all>
- Sakul, M., & Erdiono, D. (2012). IMPLEMENTASI ALIRAN SENI EKSPRESIONISME DALAM KARYA ARSITEKTUR. *Media Matrasain*, 9, 2.
- SM Entertainment. (2016). *SM Entertainment Mission And Vision*. Retrieved from [smentertainment.com](http://smentertainment.com):  
<https://www.smentertainment.com/Overview/Vision>
- Supriatna, E. (n.d.). Islam dan Kebudayaan. *Jurnal Soshum Intensif*, 2655-2698.
- Wildan, R. (2007). Seni Dalam Perspektif Islam. *Islam Futura*, VI, 81-83.