

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

#### 1.1.1 Gagasan awal

Dewasa ini, persaingan global dan kualitas sumber daya manusia, dengan makin banyaknya lulusan perguruan tinggi, sedangkan lowongan pekerjaan tak sebanding dengan jumlah lulusan tersebut. Hal ini mendorong beberapa negara mencari alternatif perekonomian yang mampu menciptakan sumber daya manusia mandiri dan produktif, dengan salah satu alternatifnya yaitu menghidupkan ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan perekonomian yang berbasis pada kreativitas dan kemampuan intelektual. Menurut Konferensi PBB mengenai Perdagangan dan Pembangunan (2008) ekonomi kreatif dipahami sebagai suatu konsep yang berkembang dan menitikberatkan kreativitas sebagai aset utama guna membangkitkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

Berdasarkan peraturan presiden no.6 tahun 2015, Presiden Joko Widodo membentuk badan non kementerian yaitu Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), yang bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengkoordinasi dan sinkronisasi kebijakan di ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ini memiliki beberapa bidang diantaranya : aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, dan video,

fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio. (id.wikipedia.org)

Badan Ekonomi kreatif dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan penghasilan bagi negara, dengan anggaran Rp. 1 Triliun diharapkan dapat dimanfaatkan dibidang yang membutuhkan dalam rangka pemfasilitasan dan pendongkrak kemampuan masyarakat untuk kemajuan ekonomi kreatif baik dari sisi infrastruktur hingga menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Hal ini juga sesuai dengan RUU Ekonomi Kreatif pada Program Legislasi Nasional 2015-2019. Tujuannya tidak hanya untuk melindungi para pekerja kreatif, tetapi juga agar ada keberpihakan yang konkret dari pemerintah.

Beberapa kota di Indonesia sudah mulai mengupayakan perkembangan dari ekonomi kreatif ini, beberapa di antaranya yaitu Jakarta dan Bandung. Upaya yang dilakukan, dengan menciptakan wadah yang menjadi pusat dari kegiatan industri kreatif dari potensi ekonomi kreatif di kota tersebut. Upaya yang dilakukan yaitu dengan pembangunan Creative Center

Creative center yang telah terbangun di Indonesia beberapa di antaranya yaitu Bandung Creative hub yang dinaungi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Deskominfo) dan Jakarta Creative Hub yang di naungi Dewan Kerajinan Nasional dan Badan UMKM yang didukung oleh wali kota dan Badan Ekonomi Kreatif ( Bekraf ). Creative center ini menjadi wadah yang memfasilitasi para pemuda kreatif dan para pelaku start up yang dilengkapi dengan sarana pendukung untuk kegiatan komunitas, office dan maker space.

Melihat potensi ekonomi kreatif di kota Semarang yang masih dapat dikembangkan, namun perkembangannya masih bersifat individual. Jenis industri kreatif yang berpotensi dikembangkan di kota Semarang ini mencakup bidang fashion, kerajinan, fotografi dan desain komunikasi dan visual. Maka dari itu creative center ini diperlukan untuk menyatukan para pelaku dibidang industri kreatif yang nantinya akan saling berinteraksi dan memungkinkan untuk kolaborasi karya.

Proyek Semarang Creative Center ini terpilih dengan tujuan untuk memberikan wadah bagi anak muda kreatif yang memiliki keinginan untuk belajar dan mengembangkan karyanya menjadi hasil nyata dan memiliki daya jual .

Semarang creative center ini akan berfokus dalam memfasilitasi pengembangan industri kreatif di bidang arsitektur, desain komunikasi visual (DKV) , fashion dan fotografi.. Penggunaanya nantinya ditujukan untuk masyarakat kota semarang mulai dari pelajar, free lance, pelaku industri kreatif, pelaku start up dan pengunjung dari masyarakat umum. Creative center adalah tempat bagi orang yang ingin mengembangkan karya , bekerjasama dan yang ingin berkunjung dalam pameran yang nantinya akan diadakan dalam rangka memamerkan dan memasarkan hasil karya dalam bidang-bidang tersebut.

Fasilitas yang akan disediakan dalam proyek Semarang Creative Center ini diantaranya: studio-studio, maker space, ruang pameran, food court, working space, co-office, perpustakaan, ruang meeting dan fasilitas penunjang lainnya.

Kota Semarang dipilih sebagai lokasi proyek Semarang Creative Center karena mempertimbangkan posisinya sebagai ibu kota provinsi Jawa Tengah dan mengingat Akhir tahun 2015 Kota Semarang sudah menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau perdagangan bebas kawasan ASEAN. Masyarakat harus terus didorong untuk lebih kreatif dan inovatif sebagai pelaku industri kreatif, juga mendorong agar masyarakat menggunakan produk-produk lokal, sehingga warga tidak sekedar menjadi obyek pasar, tetapi menjadi pelaku pasar. Dengan demikian akan menjadikan Kota Semarang menjadi tangguh dan mampu bertahan di sengitnya persaingan pasar global. Masyarakat memerlukan adanya creative center untuk wadah kegiatan yang mendukung industri kreatif untuk berelasi, mengasah kemampuan dan mengembangkan karya .

Pada bangunan ini, konsep yang diusung didasarkan pada kegiatan pelaku di dalamnya yaitu berdiskusi, belajar, berkarya, produksi, proses kreatif, mencari ide- ide inspirasi dan sebagainya. Selain itu juga terdapat hal lain yang menjadi dasar dari konsep awal perancangan bangunan yaitu karya desain dapat dinikmati keindahan dan kenyamanannya, baik bagi pengguna di dalam bangunan dan dari luar bangunan (fasad bangunan).

Dari dua hal tersebut dapat ditarik kesimpulan, tema desain yang sesuai untuk creative center ini yaitu arsitektur kontemporer. Arsitektur kontemporer ini sangat cocok dengan fungsi bangunan creative center yang merupakan wadah dari kegiatan kreatif dan mencari ide – ide inspiratif. Sesuai dengan ciri – ciri arsitektur kontemporer diantaranya

konsep open plan, harmonisasi ruang dalam dan luar, atraktif dengan bentuk yang unik dan permainan warna, hal – hal tersebut ditujukan untuk memberikan kenyamanan pengguna didalam bangunan, betah dan produktif. Selain itu, juga dapat memberikan ketertarikan pada bangunan luar (fasad bangunan).

#### 1.1.2 Alasan dan motivasi pemilihan proyek

##### a. KETERTARIKAN (INTEREST)

Semarang Creative Center ini dapat menjadi wadah untuk kegiatan positif yang akan mengembangkan minat dan bakat juga menghubungkan beberapa kalangan dalam suatu tempat mulai dari entrepreneur, pelajar, pelaku start up, dan pelaku kerajinan dan seni di bidang arsitektur, desain komunikasi visual (DKV) , fashion dan fotografi..Fokusnya pada bidang berkarya, berelasi / kolaborasi, belajar, diskusi dan promosi yang berkaitan dalam cakupan beberapa karya yaitu arsitektur, desain komunikasi visual (DKV) , fashion dan fotografi.

##### b. KEPENTINGAN (URGENCY)

Berkaitan dengan program dari Badan Kreatif, pengembangan di bidang ekonomi kreatif sedang gencar dilakukan. Di Kota Semarang belum terdapat wadah yang memfasilitasi untuk program pengembangan ekonomi kreatif ini seperti halnya creative center yang dimiliki di beberapa kota seperti Kota Bandung dan Kota Jakarta

Fasilitas untuk praktek (pengembangan diri) dan action untuk apresiasi karya pemuda creative di kota Semarang termasuk terbilang kurang memadai , padahal motivasi dan pengalaman sangat penting bagi mereka untuk persiapan diri dalam dunia kerja dan realisasi karya.

Semarang creative center ini diharapkan dapat memberikan angin segar bagi penyesuaian perkembangan zaman dengan kebutuhan para pemuda kreatif yang ingin memulai jenjang yang lebih profesional dan lebih berpotensi (berkeahlian). Selain itu, juga sebagai wadah bagi working space dan studio untuk praktek karya (arsitektur, desain komunikasi visual, fashion dan fotografi) . Kepentingan lainnya adalah untuk lebih mengenalkan masyarakat, karya pemuda - pemuda kreatif kota Semarang yang diharapkan dapat meningkatkan semangat berkreatif dan siap bersaing dalam karya untuk memajukan perekonomian negara yang lebih mandiri.

c. KEBUTUHAN (NEED)

Dibutuhkan tempat untuk menampung kegiatan-kegiatan tersebut sebagai pemasaran karya dari para pemuda kreatif kota Semarang. Semarang Creative Center dibuat sebagai sarana belajar, berelasi, berkarya dan pameran yang nantinya akan digunakan dari berbagai kalangan mulai dari kalangan masyarakat kota Semarang, pelajar, entrepreneur dan tamu kehormatan lainnya..

d. KETERKAITAN (RELEVANCY)

Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), Tahun 2016-2021 merupakan penjabaran dari tahapan pembangunan periode ketiga Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kota Semarang Tahun 2005-2025. Tema pembangunan RPJPD periode ketiga menjadi salah satu rujukan kepala daerah dalam menyusun Visi dan Misi Kota Semarang untuk tahun 2016- 2021. Visi pembangunan daerah Kota Semarang Tahun 2016-

2021 berdasarkan visi Walikota dan Wakil Walikota Semarang terpilih menyebutkan pencapaian yang ingin di wujudkan kota Semarang hebat dan menuju masyarakat yang sejahtera. Visi menuju masyarakat yang sejahtera disini memiliki arti bahwa dalam lima tahun kedepan masyarakat kota Semarang meningkatkan kesejahteraannya dengan pemenuhan kebutuhan pendidikan, kesehatan, pelayanan dasar, juga sarana dan prasarana penunjang.

Semarang Creative Center ini memiliki keselarasan dengan visi tersebut, mengingat akhir tahun 2015 Kota Semarang sudah menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau perdagangan bebas kawasan ASEAN. Masyarakat harus terus didorong menggunakan produk-produk lokal sehingga warga tidak sekedar menjadi obyek pasar, tetapi menjadi pelaku pasar. Demikian akan menjadikan Kota Semarang menjadi tangguh dan mampu bertahan di sengitnya persaingan pasar global. Dengan tujuan dan manfaat dari projek ini sebagai wadah yang memberikan fasilitas pelatihan, pembekalan, dan pendidikan praktek dalam layanan studio dan work space. Untuk mengasah kesiapan dan kemampuan masyarakat agar lebih siap dan berani menghadapi kota Semarang yang lebih maju dan produktif.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan**

Tujuan dari projek Semarang Creative Center ini antara lain:

- Menyiapkan pemuda / masyarakat yang memiliki kemampuan dan keterampilan dalam ekonomi kreatif

- Membangkitkan minat dan memotivasi masyarakat untuk terjun di bidang industri kreatif
- Menjadi wadah untuk menggali potensi – potensi masyarakat untuk berkreasi / proses kreatif
- Menjadi solusi bagi working space di kota Semarang
- Menjadi sarana pengembangan diri di bidang arsitektur, Desain Komunikasi Visual (DKV) , fashion dan fotografi..
- Menjadi tempat pameran karya dan motivasi masyarakat dan pemuda kreatif untuk semangat berkarya

### 1.2.2 Manfaat

Manfaat dari projek Semarang Creative Center antara lain:

- Membuka peluang pengembangan keterampilan / kemampuan bagi pelaku entrepreneur berbagai kalangan (pelajar, pelaku start up dan pelaku di bidang kesenian / pengerajin)
- Memajukan pelatihan dan pengembangan diri di bidang arsitektur, Desain Komunikasi Visual (DKV) , fashion dan fotografi
- Mencoba menanggapi kemajuan dari pembangunan industri kreatif yang berlangsung dalam masyarakat untuk mewujudkan karya pemuda kreatif bangsa

### 1.3 Lingkup pembahasan

Lingkup pembahasan berfokus pada desain perancangan dan penataan ruang yang difungsikan sebagai pusat kreatif yang akan menyediakan fasilitas dan ruang yang fungsional dan memberikan citra kreatif. Beberapa diantaranya:

- a. Menganalisa kegiatan apa saja yang terkait pada *creative center* yang mencakup aspek (tata letak,persyaratan ruang dan interior)
- b. Mengkaji kebiasaan dan perilaku aktivitas pengguna *creative center*
- c. Menganalisa kebutuhan luasan yang berpengaruh pada ruangan dan luas lahan yang akan dibangun proyek *creative center*



- d. Mengkaji penerapan tema desain “arsitektur kontemporer” yang sesuai dengan konsep dan kriteria *creative center*
- e. Menciptakan citra kreatif pada ruangan dan bangunan yang sesuai dengan fungsinya *creative center*
- f. Menentukan pemilihan struktur bangunan yang disesuaikan dengan karakter bangunan dan kondisi lingkungan sekitar

#### **1.4 Metode pembahasan**

##### **1.4.1 Metoda pengumpulan data**

Metoda yang digunakan dalam proyek Semarang Creative Center ini yaitu menggunakan metoda pengumpulan data yang terbagi menjadi dua cara sebagai berikut:

##### Data Primer

Pengambilan data primer ini didapat dari pengambilan data yang berasal dari lokasi dan narasumber yang berkaitan dengan aspek bangunan creative center. Data – data primer diperoleh melalui :

##### **a. Pengamatan**

Melakukan pengamatan pada proyek sejenis (Creative Cnter) dilakukan dengan tujuan untuk menunjang kebutuhan data. Hal yang akan diamati diantaranya:

- Meninjau dan dokumentasi lokasi sebagai proyek Semarang Creative Center dengan mempertimbangkan potensi, permasalahan, sarana prasarana, dan fasilitas penunjang di sekitar
- Pengamatan proyek sejenis (bangunan creative center) untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan

Tujuan yang ingin dicapai dalam pengumpulan data sebagai berikut:

- Memahami konsep desain bangunan dalam hal fungsional dan operasionalnya
- Mengetahui pelaku yang menggunakan bangunan creative center tersebut
- Mengetahui kebutuhan ruang baik dari kapasitas dan jenis-jenis ruang (ruang utama hingga ruang-ruang pendukung)
- Mengetahui kendala yang dialami dalam bangunan creative center dan potensi yang berpengaruh dalam program ruang hingga operasional bangunan

b. Wawancara

Melakukan tanya jawab dengan narasumber terkait bertujuan mendapat informasi yang akurat mengenai penyediaan dan kelengkapan fasilitas, data pengunjung/komunitas, sistem pengelolaan dan event-event terkait yang dilaksanakan pada bangunan proyek sejenis.

Data Sekunder

Pengumpulan data yang diperoleh dari tangan kedua dan seterusnya. Data-data sekunder ini diperoleh melalui:

- Studi literatur yang didapat dari buku, jurnal dan sumber lainya
- Dokumentasi, Peraturan Daerah dan sebagainya
- internet

1.4.2 Metoda penyusunan dan analisa

Metoda penyusunan analisis yang digunakan yaitu metoda deduktif – induktif.

a. Metoda Deduktif

Analisa dilakukan berdasarkan data sekunder yang telah didapat yang akan menambah pemahaman terhadap proyek Semarang Creative Center

b. Metoda Induktif

Analisa dilakukan berdasarkan hasil tinjauan dengan membandingkan proyek sejenis mengenai creative center.

1.4.3 Metoda perancangan arsitektur

Pada tahap ini merupakan implementasi analisa dan pemrograman yang dilakukan untuk menghasilkan produk desain grafis . Tahap perancangan ini meliputi:

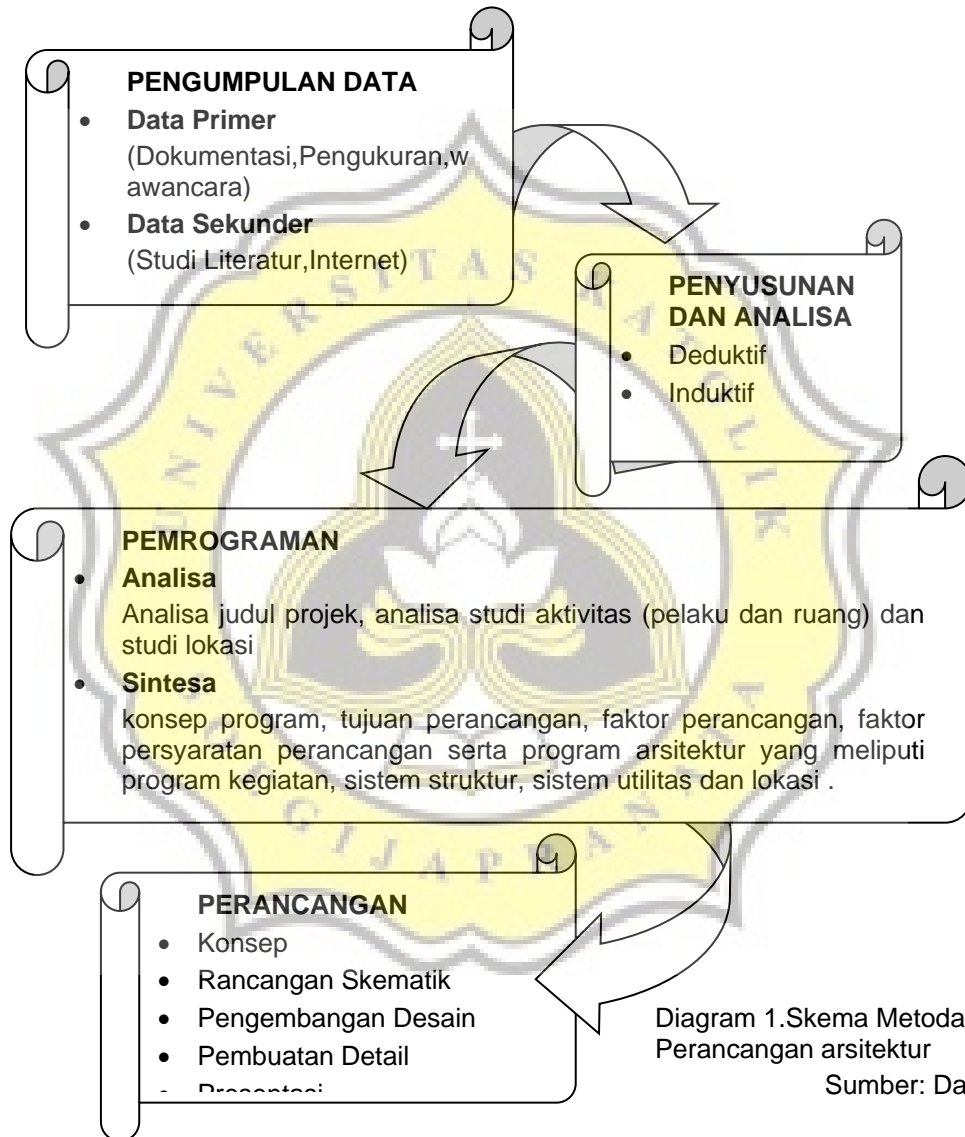


Diagram 1. Skema Metoda Perancangan arsitektur  
Sumber: Data

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang proyek, tujuan dan sasaran pembahasan, lingkup pembahasan, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Proyek

Bab ini berisi Tinjauan Umum Proyek, Tinjauan Khusus Proyek dan Kesimpulan, Batasan serta Anggaran. Tinjauan umum meliputi gambaran umum, latar belakang, perkembangan, tren dan sasaran. Tinjauan khusus meliputi terminologi, uraian kegiatan pelaku, fasilitas, dan peralatan/prasarana, spesifikasi dan persyaratan desain, deskripsi konteks kota, dan studi komparasi proyek sejenis.

### BAB III Analisa Pendekatan Program Arsitektur

Bab ini berisi analisis pendekatan arsitektur yang merupakan studi aktivitas, analisi pendekatan system bangunan yaitu studi system struktur dan enclosure, studi system utilitas, pemanfaatan teknologi dan pendekatan konteks lingkungan meliputi analisa pemilihan lokasi dan tapak.

### BAB IV Program Arsitektur

Bab ini merupakan Program Arsitektur Kompleks yang meliputi konsep program, tujuan perancangan, faktor penentu perancangan, faktor persyaratan perancangan, skenario program kompleks keseluruhan, program besaran luas kompleks, program prasarana dan sarana, program masing-masing fungsi yang meliputi program kegiatan, program system struktur, program system utilitas dan program tapak.

### BAB V Kajian Teori

Bab ini mencakup Kajian Teori Penekanan Tema Desain dan Kajian Teori Permasalahan Dominan.

### KEPUSTAKAAN

Berisi tentang sumber-sumber data yang berasal dari buku, jurnal, skripsi, maupun situs resmi yang digunakan dalam penyusunan Landasan Teori dan Program.

### LAMPIRAN

Berisi hal-hal yang berkaitan dengan proyek Semarang Creative Center yang digunakan sebagai data penyerta