

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut *United Nations Conferences on Trade and Development* (UNCTAD, 2008), Industri kreatif banyak memberi kontribusi secara nyata pada perekonomian negara seperti peningkatan nilai Eksport, Penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar, serta satu penyumbang produk Domestic Bruto (PDRB).

Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat mengefisienkan pembangunan daerah dan dapat merubah sistem perekonomian, serta kebijakan pemerintah ke arah yang lebih baik. Dimana ekonomi kreatif ini memiliki potensi dan peranan yang cukup strategis dalam memberikan efek ke depan yang positif, dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Ananda dan Susilowati, 2017).

Hal ini diperkuat dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 yang telah diubah menjadi Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015, Presiden Republik Indonesia memutuskan dan menetapkan serta membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif yang bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri yang membidangi urusan pemerintahan di bidang Pariwisata yang bertujuan untuk mendorong, memperkuat dan mempromosikan sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional di berbagai wilayah di Indonesia (Kemhan, 2015).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2019 juga mengatur tentang ekonomi kreatif, bahwasannya Negara Indonesia memiliki warisan budaya yang perlu dimanfaatkan menjadi produk yang menciptakan nilai tambah melalui pengembangan ekonomi kreatif untuk memajukan kesejahteraan umum sebagaimana diamanatkan dalam UUD Republik Indonesia Tahun 1945 (Kemenhan, 2019).

Upaya pemerintah dalam mendorong dan mengembangkan sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia serta pelaku kreativitas ekonomi kreatif, pemerintah menetapkan Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2018 - 2025 yang menyebutkan bahwa dalam rangka mencapai misi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif yang berdaya saing perlu dilaksanakan penyediaan infrastruktur yang memadai bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif. Dalam rangka menghadirkan ruang-ruang kreatif, menaungi sebuah ekspresi masyarakat dalam berkarya dan meningkatkan ketersediaan dan kualitas infrastruktur ekonomi kreatif di Indonesia, Badan Ekonomi Kreatif memberikan bantuan pemerintah berupa revitalisasi infrastruktur fisik, dan sarana ruang kreatifitas bagi pelaku kreatif di daerah (Rindekraf, 2018). Berdasarkan hasil riset gabungan yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2019, Sub sektor yang mengalami pertumbuhan Ekonomi Kreatif ialah :

Table 1 Jenis industri dalam Elemen Ekonomi Kreatif tahun 2016-2018

Sub sektor	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Arsitektur	6.05 %	7.63 %	7.55 %
Desain Interior	5.92 %	6.01 %	5.95 %
Desain Komunikasi Visual	8.98 %	8.13 %	8.05%
Desain Produk	7.67 %	5.88 %	5.82%
Film, Animasi dan Video	10.09 %	10.28 %	10.18%
Fotografi	6.89 %	8.24 %	8.16 %
Kriya	2.27%	1.59 %	1.57 %
Kuliner	5.06 %	5.67 %	5.61 %
Musik	7.59 %	7.99 %	7.91 %

Fashion	4.05 %	3.85 %	3.81 %
Aplikasi dan Game Developer	8.06 %	7.88 %	7.80 %
Penerbitan	3.60 %	2.07 %	2.05 %
Periklanan	7.07 %	6.78 %	6.71 %
Televisi dan Radio	10.33 %	10.34 %	10.23 %
Seni Pertunjukan	9.54 %	7.75 %	7.68 %
Seni Rupa	4.50 %	5.69 %	5.64 %
Total	5.03 %	5.07 %	5.17 %

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, 2019

Berdasarkan data tabel 1 diatas, Hasil pengukuran data Statistik diatas menunjukkan bahwa sub Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia mengalami perkembangan dalam 3 tahun terakhir, Dari tahun 2016 dengan total 5.03%. Di tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 5.07%. Di tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 5.17%. sehingga rata-rata peningkatan sub sektor Ekonomi Kreatif setiap tahunnya 0.05%.

Deputi infrastruktur Bekraf telah mencatat sebanyak 316 jumlah Kabupaten / Kota yang telah bergabung menjadi Kota Kreatif, dan telah melakukan penilaian nominasi Kabupaten / Kota Kreatif yang telah melakukan ujipetik Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I) pada tahun 2016-2018, dan berdasarkan Keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 83 Tahun 2019, menetapkan bahwa terdapat 10 nominasi Kabupaten / Kota kreatif Indonesia tahun 2019. Salah satu daftar kota dengan kategori Kota Kreatif yang menjadi sasaran peningkatan Ekonomi Kreatif ialah Kota Semarang (Kemenparekraf, 2020).

Kota Semarang menjadi salah satu dari kesepuluh kota di Indonesia yang telah melakukan ujipetik PMK3I dan mendapatkan nominasi dari Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk menjadi Kota dengan Ekonomi Kreatif di kawasan Provinsi Jawa Tengah. Ekonomi kreatif merupakan suatu ekonomi yang memiliki ciri-ciri keunggulan pada sisi Kreativitas dalam menghasilkan berbagai desain kreatif dan inovatif yang melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan. (Howkins, 2008).

Kota Semarang memiliki potensi besar untuk berkembang melampaui kota-kota lain di Jawa Tengah melalui strategi pengembangan wilayah yang tepat berbasis Potensi / Sektor Unggulan Kota Semarang. Suatu sektor belum dapat dikatakan sebagai Sektor Unggulan bila hanya memiliki daya penyebaran di atas rata-rata. Sektor Unggulan menurut tabel Input - Output adalah sektor yang memiliki indeks daya penyebaran dan derajat kepekaan di atas rata-rata. Pengertian Sektor unggulan adalah sektor yang memiliki peranan relatif besar dibanding sektor lainnya dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Dibutuhkannya data yang dapat mencerminkan kondisi terkini agar dalam pengambilan keputusan terhadap pengembangan suatu Sektor Unggulan di suatu wilayah akan lebih efektif dan efisien jika didasari oleh pertimbangan mengenai hubungan atau keterkaitan seluruh Sektor Unggulan dalam menggerakkan perekonomian secara menyeluruh. Sehingga kita bisa melihat bagaimana output multipler yang dihasilkan suatu sektor (Pradita, 2011).

Potensi ekonomi kreatif di Kota Semarang berkembang pesat dengan Sektor Unggulannya yaitu Kuliner, Fashion, dan Seni Kriya serta memiliki jumlah pelaku ekonomi kreatif nasional yang besar dengan angka 2,78% (BPS Kota Semarang, 2016). Namun, fasilitas pusat untuk ekspresi kreatif terpadu dan representatif belum tersedia seperti layaknya di kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Table 2 Klasifikasi Sektor Ekonomi Kreatif Unggulan di Kota Semarang.

Sektor Ekonomi Unggulan Kota Semarang	Presentase Penyumbang PDB Kota Semarang tahun 2018
Kuliner	41,40 %
Fashion	18,01 %
Seni Kriya	15,40 %

Sumber : BPS Kota Semarang, 2018

Hasil kajian dari tabel 2 dapat terlihat bahwa Sektor ekonomi Unggulan Kota Semarang yang berkembang pesat dan menjadi andalan Kota Semarang adalah Sektor Kuliner dengan penyumbang PDB kota sebesar 41,40 %, Sektor Fashion dengan penyumbang PDB kota sebesar 18,01 %, dan sektor Seni Kriya dengan penyumbang PDB kota sebesar 15,40 % (BPS Kota Semarang, 2018).

Sektor Unggulan Kota Semarang yang memiliki potensi peminat cukup banyak serta masuk dalam bidang yang dapat mengembangkan Kota Semarang sebagai kota Kreatif ialah sektor dunia kuliner. Kota Semarang memiliki beragam jenis kuliner lokal yang cukup diminati oleh masyarakat lokal maupun international, hingga terkenal dengan julukan kota Lumpia. Lumpia sendiri merupakan makanan khas Kota Semarang yang merupakan hasil akulturasi budaya lokal dan Tionghoa (Antonius Purwanto, 2021), berikut daftar kuliner kota Semarang yang dapat dilihat dari tabel 3 dibawah ini :

Table 3 Daftar Kuliner Kota Semarang

No	Daftar Kuliner
1.	Tahu Gimbal

2.	Lumpia Semarang
3.	Babat Gongso
4.	Soto Semarang
5.	Mie Kopyok
6.	Tahu Petis Semarang
7.	Pecel Semarang
8.	Sego Koyor
9.	Pisang Plenet
10.	Soto Bangkong
11.	Roti Ganjel Rel
12.	Wingko Babat
13.	Gandos
14.	Nasi Ayam Semarang
15.	Garang Asem
16.	Wedang Tahu Jahe
17.	Burung Belibis Goreng

Sumber : Dresyamaya Fiona, 2021

Berdasarkan data tabel 3 diatas, beragam jenis kuliner-kuliner khas Kota Semarang yang dapat menjadi potensi penarik wisatawan jika dikembangkan secara maksimal, salah satunya disajikan dalam fasilitas kuliner Kota Semarang. Fasilitas kuliner kota Semarang ini juga sebagai wadah untuk memperkenalkan beranekaragam makanan khas Semarang kepada masyarakat sehingga dapat mengangkat citra Kota Semarang. Selain itu fasilitas ini juga memberikan

kemudahan bagi wisatawan yang minim akan informasi terkait kekayaan dan cita rasa kuliner khas Kota Semarang.

Sektor Unggulan berikutnya yang dapat mengembangkan Kota Semarang sebagai kota Kreatif ialah sektor dunia Fashion. Kota Semarang memiliki potensi sebagai pusat industri Fashion, karna memiliki berbagai fasilitas pusat perbelanjaan baik pasar besar maupun pasar kecil yang menyediakan berbagai macam busana yang dapat menjadi trend Fashion terbaru. Kota Semarang juga mampu meramaikan dunia Fashion di Indonesia, terbukti dengan tabel 1.4 ini :

Table 4 Festival Fashion di Kota Semarang

Acara Fashion Kota Semarang	Tahun	Keterangan
Semarang Fashion on Street	2010	Bertempat di Lapangan Simpang Lima (Halaman Gedung Dispora Kota Semarang).
Pagelaran Busana	2012	Diadakan oleh Asosiasi Perancang dan pengusaha mode Indonesia (APPMI Jawa Tengah).
Virtual Luxe Fashion Tendance	2013	Bertempat di Krakatau grand ballroom hotel horizon Kota Semarang.
Semarang Fashion parade	2016	Dengan konsep Catwalk di Kota Lama Semarang.
Event Art Carnival	2017	Bertempat di Citra Grand Kota Semarang.

Sumber ; Analisa Penulis, 2021

Berdasarkan data tabel 4 diatas, bermacam-macam Festival Fashion yang telah berlangsung di tiap tahunnya yang dapat mengedukasi masyarakat setempat maupun wisatawan, tidak hanya golongan remaja tetapi juga golongan dewasa baik pria maupun wanita bahkan golongan anak-anak terkait pengembangan Fashion yang telah menjadi gaya hidup dan gaya berbusana pada suatu waktu tertentu yang mengikuti perubahan dan perkembangan zaman.

Sektor Unggulan Fashion menjadikan masyarakat sekarang lebih melek fashion dibanding masyarakat zaman dulu. Fashion menjadi bagian yang penting bagi semua kalangan agar terlihat lebih fashionable. Maka tak heran, banyak pelaku yang masuk dalam industri ini berlomba untuk membuat desain yang bagus dan menarik untuk dijual. Meski marak pelaku industri fashion, nyatanya para pelaku tak pernah merasa sepi peminat. Oleh karena itu, industri fashion dianggap sangat berkembang di Kota Semarang.

Disisi lain, peminat dunia mode / Fashion pun tidak pernah berhenti dan terus meningkat, terbukti dengan ada banyaknya sekolah Fashion di Kota Semarang yang dibanjiri peminat. Sebagai model sekarang menjadi salah satu profesi impian di kalangan masyarakat. Tidak jarang tujuan orang mengikuti sekolah modelling bukan untuk professional saja, namun untuk meningkatkan kepercayaan diri dan mempunyai selera berbusana yang baik. Berikut daftar sekolah fashion yang ada di Kota Semarang :

Table 5 Sekolah Fashion di Kota Semarang

No	Nama Sekolah Fashion Kota Semarang
1.	Maharani tata busana ibu Kartini
2.	LPK Yelxon Tailor ibu Wahyuni
3.	Christy Arts School
4.	Jayanti Sanggar Wanita
5.	LPTB Susun Budihardjo

6.	Alena Fashion & Course
7.	Camaster Indonesia
8.	Rengganis Fashion design School
9.	Javanoea fashion design School
10	Akademik kesejahteraan sosial ibu Kartini

Sumber : Google Maps, 2021

Dengan banyaknya sekolah Fashion di Kota Semarang yang telah tertulis dalam data pada tabel 5 diatas, diharapkan dapat mendukung dan memajukan Pendidikan khususnya di bidang Fashion kota Semarang. Adanya fasilitas penunjang Sektor Fashion menjadi potensi sebagai pusat komersial dan ajang pameran, serta wadah yang tidak hanya melahirkan desainer dan model yang berkualitas dan professional dan juga untuk membantu meningkatkan perkembangan sektor Unggulan Fashion di Kota Semarang. Selain itu fasilitas ini juga memberikan sarana dan prasarana untuk memasarkan produk hasil Ekspresi kreatif masyarakat dan edukasi bagi wisatawan yang min informasi terkait Fashion yang sedang trend dan berkembang di Kota Semarang.

Sektor Unggulan terakhir yang dapat mengembangkan Kota Semarang sebagai kota Kreatif ialah sektor seni Kriya. Kriya atau crafts memiliki ciri khas sesuatu yang dibuat dengan tangan, biasanya sangat dekoratif atau indah secara visual, dan seringkali merupakan benda pakai. Dalam paparannya, Eko Nugroho yang juga *CEO Dreamlight World Media* menilai, usaha kreatif (kriya) di Semarang cukup banyak, terutama untuk ketersediaan bahan baku. "Produk kriya di Jawa Tengah juga naik, tapi tidak signifikan. Pertumbuhan ekspor produk di provinsi ini Rp 2,8 triliun, tapi masih ada di bawah Jawa Barat, Jawa Timur, dan Banten. Jadi pertumbuhannya alon-alon waton klakon. Artinya produk melimpah tapi tidak dari segi keuntungan," kata Eko Nugroho.

Table 6 Macam-macam kriya dari Kota Semarang

No	Kriya khas Kota Semarang	Keunggulan
1.	Batik Gemawang	Motif dan warna batik Gemawang tidak sama 100% karna setiap helai diproduksi secara Khusus (Hand Made) Bukan Cap ataupun Printing sehingga satu produk yang dijual tidak akan ada kembarannya di dunia.
2.	Batik Adisty	Batik Adisty memiliki motif dengan ciri khas flora yang ada di hutan Penggaron seperti pinus, cemara, mahoni, bunga kasturi dan lompong, dengan warna-warni yang ceria. Sehingga dikenal juga sebagai Batik Alas Penggaron.
3.	Kerajinan Eceng Gondok	Olahan kerajinan eceng gondok ada berbagai macam mulai dari tas, sepatu dll. Pasar kerajinan dari olahan eceng gondok kota Semarang sangat bagus karena sudah menembus ekspor ke beberapa negara.
4.	Kerajinan Relief Kuningan	kerajinan logam kuningan yang dibentuk menjadi berbagai macam hiasan seperti kaligrafi, hiasan dinding. Dan biasanya dijadikan sebagai buah tangan.
5.	Kerajinan Bordir	Hiasan pada baju yang terbuat dari payet pada baju kebaya atau pengantin, kerajinan bordir ini terletak di desa Wonorejo, Bawen, Kabupaten Semarang.

Sumber ; Analisa Penulis, 2021

Berdasarkan data tabel 6 diatas, beragam kriya khas Kota Semarang yang dapat menjadi souvenir bagi para wisatawan yang berkunjung, serta dapat menjadi potensi untuk memperkenalkan keberagaman budaya Kota Semarang. Fasilitas penunjang juga sangat dibutuhkan untuk pemasaran maupun untuk pameran Produk Kriya Unggulan khas kota Semarang, sehingga dapat mengangkat seni budaya baik kanca nasional maupun internasional khas Kota Semarang. Selain itu fasilitas ini juga memberikan memberikan sarana pembelajaran atau edukasi tentang Kriya, agar Seni Kriya khas Kota Semarang ini dapat terus berkembang pesat hingga anak cucu nantinya.

Berdasarkan potensi dan permasalahan diatas, dapat dilihat bahwa Kota Semarang memiliki potensi dari Sektor Unggulan Kota Semarang sebagai tempat rekreasi maupun komersial yang cukup tinggi. Sebuah kumpulan Kuliner yang digabungkan dengan Fasilitas sektor Fashion dan Kriya dengan sistem baru pada satu tempat dinilai dapat menjadi suatu inovasi yang menjanjikan. Hal ini juga didukung dalam Peraturan Daerah Kota Semarang No 14 Tahun 2011 tentang rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang tahun 2011 – 2031 yaitu merencanakan pembangunan aspek pertumbuhan ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan ruang wilayah secara berdaya guna, berhasil guna, serasi, selaras, seimbang, dan berkelanjutan.

Bangunan ini tidak hanya ditonjolkan dari segi fungsionalnya saja, tetapi juga dapat dikembangkan dari segi desain Arsitekturnya, sehingga dapat menjadi salah satu landmark Kota Semarang. Menurut Prof. Hermawan Kartajaya pengertian landmark adalah sebuah simbol visual yang mengidentifikasi suatu kota berdasarkan bentuk visual tertentu yang kuat karena memiliki suatu yang khas dan tidak dimiliki daerah lain serta berada pada tempat strategis disebuah kota dimana arah atau aktivitas saling bertemu.

Agar bangunan tersebut menjadi sebuah Landmark, diperlukan adanya perancangan yang juga mengaplikasikan unsur kebudayaan lokal. Kota Semarang memiliki slogan *“The Port of Java”* yang berarti Semarang sebagai pusat Pelabuhan di Jawa dalam bidang pariwisata (Semarang, 2021). Perancangan *Urban*

Creative Space di Kota Semarang menjadi konsep yang mampu mewakili semangat untuk Mengekspresikan dan mengapresiasi Karya dalam Sektor Unggulan di kota Semarang agar senantiasa memperkenalkan & menghasilkan suatu produk yang berekspresi dan berkarakter Unggul serta mewakili semangat identitas Arsitektur Jawa kontemporer, dimana Arsitektur yang menghargai budaya jawa dan juga budaya terkini pada saat yang sama. Potensi ini bisa menjadi pertimbangan desain yang kekinian, menarik, dan tetap mencerminkan nilai-nilai dalam Arsitektur Jawa di Kota Semarang.

1.2 Tujuan Dan Sasaran Perancangan

Tujuan perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang adalah sebagai berikut :

1. Merancang bangunan sebagai tempat menunjang Ekspresi masyarakat agar mampu menghasilkan produk yang mempunyai nilai tambah, sehingga menjadikan hidup yang sejahtera
2. Sarana dan Prasarana pengembangan serta pemasaran hasil Karya Ekonomi kreatif Unggulan di Kota Semarang.
3. Fasilitas penunjang untuk forum belajar, berdiskusi yang melibatkan bisnis komunitas setempat.
4. Menjadikan bangunan berkarakter Jawa yang tetap mempresentasikan Kota Semarang yang identik dengan budaya jawa dalam bentuk bangunan komersial sehingga menjadikan daya Tarik wisatawan.
5. Melestarikan Arsitektur dan budaya Jawa kepada masyarakat luas melalui bangunan dengan cara yang sesuai dengan karakteristik budaya kini (Kontemporer).

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dengan dirancangnya *Urban Creative Space* di Kota Semarang Yaitu :

1. Menyediakan fasilitas ruang publik untuk aktivitas sosial masyarakat setempat.
2. Menyediakan fasilitas penunjang untuk belajar dan berdiskusi serta menjadi media promosi bisnis sehingga dapat menaikkan popularitas masyarakat setempat.
3. Menyediakan sarana dan prasarana dari 3 sektor ekonomi kreatif unggulan berupa fasilitas Kulineran, Fashionshow, Pameran Kriya dengan memanfaatkan potensi budaya jawa sehingga tetap mencerminkan identitas Kota Semarang dan juga meningkatkan perekonomian Wilayah Kota Semarang.
4. Menciptakan dan mengimplementasikan suasana Arsitektur Jawa Kontemporer melalui penerapan unsur dan desain dalam budaya jawa, namun dengan sentuhan kontemporer sehingga dapat menjadikan fasilitas yang menarik.

1.3 Batasan Dan Asumsi

Untuk memberi arah pembahasan maka ditetapkan Batasan, diantaranya sebagai berikut :

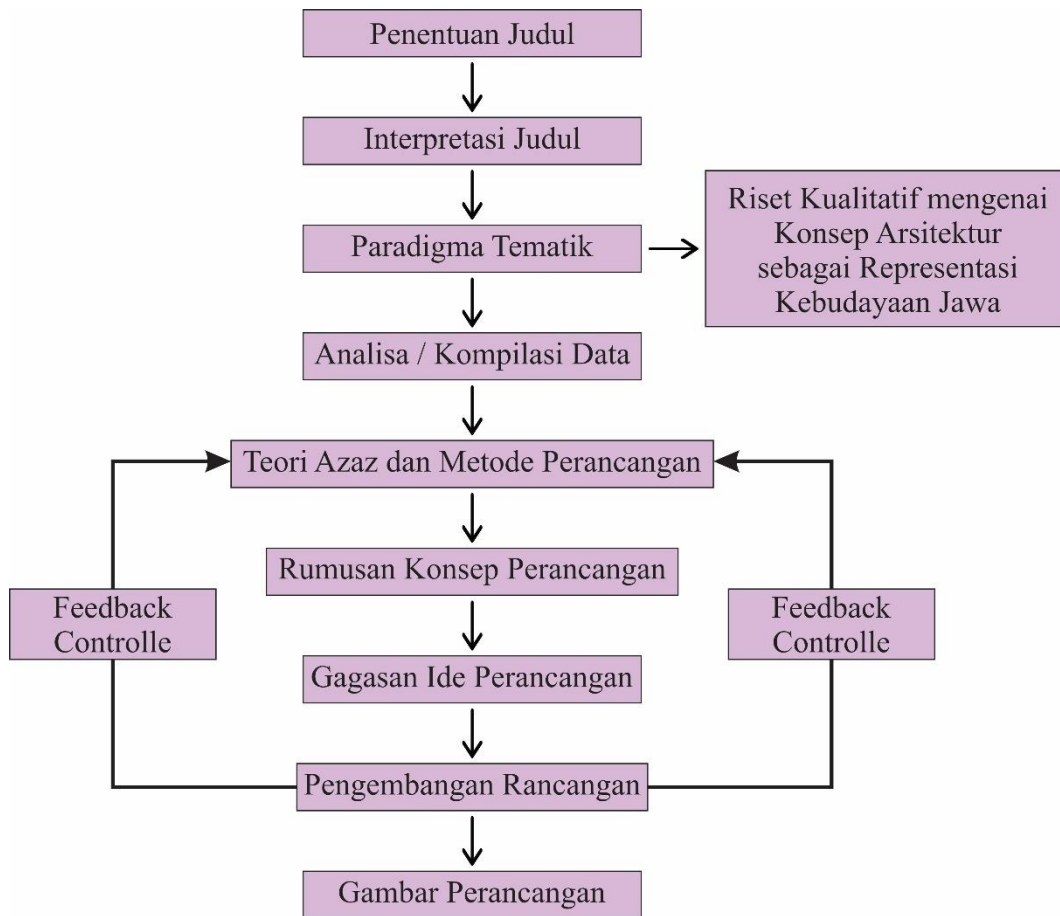
1. Pelayanan *Urban Creative Space* di Kota Semarang untuk wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.
2. Aktivitas didalam bangunan ini sebagai sarana belajar, hiburan dan komersial.
3. Segala usia bisa menggunakan dan memanfaatkan bangunan ini.
4. Perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang ditekankan pada aspek Tampilan dan kegunaan bangunan.

Sedangkan asumsi dapat meliputi :

1. Kepemilikan bangunan diasumsikan diasumsikan sebagai milik pemerintah kota untuk merealisasikan proyek untuk menampung Ekspresi dari sektor unggulan Kota Semarang.
2. Daya Tampung bangunan diasumsikan dapat menampung wisatawan sebanyak 500 pengunjung tiap hari. Jumlah daya tampung bangunan didasarkan pada ruang publik didalamnya dan dalam fasilitas Kuliner, Fashion dan Kriya.
3. Fasilitas kuliner menggunakan konsep Foodventure yakni beberapa outlet makanan yang terletak pada suatu area dengan tempat makan, restoran, café, coffe shop.

1.4 Tahapan Perancangan

Pada Perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang akan dilakukan beberapa macam Teknik pengumpulan data mulai dari tahap pemilihan judul hingga laporan selesai. Berikut Langkah-langkah perancangan seperti :



Gambar 1. 1 Skema Metode Perancangan

Sumber : Kuliah Riset Desain, 2021

1). Interpretasi Judul

Urban Creative Space di Kota Semarang dengan pendekatan Arsitektur Jawa Kontemporer akan menjadi tempat terselenggaranya pelaksanaan kegiatan dari Sektor unggulan di Kota Semarang dan aktivitas sosial yang nantinya bangunan ini untuk Berkarya, Berdiskusi, Berinteraksi dan Berinovasi sehingga perlu didukung dari sisi fasilitas yang ada. Serta bangunan sebagai Landmark Kota Semarang. Bangunan ini memiliki berbagai macam fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan para penggunanya seperti ruang kelas teori, ruang kelas seni, ruang bengkel kerja, ruang kelas design, ruang pameran, ruang eksibisi, co-working area

untuk berdiskusi dan belajar atau bekerja Bersama, art exhibition, Tempat kuliner serta fasilitas penunjang untuk aktivitas sosial.

2). Pengumpulan Data

a) Studi Internet dan Pustaka

Studi pengenalan dan pengumpulan data tentang *Urban Creative Space* di Kota Semarang dengan pendekatan Arsitektur Jawa Kontemporer dalam proses penyusunan laporan, baik dari data internet maupun literatur.

b) Studi Lapangan dan Wawancara

Studi pengumpulan data baik dari lapangan maupun wawancara orang-orang terkait yang dapat mendukung terealisasinya proyek ini.

c) Studi Banding

Dengan berkunjung ke fasilitas Fashion, Fasilitas seni kriya dan fasilitas kuliner atau sejenisnya yang ada di Indonesia, lalu melakukan perbandingan terhadap segi arsitekturalnya maupun non arsitekturalnya yang dirancang untuk memperoleh gambaran secara objektif tentang arah perencanaan desain dengan melakukan pengamatan langsung.

3). Analisa / Kompilasi data

a) Studi Lokasi

Studi Observasi dan suvei lokasi untuk mendapatkan data tentang kebutuhan dan kondisi lokasi perancangan, baik dari kondise existing, Batasan, kendala, maupun potensi Tapak.

4). Azaz dan Metode Perancangan

Dengan menggunakan Azaz dan metode tertentu, Karakter dan ciri bangunan tersebut dapat dilihat dari segi bentuk, tampak, maupun pembagian ruang.

5). Konsep Rancangan

Cara menyelesaikan rancangan dengan konsep bentuk, tatanan ruang, dan tampilan yang dapat meningkatkan kualitas dari bangunan.

6). Gagasan Ide

Cara menjelaskan rancangan bangunan yang meningkatkan antara azas dan metode serta konsep rancang.

7). Pengembangan Rancangan

Hasil rancangan dalam bentuk desain 2 dimensi maupun 3 dimensi.

1.5 Sistematika Laporan

Untuk pembahasan objek rancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang dengan pendekatan Arsitektur Jawa Kontemporer, maka penyajian proposal ini menggunakan sistematika penyusunan laporan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang dengan pendekatan Arsitektur Jawa kontemporer yang ditegaskan dengan data dari pemerintah yang telah menetapkan Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2018 – 2025, daftar Kuliner Kota Semarang, daftar festival Fashion di Kota Semarang, daftar seni kriya khas Kota Semarang, Potensi-potensi yang ada di kota Semarang, permasalahan yang ada di kota Semarang, tujuan dan sasaran perancangan, Batasan dan asumsi yang digunakan sebagai acuan perancangan fasilitas penunjang Ekspresi masyarakat dalam sektor unggulan di kota Semarang., menjelaskan mengenai tahapan-tahapan perancangan dari Bab I sampai Bab V, dan menjelaskan isi dari sub-sub pokok bahasan yang akan dibahas mulai dari Bab I sampai dengan Bab V.

BAB II : Tinjauan Objek Perancangan

Pada bab ini terdiri dari pembahasan mengenai tinjauan obyek perancangan yang dibagi menjadi dua sub bab yaitu Tinjauan Umum perancangan yang menjabarkan satu persatu pengertian dari judul obyek perancangan kemudian menggabungkannya menjadi satu pengertian judul obyek perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang, studi literatur yang membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan materi obyek perancangan, melakukan Analisa terhadap studi kasus yang sesuai dengan obyek perancangan tugas akhir kemudian memberi kesimpulan berupa Analisa hasil studi. Untuk tinjauan khusus membahas tentang penekanan perancangan, lingkup pelayanan, aktivitas dan kebutuhan ruang, perhitungan luasana ruang, dan program ruang.

BAB III : Tinjauan Lokasi Perancangan

Pada bab ini terdiri dari pembahasan mengenai latar belakang pemilihan lokasi berdasarkan kriteria perancangan *Urban Creative Space* di Kota Semarang, penetapan lokasi obyek perancangan berdasarkan hasil penilaian terhadap kriteria yang telah dianalisa sebelumnya, kemudian menganalisa kondisi fisik lokasi yang dipilih dari segi existing Tapak, aksesibilitas, potensi lingkungan, infrastruktur kota, dan peraturan bangunan setempat.

BAB IV : Analisa Perancangan

Pada bab ini terdiri dari pembahasan mengenai analisa Tapak yang terdiri dari Analisa aksesibilitas, Analisa iklim, dan Analisa lingkungan sekitar. Analisa ruang yang terdiri dari organisasi ruang, hubungan ruang dan sirkulasi, dan diagram abstrak. Analisa bentuk dan tampilan yang terdiri dari Analisa bentuk massa bangunan dan Analisa tampilan bangunan.

BAB V : Konsep Perancangan

Pada bab ini terdiri dari pembahasan mengenai pendekatan tema yang berdasarkan pada pendekatan permasalahan dan perumusan tema, pendekatan perancangan, metode perancangan, konsep rancangan yang terdiri dari konsep bentuk massa, konsep tampilan bangunan, konsep ruang dalam, konsep ruang luar, konsep struktur, konsep mekanikal elektrikal, konsep akustik, dan konsep utilitas dan instalasi kebakaran.