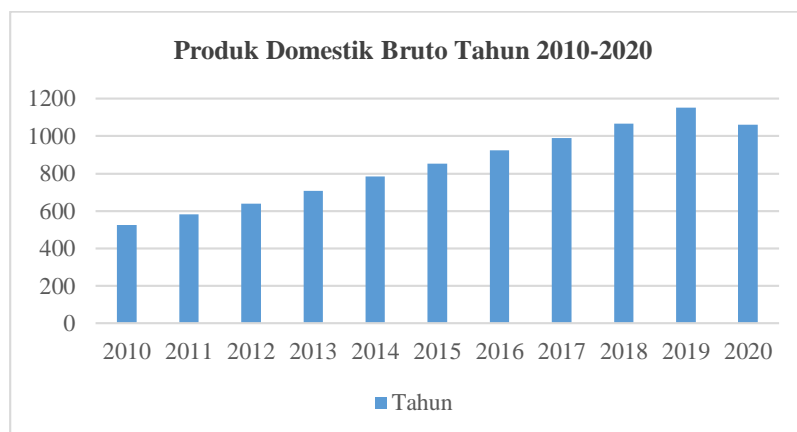


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

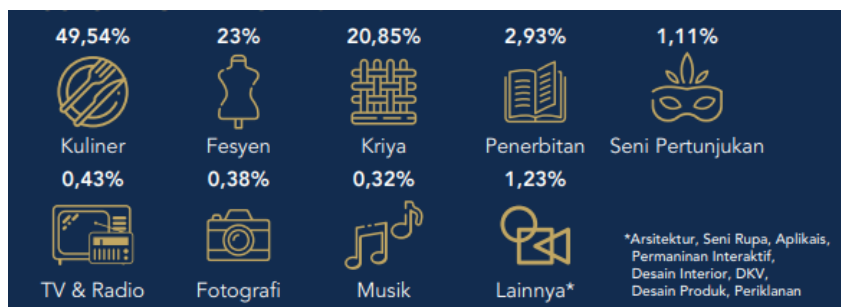
Indonesia merupakan bangsa yang berkembang pesat pada bidang industri kreatif digital. Pada masa sekarang terdapat lebih dari 8,2 juta jumlah usaha kreatif di Indonesia yang termasuk usaha pada subsektor kuliner, fesyen, kriya, film, seni pertunjukan, animasi dan video, desain komunikasi visual dan lain sebagainya. Berdasarkan publikasi Kemenparekraf, tercatat pada tahun 2020 subsektor ekonomi kreatif menyumbang Rp 1.134 Triliun PDB dengan subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif seperti pada gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Diagram PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2010-2020
Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Pemerintah Indonesia juga akan terus konsisten dalam mendukung perkembangan industri kreatif untuk menjadikannya salah satu sektor penopang perekonomian nasional. Dukungan ini dimulai dari perkembangan Sumber Daya Manusia melalui berbagai program seperti Kartu Prakerja, *Digital Talent Scholarship*, dan Gerakan Nasional Literasi Digital. Juga dukungan program infrastruktur digital seperti pembangunan *fiber optic* Palapa Ring, menara BTS dan jaringan internet di daerah 3T, pengembangan sistem 5G hingga pembangunan beberapa pusat data nasional (Kominfo, 2022).

Selain itu terdapat juga Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) program yang dibentuk oleh Presiden Ir. Joko Widodo melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf adalah badan yang berada di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia yang berfungsi memperkuat sektor ekonomi kreatif melalui keunggulan sumber daya manusia dengan menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif. Bekraf menetapkan ada 17 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan antara lain seni pertunjukan, kuliner, fesyen, desain produk, kriya, musik, penerbitan, TV dan radio, fotografi, dan lainnya. Hal tersebut merupakan bentuk optimisme pemerintah bahwa ekonomi kreatif Indonesia dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional di masa depan. Selama tahun 2019, jumlah penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif adalah 19,2 juta orang atau sekitar 15,21% dari Tenaga Kerja Nasional. Persentase pertumbuhan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif dari tahun 2018 ke 2019 adalah 4,02% sedangkan pada tenaga kerja nasional hanya 2,02%. Distribusi tenaga kerja ekonomi kreatif untuk setiap subsektor dapat diamatai pada gambar 1.2 berikut, dengan subsektor kuliner yang memiliki persentase terbesar.



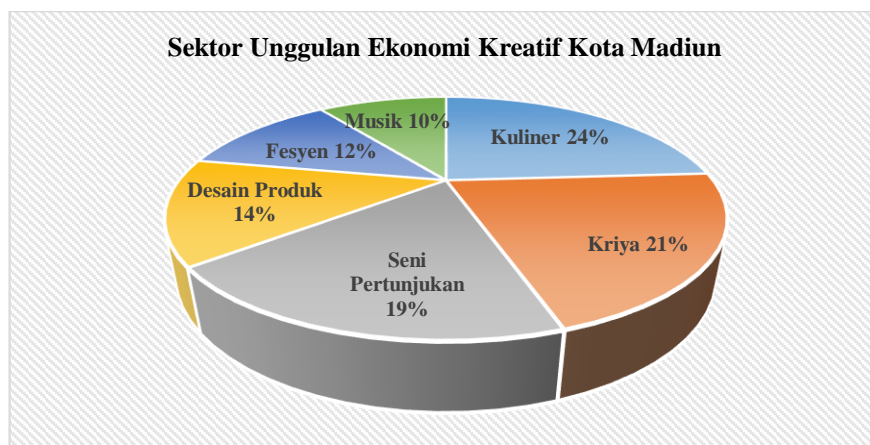
Gambar 1.2 Distribusi Tenaga Kerja Ekraf Berdasarkan Subsektor
 Sumber : Laporan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif, Badan Pusat Statistik, 2020

Menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2018, seperlima dari hasil ekspor (20,85%) berasal dari Provinsi Jawa Timur. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas jumlah usaha ekonomi kreatif di Jawa Timur cukup tinggi di Indonesia. Salah satu penyumbang usaha tersebut berasal dari Kota Madiun dengan total jumlah 11.798 unit usaha ekonomi kreatif yang ditunjukkan pada gambar 1.3 berikut.



Gambar 1.3 Jumlah Unit Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur
 Sumber : Bekraf Kemenparekraf, 2019

Menurut Iriantini, D. B. (2019) Madiun sendiri memiliki sektor ekonomi kreatif unggulan yaitu sektor kuliner dengan persentase 24 %, kriya 21 %, seni pertunjukan 19 %, desain produk 14 %, fesyen 12 %, dan musik 10 % seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.4 dengan diagram lingkaran. Dilansir juga dari Portal Ekonomi Kreatif Jawa Timur, dalam lima tahun terakhir sektor kuliner, kriya, desain produk, fesyen, seni pertunjukan, dan musik memiliki persentasi kenaikan setiap tahunnya. Bahkan turut serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Madiun yang mencapai 47,3% tertinggi di Jawa Timur dan memiliki Pendapatan Asli Daerah Rp. 265,9 miliar.



Gambar 1.4 Diagram Sektor Unggulan Ekonomi Kreatif di Madiun
 Sumber : Analisa Penulis, 2022

Selain itu, hampir setiap Kecamatan di Madiun mempunyai produk ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan, terutama dalam subsektor fesyen, kuliner, desain produk, seni pertunjukan, musik, dan kriya. Berikut tabel kelompok ekonomi kreatif beserta produk kreatif yang dihasilkan.

Tabel 1.1 Kelompok Ekonomi Kreatif di Kota Madiun

No.	Kecamatan	Subsektor Ekonomi Kreatif	Hasil Produk Kreatif
1.	Kartoharjo	Kuliner	Olahan Cokelat Sambel Pecel Lempeng Beras
		Fesyen	Aksesoris Hijab
		Kriya	Kerajinan Tangan
2.	Taman	Desain Produk	Souvenir Boneka Souvenir Kertas Bekas
		Kuliner	Kue Semprong Olahan Cokelat Keripik Tempe Kerupuk Lempeng
		Fesyen	Batik Tulis Tas dan Sepatu
		Kriya	Kerajinan Kayu Handmade
4.	Manguharjo	Seni Pertunjukan	Pencak Silat Tari Pentul Dan Tembem Tari Gambyong Pangkur Tari Solah Madiunan

Sumber : Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen Jawa Timur, 2019.

Dalam Rencana Pengembangan Jangka Menengah Daerah Kota Madiun tahun 2019-2024 memiliki misi mewujudkan pembangunan yang berwawasan lingkungan; meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kota Madiun; serta mewujudkan kemandirian ekonomi dan pemerataan tingkat kesejahteraan masyarakat Kota Madiun. Pada perwujudan kemandirian ekonomi meliputi pengembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat melalui langkah-langkah antara lain memanfaatkan ruang kota atau RTRW dengan maksimal; menumbuhkan sektor perdagangan, pengolahan, dan pariwisata; serta meningkatkan indeks pengetahuan masyarakat (RPJMD Kota Madiun, 2021).

Dilansir dari Tribunnews Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno memberikan tugas bagi Pemerintah Kota Madiun saat berkunjung ke Kota Madiun. Salah satunya adalah pekerjaan rumah untuk menyelenggarakan event tingkat nasional dan bahkan internasional tahunan di Kota Madiun sebagai ajang

untuk menumbuhkan wisata dan ekonomi kreatif di wilayah setempat. Hal itu karena Kota Madiun telah menjadi magnet bagi beberapa komunitas untuk menyelenggarakan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition*).

Berdasarkan potensi, program penunjang, dan perkembangan yang dimiliki, Kota Madiun dapat menjadi kota dengan tingkat ekonomi kreatif yang lebih tinggi. Namun hal tersebut tidak didukung oleh fasilitas sarana prasarana yang menunjang bagi masyarakat, khususnya bagi pekerja di sektor ekonomi kreatif. Masyarakat di Kota Madiun tidak memiliki ruang yang berfungsi untuk melakukan pengelolaan dan perdagangan barang dengan maksimal, untuk berkreasi, berkolaborasi ataupun mengembangkan pengetahuan. Karena belum memiliki ruang yang terstruktur, perkembangan unit usaha masyarakat menjadi lambat berkembang. Selain itu juga karena kebanyakan aktivitas ekonomi kreatif dilakukan secara pribadi. Padahal jika terdapat ruang yang dapat menampung segala bentuk aktivitas ekonomi kreatif, perkembangan dan tingkat produktivitas pelaku usaha pasti akan lebih meningkat.

Oleh sebab kondisi tersebut maka sebuah bangunan *Creative Hub* dapat menjadi solusi untuk mewadahi kebutuhan masyarakat dalam melaksanakan aktivitas pada sektor ekonomi kreatif. *Creative Hub* tersebut diperlukan untuk mewadahi subsektor kuliner, fesyen, desain produk, kriya hingga seni pertunjukan. Madiun *Creative Hub* dengan Arsitektur Ekspresionisme dapat menjadi sebuah ruang kerja yang mewadahi masyarakat untuk bekerja, bersosialisasi, berkolaborasi sesama rekan kerja, klien, teman bahkan orang yang baru kenal sekalipun dengan memberikan kenyamanan ruang. Arsitektur ekspresionisme merupakan gerakan untuk mencapai visi misi dengan memberikan kebebasan berimajinasi dan kolaborasi. Bangunan yang didesain dengan pendekatan ini memiliki bentuk yang tidak monoton, karena memberikan ruang kebebasan untuk berimajinasi dan berkembang. Sehingga Madiun *Creative Hub* nantinya tidak terbatas hanya untuk pelaku usaha saja, tetapi terbuka bagi masyarakat umum yang ingin mengembangkan kreativitas individu maupun kelompoknya.

Dengan adanya Madiun *Creative Hub* yang menjadi pusat kegiatan berlandaskan arsitektur ekspresionisme diharapkan dapat memicu ide-ide gagasan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang dapat memberikan kontribusi bagi

Kota Madiun dan Jawa Timur. Apalagi jika bangunan tersebut dapat menjadi tempat kolaborasi antara pelaku ekonomi kreatif, pengusaha, komunitas, media juga pemerintah pasti akan dapat menghasilkan produk kreatif yang nyata. Mengingat Kota Madiun belum memiliki tempat berkreasi yang layak dan sebelumnya selalu tidak terpusat dengan melakukan kegiatan secara terpisah.

1.2 Tujuan dan Sasaran

Tujuan merupakan deskripsi umum non-arsitektural yang ingin dicapai dari hasil perancangan. Sedangkan sasaran merupakan perwujudan arsitektural dari tujuan perancangan yang lebih khusus dan bersifat arsitektural. Maka tujuan perancangan ini adalah :

1. Menyediakan tempat bagi penggiat ekonomi kreatif, komunitas dan masyarakat umum untuk mewadahi aktivitas kreatif, edukasi, hingga kolaborasi dalam bidang kuliner, fesyen, desain produk, seni dan lain-lain untuk meningkatkan perekonomian kota.
2. Sebagai sarana untuk meningkatkan kreativitas dan produktivitas bagi pekerja ekonomi kreatif dengan memberikan ruang yang ekspresif.

Sasaran arsitektural yang ingin diwujudkan dari tujuan perancangan tersebut adalah :

1. Merancang sebuah ruang pusat kreatif dengan pendekatan Arsitektur Ekspresionisme yang dapat menaungi pelaku ekonomi kreatif, pelajar, komunitas kreatif, dan masyarakat lainnya.
2. Merencanakan sebuah bangunan *Creative Hub* yang dapat memenuhi aspek fungsional untuk berkreasi, berinovasi, dan berkolaborasi bagi penggunanya.
3. Merancang bangunan *Creative Hub* yang memiliki karakter ramah dan atraktif sebagai implementasi pendekatan arsitektur ekspresionisme.
4. Menjadikan bangunan *Creative Hub* sebagai pusat kegiatan kreatif dan inovasi yang terdepan di Kota Madiun dan sekitarnya sehingga orang-orang tertarik untuk datang dan mengembangkan diri.

1.3 Batasan Perancangan

Batasan yang ditetapkan untuk memudahkan proses perancangan bangunan antara lain :

1. Madiun *Creative Hub* akan beroperasi mulai pukul 8.00 WIB. Aktivitas di dalam ruangan dibuka sampai pukul 18.00 WIB dan untuk aktivitas di luar ruangan sampai pukul 20.00 WIB setiap harinya.
2. Pelayanan operasional mencakup skala regional dan difokuskan bagi penggiat ekonomi kreatif sesuai fasilitas khusus sesuai bidang yang tersedia.
3. Bagi pengunjung umum yang mencakup skala nasional dapat memanfaatkan fasilitas yang lebih umum.
4. Fasilitas yang ada dapat mewadahi aktivitas ekonomi kreatif pada subsektor kuliner, fesyen, desain produk, seni pertunjukan, dan kriya bagi kalangan pelajar, pekerja lepas, komunitas, pekerja industri kreatif, maupun masyarakat luas.
5. Batasan kegiatan ekonomi kreatif yang diwadahi mulai dari kegiatan pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan pemasaran.

Sedangkan untuk asumsi dari perancangan Madiun *Creative Hub* adalah:

1. Kepemilikan proyek Madiun *Creative Hub* adalah Pemerintah Daerah Madiun, termasuk pengelolaan operasional bangunan terkait administrasi, manajemen, dan pengawasan gedung.

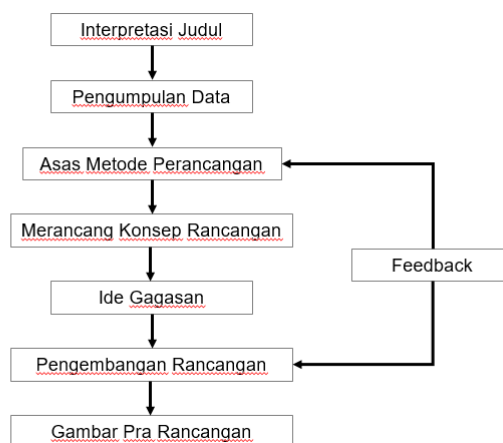
1.4 Tahapan Perancangan

Tahapan proses perancangan yang dilakukan dalam merancang Madiun *Creative Hub* adalah sebagai berikut:

1. Melakukan interpretasi judul Madiun *Creative Hub* dengan menjelaskan secara singkat.
2. Pengumpulan data dan informasi actual yang berkaitan dengan objek Madiun *Creative Hub*. Pengumpulan data tersebut yang pertama adalah data primer dari hasil observasi lapangan dan hasil wawancara dengan narasumber terkait

- objek perancangan. Serta yang kedua berupa data sekunder yang didapatkan dari studi literatur, informasi dari UKM setempat dan informasi dari internet.
3. Data-data primer dan sekunder yang telah didapatkan selanjutnya dianalisa guna menghasilkan kerangka dalam proses merancang objek perancangan.
 4. Dari hasil analisa data primer dan sekunder tersebut dihasilkan rumusan dan metoda rancang yang akan membantu menentukan tema Madiun *Creative Hub*
 5. Menyusun konsep dan tema rancangan yang nantinya akan menentukan bentukan dan penempatan ruang dalam bangunan Madiun *Creative Hub* berdasarkan teori dan metoda rancang.
 6. Pengembangan rancangan dari gagasan ide menjadi rancangan pra-rancang sesuai dengan konsep dan tema yang ditentukan sebelumnya.
 7. Gambar pra-rancang untuk mewujudkan desain pra-rancang dalam bentuk gambar meliputi site plan, layout plan, denah, potongan, tampak, perspektif, dan utilitas bangunan.

Sesuai dengan poin-poin proses perancangan diatas, berikut merupakan skema metode perancangan yang akan digunakan dalam menyusun proposal Tugas Akhir proyek Madiun *Creative Hub*.



Gambar 1.5 Bagan Tahapan Perancangan Madiun Creative Hub
Sumber : Analisis Penulis, 2022

1.5 Sistematika Penulisan

Kerangka garis besar isi uraian laporan perancangan Tugas Akhir Madiun *Creative Hub* adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan : Berisi tentang latar belakang pemilihan judul Madiun *Creative Hub* yang ditegaskan dengan data-data terkait perkembangan ekonomi kreatif, tujuan perancangan, batasan dan asumsi perancangan, juga tahapan perancangan beserta uraian penjelasan dari setiap tahapannya dengan rinci.
2. BAB II Tinjauan Objek Perancangan : Berisi interpretasi judul tentang pengertian Madiun *Creative Hub* yang kemudian disimpulkan menjadi suatu pengertian yang tepat bagi rancangan. Tahap studi literatur berisi paparan data dari berbagai pustaka sebagai data penunjang dan pendukung yang berkaitan dengan rancangan. Tahap studi kasus objek berisi dua objek kasus sejenis secara fungsi dan aktivitas yang digunakan sebagai acuan perancangan.
3. BAB III Tinjauan Lokasi Perancangan : Berisi tentang analisis lokasi perancangan yang menyangkut latar belakang pemilihan lokasi, penetapan lokasi, dan fisik lokasi yang meliputi potensi dan kendala, aksesibilitas, peraturan dan Undang-Undang, iklim, infrastruktur kota, serta lingkungan sekitar yang nantinya akan digunakan sebagai lokasi Madiun *Creative Hub*.
4. BAB IV Analisis Perancangan : Berisi tentang analisa tapak, analisa ruang, hingga analisa bentuk dan tampilan yang nantinya akan diterapkan pada perancangan Madiun *Creative Hub*.
5. BAB V Konsep Perancangan : Berisi tentang dasar dan metode yang dipakai sebagai acuan perancangan, serta konsep-konsep yang dipakai sebagai dasar perancangan Madiun *Creative Hub*, meliputi konsep tema rancangan, konsep tapak, bentuk, utilitas dan struktur.
6. BAB VI Aplikasi Perancangan : Berisi penjelasan tentang aplikasi pendekatan dan metode rancangan pada bentuk, tata ruang, tampilan sampai struktur sesuai dengan tema dan konsep yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.