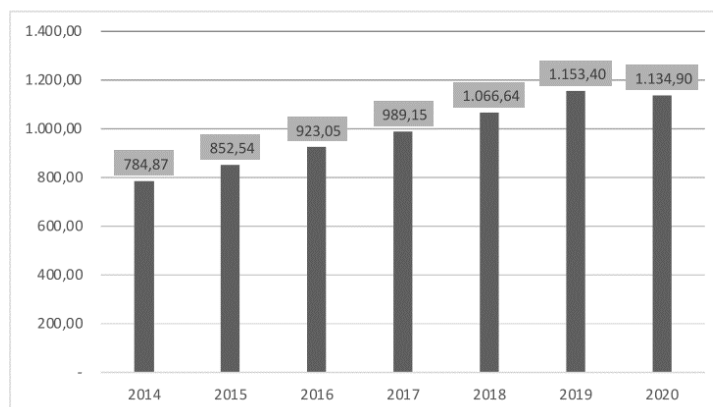


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah dibidang ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan serta didasarkan pada ide-ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (Purnomo, R. A., 2016). Ekonomi kreatif dapat menjadi sebuah pilar pembangunan ekonomi bagi Indonesia. Namun hal tersebut tentu membutuhkan dukungan dari masyarakat Indonesia dengan saling bersinergi untuk fokus menciptakan sebuah inovasi pada penciptaan barang maupun jasa yang diimbangi dengan keahlian, bakat, kreativitas serta kekayaan intelektual. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2020, menunjukkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif mengalami peningkatan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019.



Gambar 1. 1 PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2014-2020

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2020

Pada tahun 2014 sampai dengan 2019, PDB Ekonomi Kreatif meningkat hingga 47,0% yaitu dari 784,87 triliun rupiah menjadi 1.153,40 triliun rupiah. Namun, pada tahun 2020, PDB Ekonomi Kreatif mengalami sedikit penurunan sebesar 1,60% atau turun menjadi 1.134,90 triliun rupiah. Meski sempat terjadi

penurunan terhadap besaran PDB ekonomi kreatif dikarenakan adanya pandemi COVID-19, melihat dari *track record* grafik di tahun-tahun sebelumnya, PDB ini diprediksikan akan terus meningkat di masa depan melihat ekonomi yang juga sudah semakin pulih.

Melihat data pertumbuhan PDB di atas, menunjukkan bahwa ekonomi kreatif sudah tumbuh dan memiliki peran terhadap perkembangan perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2018, seperlima dari hasil ekspor (20,85%) bersumber dari Jawa Timur. Data ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi kreatif di Jawa Timur cukup tinggi dibanding dengan provinsi-provinsi lain.

Tabel 1. 1 Persentase Kontribusi Ekonomi Kreatif Tiap Provinsi di Indonesia

PROVINSI	PERSENTASE
Jawa Barat	33,56%
Jawa Timur	20,85%
Banten	15,66%
Jawa Tengah	14,02%
Kepulauan Riau	1,89%
Bali	1,32%
DIY	1,26%
Sumatera Utara	0,28%
Riau	0,45%

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2018

Tabel 1. 2 Jumlah Usaha Perusahaan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur

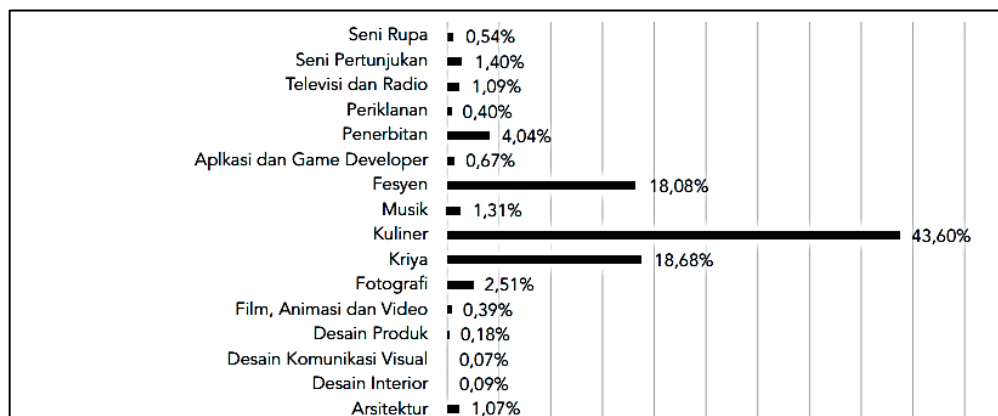
KOTA	JUMLAH UNIT USAHA
Kediri	14.939
Blitar	8.738
Malang	40.680
Probolinggo	10.892
Pasuruan	12.631
Mojokerto	7.238
Madiun	11.798
Surabaya	142.438
Batu	9.221

Sumber: Kemenparekraf, 2016

Berdasarkan data pada tabel di atas, jumlah pelaku ekonomi kreatif di

Surabaya diketahui mendominasi industri kreatif di Jawa Timur dengan total 142.438 unit usaha, sehingga Surabaya berperan penting dalam meningkatkan produktivitas ekonomi kreatif nasional. Surabaya juga merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk mencapai 2,8 juta jiwa sehingga memiliki peluang secara pasar dan pelaku ekonomi kreatif yang sangat tinggi (Bekraf-BPS, 2018). Dengan adanya data jumlah unit usaha ekonomi kreatif di Surabaya tersebut, maka diprediksi jumlah pelaku kreatif bisa berkali lipat lebih banyak. Namun berdasarkan hasil riset dan survei secara langsung oleh penulis, hanya terdapat 6 titik bangunan *creative space* atau *creative center* di Surabaya dan luasan bangunannya pun tidak lebih dari 500m. Hal ini membuktikan bahwa ruang kreatif di Surabaya masih sangat minim dan kapasitasnya pun tidak begitu besar, sehingga belum bisa mewadahi pelaku kreatif secara maksimal.

Ekonomi kreatif sendiri sangat luas dimana terdiri dari beberapa subsektor kreatif. Diantara berbagai subsektor kreatif tersebut, terdapat beberapa subsektor kreatif yang unggul.



Gambar 1. 2 Persentase Usaha Ekonomi Kreatif Indonesia

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan data diatas, persentase usaha ekonomi kreatif terbanyak lima besar adalah pada subsektor kuliner 43,60%, kriya 18,68%, *fashion* 18,08%, penerbitan 4,04% dan fotografi 2,51%. Selanjutnya diikuti oleh seni pertunjukan 1,40%, musik 1,31%, televisi dan radio 1,09%, arsitektur 1,07%, aplikasi dan *game*

*developer* 0,67%. Tiap daerah di Indonesia tentu memiliki subsektor kreatif unggulan tersendiri yang dapat berbeda dengan daerah yang lain. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2020, tiga subsektor unggulan yang berada di Surabaya adalah musik 21,42%, kuliner 19,09%, dan seni pertunjukan 10,31%.

Berdasarkan hasil data dan berbagai peluang positif ekonomi kreatif yang ada di Surabaya, akan sangat disayangkan jika para pelaku kreatif ini tidak didukung. Perlu adanya sebuah fasilitas atau sarana prasarana yang bisa mewadahi industri kreatif di Surabaya agar dapat berkreasi dan berkolaborasi secara maksimal serta dapat membantu menaikkan perekonomian kota maupun negara. Di Surabaya sendiri fasilitas pendukung industri kreatif yang banyak adalah berupa *co-working space*, sedangkan bangunan pusat kreatif yang memadai dan dapat mewadahi banyak kegiatan industri kreatif belum banyak ditemukan. Oleh karena itu, Surabaya membutuhkan ruang bangunan yang lebih inklusif dan terintegrasi untuk pameran, pelatihan, diskusi, dan wadah kolaborasi lintas industri untuk berinovasi pada ekonomi kreatif (Sari, 2013).

Masih banyak pelaku kreatif di kota Surabaya yang belum bisa bekerja secara maksimal dan efisien serta fokus pada bidang kreatifnya. Proses berpikir kreatif dan inovasi juga belum berlangsung dengan lancar. Ditambah terdapat beberapa pelaku kreatif yang belum mempunyai modal cukup sehingga kesulitan menyewa ruang untuk kegiatannya. Kondisi kota Surabaya yang masih kekurangan fasilitas ruang tersebut memaksa para pelaku kreatif menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mencari ruang-ruang yang nyaman untuk berkreasi, mencari material, bahan dan peralatan untuk berkreasi (Sari, 2013).

Tidak terbatas secara fisik saja, kondisi dan kenyamanan ruang juga sangat berpengaruh terhadap suasana hati dan produktivitas kerja para pelaku kreatif. Adanya tuntutan produksi karya yang terus menerus atau pengembangan lebih lanjut dari karya yang ada, serta tuntutan target pekerjaan yang tinggi semakin menambah stres para pekerja di industri kreatif. Tidak sedikit juga pekerja yang mengalami *overwork* dan membuat para pekerja menjadi stres (Anwar, M. A., & Elviana, E, 2020). Hal ini akan berdampak buruk pada hasil produktivitas hingga

psikis pekerja. Maka dari itu pendekatan *biophilic architecture* merupakan salah satu solusi yang dapat diterapkan pada perancangan bangunan. Menurut (Browning, Ryan, & Clancy, 2014) desain biofilik adalah desain berdasarkan aspek biophilia yang tujuannya adalah untuk menciptakan ruang yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental manusia dengan membina hubungan positif antara manusia dan alam. Perpaduan unsur-unsur alam dapat memberikan banyak manfaat bagi manusia seperti mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan (Molthrop, 2012). Desain biofilik secara umum juga memiliki beberapa manfaat yaitu meningkatkan kreatifitas, mengurangi stres dan menjernihkan pikiran, meningkatkan kesejahteraan dan mempercepat penyembuhan (Terrapin Bright Green, 2014).

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa keberadaan pusat kreatif sebagai sarana berkreasi dan kolaborasi antar pelaku industri kreatif merupakan langkah efektif untuk memajukan perekonomian dan industri kreatif di Surabaya. Selain itu, tingginya tingkat stres pekerja yang dialami di ruang kerja ataupun diakibatkan oleh *overwork* membutuhkan rancangan yang dapat meminimalisir stres serta ruang yang sehat dan nyaman, sehingga perancangan *Surabaya Creative Center* dengan pendekatan *biophilic architecture* merupakan solusi dan langkah yang tepat untuk dilakukan. Rancangan dengan pendekatan ini tidak hanya menghubungkan ruang dengan alam tetapi juga dapat memberikan *healing space* pada pengguna bangunan.

## **1.2 Tujuan dan Sasaran**

Tujuan perancangan dalam proyek bangunan yang ingin dicapai, adalah sebagai berikut:

- Mengakomodasi kegiatan pelaku kreatif dalam semua aspek rantai nilai kreatif mulai dari kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi.
- Menghadirkan ruang kreatif yang nyaman, asri, dan dapat meminimalisir stres pelaku kreatif.
- Menghadirkan ruang kreatif publik baru bagi warga Surabaya yang dapat turut membantu dalam perkembangan ekonomi kreatif.

Sasaran perancangan dalam proyek bangunan yang ingin dicapai, adalah sebagai berikut:

- Menciptakan *Surabaya Creative Center* sebagai wadah berkreasi dan berkolaborasi bagi pelaku kreatif.
- Menciptakan *Surabaya Creative Center* yang berkoneksi dengan alam sehingga dapat menjadi *healing space* dan meminimalisir stres pelaku kreatif.
- Menciptakan *Surabaya Creative Center* yang tidak hanya memenuhi aspek fungsional tetapi juga menggambarkan citra kreatif, terintegrasi dengan ruang urban di sekitarnya, dan sebagai sarana membangun perkembangan ekonomi kreatif.

### 1.3 Batasan Perancangan

Batasan obyek perancangan *Surabaya Creative Center* dengan Pendekatan *Biophilic Architecture* adalah sebagai berikut:

- *Creative Center* ini mewadahi pelaku subsektor kreatif unggulan di Surabaya yaitu musik, kuliner dan seni pertunjukan.
- *Creative Center* ini terdiri dari ruang-ruang yang membentuk pusat kreatif berdasarkan empat aspek yang dinyatakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan juga beberapa fasilitas penunjang pendukung rantai kreatif yaitu:
  - Ekspresi: Ruang kreatif publik atau *co working space*
  - Diseminasi: Ruang *meeting*.
  - Inovasi: Studio maupun *makerspace* yang menyesuaikan tiap bidang kreatif.
  - Inkubasi: *Creative office, multifunction hall*, auditorium
  - Fasilitas penunjang: Ruang servis, *Foodcourt*, ruang luar, ruang hijau untuk *refreshing*.
- *Creative Center* ini ditujukan untuk semua lapisan strata sosial.

- Target dari *Creative Center* ini adalah usia produktif dan juga pegiat industri kreatif.
- Bangunan memiliki jam operasional 24 jam sehari pada ruang kreatif publik *indoor* dan *outdoor*, studio atau *makerspace*, *creative office*, *ruang meeting*, *ruang istirahat*, ruang servis, ruang luar serta ruang hijau. Untuk ruang percetakan, auditorium, *mini creative store*, *multifunction hall* dan *foodcourt* akan beroperasi pukul 09.00-22.00.
- Ruang yang bersifat publik dan dapat diakses dengan gratis adalah pada kategori ruang servis dan fasilitas penunjang. Ruang yang dapat diakses oleh orang tertentu yang sudah menyewa ataupun memiliki *membership* adalah pada kategori ruang kreatif dan komersial.

Asumsi obyek perancangan *Surabaya Creative Center* dengan Pendekatan *Biophilic Architecture* adalah sebagai berikut:

- Bangunan akan dimiliki dan dioperasikan oleh swasta.
- Aktivitas yang dilakukan adalah aktivitas-aktivitas yang tercakup dalam ranah ekonomi kreatif mulai dari tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi.
- Bangunan dapat diakses oleh difabel.
- Persentase ruang terbuka hijau minimal seimbang dengan ruang tertutup bangunan yakni ruang terbuka hijau 50% dan ruang tertutup bangunan 50%.
- Daya tampung proyek diasumsikan 0,5% dari 142.438 unit usaha di Surabaya (Kemenparekraf, 2016) sehingga bangunan memiliki kapasitas maksimal 712 orang.

#### **1.4 Tahapan Perancangan**

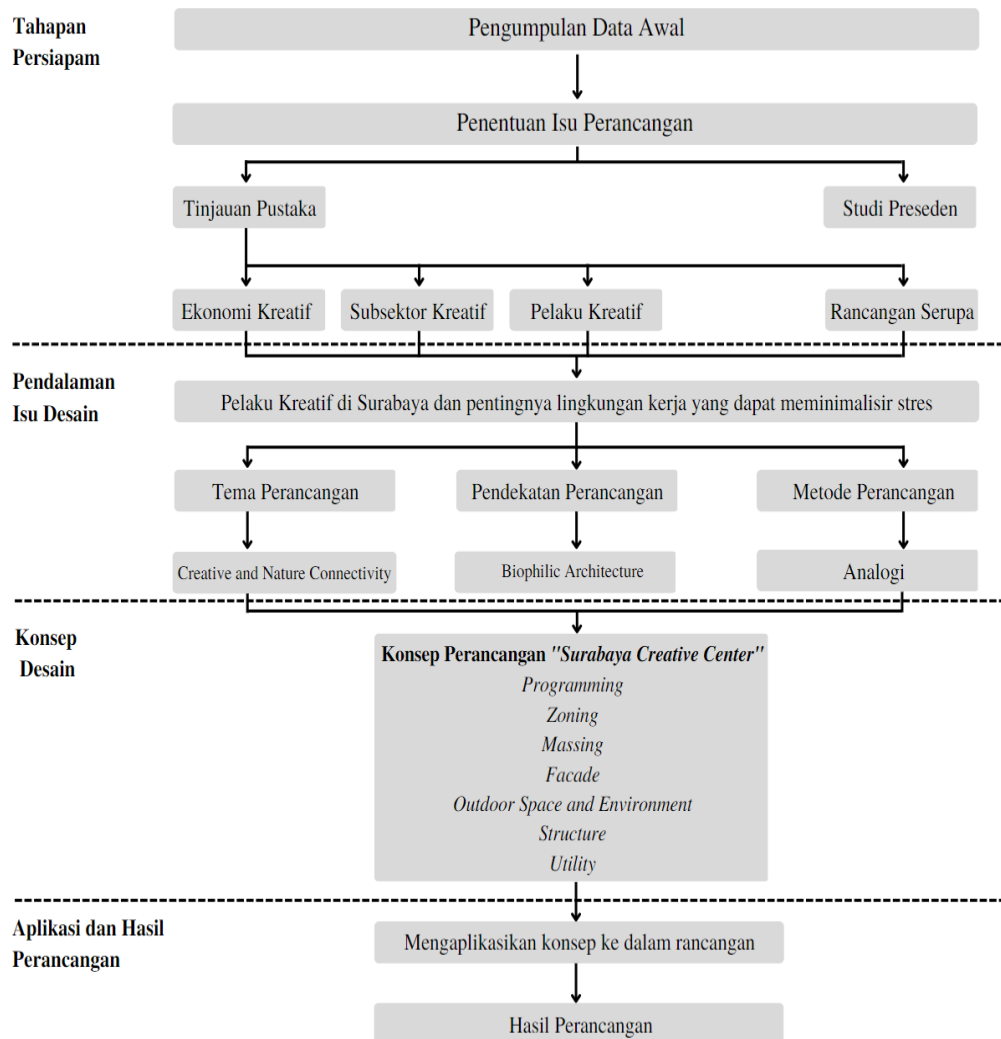
Untuk mewujudkan gagasan tersebut menjadi rencana dan rancangan fisik maka penyusunannya dibagi menjadi beberapa tahap yaitu:

- Interpretasi Judul: Menjelaskan secara singkat tentang judul perancangan *Surabaya Creative Center*.

- Pengumpulan Data: Mengumpulkan data yang dapat membantu proses perancangan *Surabaya Creative Center* baik berupa literatur, peraturan, data angka, dan lain-lainnya dari sumber primer maupun sekunder.
- Azas dan Metode Perancangan: Mengolah data dan literatur yang telah ditemukan menjadi sebuah kerangka acuan untuk proses perancangan bangunan.
- Konsep dan Tema Perancangan: Merumuskan konsep dan tema perancangan yang akan diterapkan dari tahap awal hingga akhir perancangan.
- Gagasan Ide: Memunculkan ide-ide rancangan yang lebih spesifik sesuai konsep dan tema perancangan.
- Pengembangan Rancangan: Mengembangkan gagasan ide rancangan dengan melakukan feedback control terhadap teori dan azas perancangan.
- Gambar Pra-Rancang: Mewujudkan desain pra-rancang dalam bentuk gambar kerja arsitektural berupa *site plan*, *layout plan*, denah, potongan, tampak, perspektif, dan utilitas.

Sesuai dengan poin-poin metode perancangan diatas, berikut merupakan skema proses perancangan yang akan digunakan dalam menyusun Proposal Tugas Akhir proyek *Surabaya Creative Center*.





Gambar 1. 3 Skema Tahapan Perancangan

Sumber: Analisis Pribadi, 2022

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan proposal desain ini disusun dalam beberapa bab dengan bahasanya masing-masing yaitu:

- Bab 1: Pendahuluan berisi tahapan-tahapan mulai dari latar belakang judul, tujuandan sasaran perancangan, batasan dan asumsi rancangan, dan tahapan perancangan beserta sistematika pembahasan.

- Bab 2: Tinjauan Kajian Rancang mencakup interpretasi judul, berbagai literatur pendukung rancangan, dan studi kasus serupa yang dapat digunakan sebagai referensi.
- Bab 3: Tinjauan lokasi perancangan berupa penjelasan dan pertimbangan pemilihan lokasi di Kota Surabaya.
- Bab 4: Analisa perancangan berupa analisa tapak, zonasi, bentuk, ruang, dan fasad yang digunakan dalam proyek.
- Bab 5: Konsep rancangan berisi fakta, isu, dan goals penentuan tema rancangan, metode, serta berbagai konsep perancangan seperti konsep tatanan masa, tata ruang, bentuk, tampilan dan lain-lainnya.