

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang berpotensi meningkatkan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif menghasilkan kontribusi yang besar hingga menjadi negara urutan ketiga tertinggi dalam jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) negara. Ekonomi kreatif mulai muncul di Indonesia sejak tahun 2007, bermula dari adanya pekan Produk Budaya Indonesia. Sehingga terbitlah Instruksi Presiden nomor 6 tahun 2009 mengenai ekonomi kreatif. Setelah itu, pada 2015 dibentuk Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) oleh pemerintah. Setahun kemudian Bekraf mulai merambah ke berbagai daerah di Indonesia untuk menciptakan ekraf yang lebih luas. Ekonomi kreatif menurut Howkins mengutip dari OPUS (Kemenkraf, 2019) adalah ekonomi yang berasal dari imajinasi, kreativitas, dan uang. Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan jenis ekonomi pertama yang mengandalkan ide, gagasan, dan kreativitas, sekaligus memiliki nilai tambah yang mampu mengangkat nilai ekonomi. Bersamaan dengan mengandalkan ide, gagasan, dan kreativitas yang berasal dari pemikiran manusia, sehingga bisa dikatakan bahwa ekonomi kreatif membutuhkan sumber daya manusia sebagai sumber daya utama ekonomi kreatif.

Sumber daya manusia dengan usia produktif di Indonesia termasuk tinggi. Usia produktif ini dihitung dari usia yang masuk dalam kelompok angkatan kerja, yaitu usia 15 tahun yang tidak bersekolah. Namun lapangan kerja yang kurang luas tidak bisa menampung dan memanfaatkan sumber daya manusia yang tinggi. Sektor ekonomi kreatif ini dapat menjadi salah satu sasaran untuk menyerap tingginya sumber daya manusia. Sumber daya utama yang baik mampu menciptakan ekonomi kreatif yang lebih baik. Sumber daya utama sendiri berasal dari ide kreatif manusia, sehingga kualitas produk akan berpengaruh dari manusia itu sendiri. Pada saat menciptakan ide kreatif, dibutuhkan dukungan yang biasanya datang dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berasal dari manusia itu sendiri, dan faktor eksternal dapat berasal dari lingkungan sekeliling. Pada kegiatan ini dibutuhkan peran dari faktor internal dan eksternal yang mendukung, untuk menciptakan kualitas produk yang baik.

Kota Semarang sendiri ditunjuk sebagai salah satu kota yang memiliki potensi ekonomi kreatif. Potensi yang ada pun terlihat dari beberapa sektor salah satunya fesyen yang menjadi sektor unggul kota Semarang, yang merupakan subsektor yang tumbuh 20 persen per-tahun. Selain itu berdasarkan data yang didapat dari penelitian Kariada dkk (2018), sektor potensi unggulan Semarang ialah fesyen, kriya, dan kuliner. Lalu disusul oleh sektor yang berpotensi lainnya seperti arsitektur, musik, fotografi, aplikasi dan game, videografi, serta periklanan. Selain itu, berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif (2016), jumlah unit usaha ekonomi kreatif di Kota Semarang yaitu sebanyak 61.668 unit dan terdapat 5,03% ekonomi kreatif yang berasal dari Kabupaten Semarang.

Sesuai data terakhir yang didapatkan dari Bappeda Kota Semarang, hampir dari seluruh sektor ekonomi kreatif Semarang aktif digeluti oleh masyarakat kota Semarang. Namun berdasarkan pernyataan yang didapat melalui wawancara kepada Supomo, S.E, M.Mpar. (02/02/2021) selaku Kepala Seksi Kemitraan dan Kelembagaan Pariwisata bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Disporapar Jawa Tengah, sulit untuk mencari data para pelaku ekonomi kreatif secara detail. Karena biasanya para pelaku ekraf hanya berkumpul pada acara-acara tertentu, terutama pada acara yang memiliki *support* langsung dari pemerintah. Pemerintah sendiri saat ini sedang mengembangkan sektor ekraf kota Semarang secara serius, sehingga kemungkinan penambahan pelaku ekonomi kreatif Semarang dibilang besar. Karena peran pemerintah akan menarik minat para pelaku ekonomi kreatif yang ada di kota Semarang.

Pada tahun 2016, penelitian yang dilakukan Kariada dkk menunjukkan berbagai aspek yang dibutuhkan oleh para pelaku sektor industri ekonomi kreatif. Aspek yang pertama ialah aspek kelembagaan dengan nilai presentase 70,9%. Kemudian aspek infrastruktur sebesar 21,2% dan aspek kebijakan sebesar 7,9%. Pusat Kegiatan Kreatif merupakan salah satu bentuk yang dapat menjawab kebutuhan pelaku ekonomi kreatif dalam aspek infrastruktur.

Lokasi yang diambil sendiri berada di Kecamatan Candisari, tepatnya di Wonderia. Tapak dipilih dengan maksud memberi kemudahan bagi pengunjung, pengelola, maupun pelaku ekonomi kreatif untuk mengakses lokasi. Permasalahan dititik beratkan pada kondisi tapak yang memiliki vegetasi yang berlimpah, dengan penyelesaian melalui desain adaptif terhadap lingkungan. Lalu fleksibilitas ruang dipilih untuk menyelesaikan

permasalahan pada pertumbuhan jumlah pengguna pada bangunan, karena melihat kebutuhan tata ruang yang mampu mengakomodasi pertumbuhan ruang yang terjadi. Serta memberi dukungan dalam proses kreatif melalui elemen arsitektural untuk memicu kreativitas.

## 1.2 Pernyataan Masalah

1. Bagaimana respon tata massa bangunan terhadap kondisi tapak dengan vegetasi yang berlimpah?
2. Bagaimana tatanan ruang bangunan yang mampu mengakomodasi peningkatan jumlah pengguna?
3. Bagaimana penerapan elemen arsitektural yang mampu memberikan dukungan pada pengguna dalam proses kreatif?

## 1.3 Tujuan

Pusat Kegiatan Kreatif Semarang diharapkan dapat menjadi ruang kolaborasi bagi para pelaku ekonomi kreatif, dan menjadi penyalur bagi mereka yang memiliki *passion* diberbagai sektor ekonomi kreatif. Pusat Kegiatan Kreatif Semarang diharapkan dapat membantu merealisasikan cita-cita anak muda maupun masyarakatnya.

Selain memberikan fasilitas berupa ruang atau wadah bagi para pelaku ekraf, Pusat Kegiatan Kreatif Semarang memberikan pelayanan yang diharapkan dapat menjadi payung perlindungan bagi karya maupun individu yang ada didalamnya.

## 1.4 Manfaat

Manfaat adanya Pusat Kegiatan Kreatif Semarang yaitu dapat menjadi wadah yang mampu mengoptimalkan kegiatan para pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang melalui kegiatan *brainstorming*, produksi, dan pemasaran.

## 1.5 Orisinalitas

No	Judul	Topik/Pendekatan	Penulis
1	Pusat Industri Kreatif Semarang	<i>Pop Culture</i>	Bonita Oktaviana Puspa Arumdani
2	Semarang <i>Creative Hub</i>	Arsitektur Kontemporer	Muchammad Dicky Adviyandi
3	Sidoarjo <i>Creative Center</i>	<i>Thematic Design</i>	Nuri Choiriyyah
4	Pusat Kegiatan Kreatif Semarang	Adaptif terhadap Vegetasi	Maulina Reyanda Wibowo

Tabel 1. 08 – Tabel Orisinalitas

Orisinalitas pada Pusat Kegiatan Kreatif terletak pada permasalahan yang diambil, yaitu permasalahan dalam merancang tatanan ruang bangunan yang dapat bertambah menyesuaikan kondisi penggunaanya yang semakin banyak jumlahnya. Kemudian permasalahan tentang pemilihan dan penerapan elemen arsitektur yang mampu memicu proses kreatif para pelaku ekonomi kreatif.

## **1.6 Sistematika Pembahasan**

### **BAB 1 Pendahuluan**

Memuat tentang latar belakang, pernyataan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika pembahasan mengenai proyek.

### **BAB 2 Gambaran Umum**

Memuat tentang gambaran umum fungsi bangunan yang menyangkut pengertian proyek, karakteristik fungsi bangunan, persyaratan khusus, serta gambaran aktivitas dan fasilitas. Lalu terdapat gambaran umum lokasi tapak, dan gambaran umum topik yang diambil.

### **BAB 3 Analisa dan Pemrograman Arsitektur**

Memuat tentang analisa kebutuhan terhadap proyek yang dibuat berdasarkan kapasitasnya. Analisanya sendiri berupa analisa persyaratan ruang, sifat ruang, struktur ruang, dan lain sebagainya. Analisa digabungkan bersamaan dengan tuntutan masing-masing fungsi ruang.

### **BAB 4 Penelusuran Masalah**

Memuat tentang analisa berdasarkan kondisi yang sesungguhnya dengan tujuan untuk menentukan masalah yang didapat, sehingga memahami point-point yang akan diselesaikan.

### **BAB 5 Landasan Teori**

Memuat tentang teori-teori yang menjawab berbagai permasalahan yang ditemukan dari penelusuran masalah.

### **BAB 6 Pendekatan Perancangan**

Memuat tentang uraian pokok yang menjadi pedoman selama proses perancangan. Merupakan pengembangan dari landasan teori yang sudah ada.

## **BAB 7 Landasan Perancangan**

Memuat kesimpulan jawaban dari permasalahan yang ada pada tahap perancangan. Bentuk jawaban dari landasan perancangan berupa implementasi-implementasi yang dibuat berdasarkan permasalahan.

