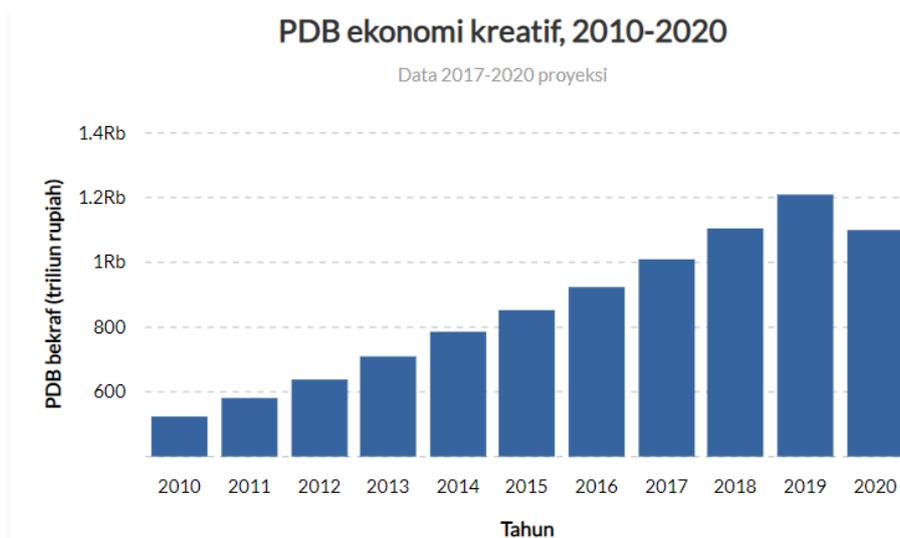


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ekonomi Kreatif diprediksi akan menjadi *economic driving force* yang dominan di masa depan (Vernon, 1991) Prediksi ini mulai dapat dilihat dampaknya. Di Indonesia, dilansir dari *Data Focus Economy Outlook 2020* ekonomi kreatif menyumbang sebesar Rp 1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2020 (Bocella and Salerno, 2016). Sempat terjadi penurunan terhadap besaran PDB ekonomi kreatif dikarenakan pandemi COVID-19. Akan tetapi, melihat dari *track record* di tahun-tahun sebelumnya, figur ini diproyeksikan akan terus meningkat di masa depan

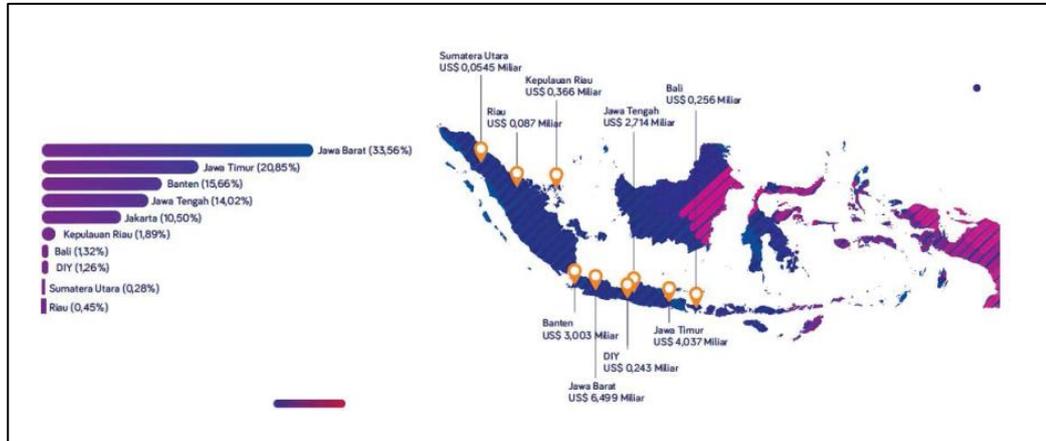


Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto atas Dasar Harga Berlaku dan Berkontribusi Ekonomi Kreatif 2010-2020

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2020

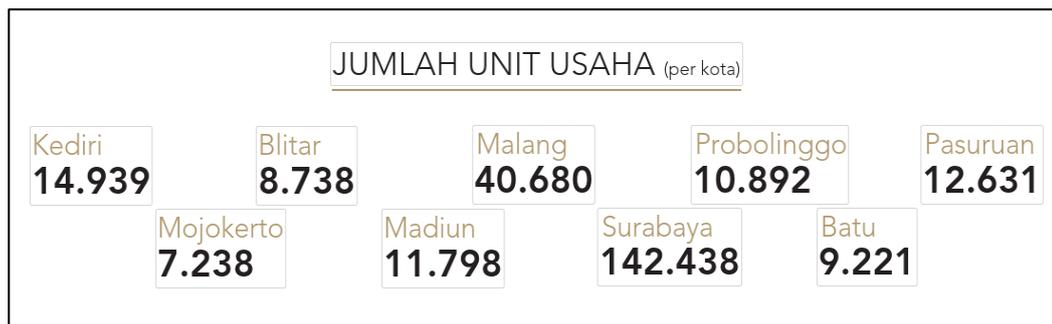
Pada tahun 2020, ekonomi kreatif menyumbang 7.14% dari total PDB nasional. Angka kontribusi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif sudah tumbuh dan memiliki peran signifikan terhadap perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2018, seperlima 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.



Gambar 1.2: Persentase Kontribusi Ekonomi Kreatif per Provinsi di Indonesia  
Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2018

Pelaku Ekonomi kreatif di Jawa Timur didominasi oleh pelaku ekonomi kreatif yang berasal dari Surabaya dengan jumlah 142.438 unit usaha, sehingga Surabaya memiliki peranan yang cukup signifikan dalam menambah produktivitas ekonomi kreatif nasional. Surabaya yang merupakan kota metropolitan terbesar kedua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk sebesar 2.874.314 jiwa memiliki peluang secara pasar dan pelaku ekonomi kreatif sangat tinggi (Bekraf-BPS, 2018). Sub-sektor dengan persentase hasil luaran tertinggi antara lain: Kuliner, Mode, Desain, dan juga Digital.



Gambar 1.3 Jumlah Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur Menurut Status Badan Usaha Tahun 2016  
Sumber: Kemenparekraf, 2016



Gambar 1.4 Sektor Industri Fashion di Surabaya

Sumber: Kompas.com



Gambar 1.5 Industri Kreatif Sub-Sektor Kuliner Di Surabaya

Sumber: Kompas.com



Gambar 1.6 Industri Kreatif Sub-Sektor Digital Di Surabaya

Sumber: Kompas.com

Kota Surabaya dikenal memiliki budaya *arek* atau budaya egaliter sangat menjunjung tinggi kesetaraan dan kebersamaan. Egalitarianisme adalah kecenderungan cara berpikir bahwa seseorang harus diperlakukan dan mendapatkan perlakuan yang sama. Hal ini menjadikan masyarakat Surabaya memiliki sifat yang terbuka dan dinamis. Kedua sifat ini sangat krusial dalam membentuk lingkungan ekonomi kreatif yang kooperatif sekaligus kompetitif (Goenawan, Kuntjara and Sutanto, 2016).

Semua peluang positif ini sayangnya masih memiliki hambatan yaitu kurangnya fasilitas atau infrastruktur yang bisa memwadahi industri kreatif di Surabaya agar memiliki luaran yang maksimal. Di Surabaya terdapat fasilitas pendukung industri kreatif berupa *co-working space* di AJBS dan di Siola, tetapi fasilitas ini tergolong baru dan kurang memadai untuk memfasilitasi nilai rantai industri kreatif di Surabaya. Adanya *co-working space* baru telah diapresiasi oleh

para pelaku ekonomi kreatif. Namun, fasilitas lebih lengkap dan terintegrasi dibutuhkan untuk memamerkan, diskusi, pelatihan, dan wadah kolaborasi antar industri untuk melakukan inovasi pada ekonomi kreatif di Surabaya. (Sari, 2013).

Aktor kreatif kota Surabaya belum dapat bekerja secara optimal, efisien dan fokus pada industri kreatif mereka. Proses berpikir kreatif dan inovasi juga belum berlangsung dengan lancar. Kondisi kota Surabaya yang masih kekurangan fasilitas ini pun membuat pelaku kreatif terpaksa banyak menghabiskan waktu mereka untuk mencari ruang yang nyaman untuk berkreasi, ditambah lagi dengan mencari bahan, material, serta peralatan untuk berkreasi (Sari, 2013).

Proses kreatif tidak terbatas secara fisik. Suasana ruang nyaman sangat penting untuk melakukan berkolaborasi. Berbagai suasana tak terduga dapat memicu proses kreatif oleh aktor kreatif. Suasana berbagi dibentuk dengan berbagai cara untuk dapat menciptakan interaksi dan kolaborasi efektif melalui ruang nyaman bagi aktor kreatif sehingga dapat memunculkan ide-ide kreatif (Cerneviciute and Strazdas, 2018).

Demi memperkuat citra dan daya saing industri kreatif di Kota Surabaya, maka pusat kreativitas yang diperlukan tidak terbatas pada tempat retail saja, Tetapi, juga memerlukan ruang berkreasi dan berkolaborasi sehingga dapat menghasilkan gagasan kreatif. Karakter masyarakat Kota Surabaya sangat dinamis dan terbuka. Sehingga, Rancangan yang fleksibel dan dinamis sangat diperlukan. Selain itu, ruang yang dihasilkan juga harus mendukung dan benar-benar berpusat pada aktor industri kreatif. Sehingga para pelaku industri kreatif dapat menanggapi berbagai perubahan tren gaya hidup dan dinamika industri kreatif yang dinamis dan berubah-ubah setiap waktunya.

Fleksibilitas bangunan tinggi sangat dibutuhkan untuk mengakomodasi kebutuhan para pelaku ekonomi kreatif akan ruang kreatif. Karena itu, *flexible architecture* menjadi pendekatan yang efektif untuk menanggapi hal ini. Dalam *flexible architecture*, bangunan didesain agar memiliki ruang gerak yang leluasa sering kali disebut dengan '*open building*'. Konsep ini artinya bangunan tidak dianggap selesai sampai pengguna menggunakan dan memodifikasi ruang sesuai dengan kebutuhannya. Pengguna bisa mengubah banyak aspek sedangkan

arsitekturnya tetap sama (Kronenburg, 2007). Kronenburg (2007) juga menyatakan keuntungan lainnya adalah arsitektur bisa digunakan lebih lama, dapat memuat berbagai fungsi secara efektif dan efisien sesuai dengan intervensi pengguna, dan menjadi lebih relevan terhadap perubahan budaya dan tren kultural.

Dari uraian di atas menjelaskan bahwa adanya pusat kreativitas sebagai sarana kolaborasi dan berkreasi menjadi langkah efektif untuk memajukan industri kreatif di Surabaya. Selain itu, lingkungan kreatif Surabaya yang dinamis membutuhkan rancangan yang fleksibel, sehingga perancangan Surabaya Creative Center dengan pendekatan Flexible Architecture menjadi penting untuk dilakukan. Rancangan ini juga bisa menciptakan aglomerasi industri kreatif dan memberi citra yang baik kepada pasar kreatif, sehingga dapat meningkatkan luaran ekonomi kreatif di Surabaya secara keseluruhan.

## **1.2. Tujuan dan Sasaran**

### **Tujuan**

- Mengakomodasi potensi ekonomi kreatif Surabaya dalam semua aspek rantai nilai kreatif mulai dari kreasi (*creation*), produksi (*production*), distribusi (*distribution*), konsumsi (*consumption*), hingga konservasi (*archiving*).
- Menciptakan desain Surabaya Creative Center sebagai sarana untuk meningkatkan produktivitas dan kreativitas pegiat ekonomi kreatif dengan memberikan desain yang fleksibel
- Menghadirkan *Surabaya Creative Center* sebagai ruang publik baru bagi warga Surabaya.

### **Sasaran**

- Merancang *Surabaya Creative Center* yang fleksibel sehingga dapat menjadi wadah interaksi dan *networking* yang sangkil bagi pelaku ekonomi kreatif di Surabaya dan sekitarnya.

- Merancang bangunan Creative Center yang tidak hanya memenuhi aspek fungsional serta fleksibilitas, tetapi juga menggambarkan citra kreatif, dan terintegrasi dengan ruang urban di sekitarnya
- Merancang Creative center yang dapat menunjang kreativitas pengguna sehingga meningkatkan motivasi kerja dan pengembangan diri, serta kolaborasi.

### 1.3. Batasan Perancangan

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

- *Creative Center* ditujukan sebagai fasilitas kebutuhan dari masing-masing sub-sektor industri kreatif yang paling dominan berkembang di Kota Surabaya, yaitu sub-sektor desain, digital, kuliner, kriya dan *fashion*,
- Lokasi yang bisa dipakai adalah di daerah komersial dekat dengan *Central Business District* (CBD) kota Surabaya

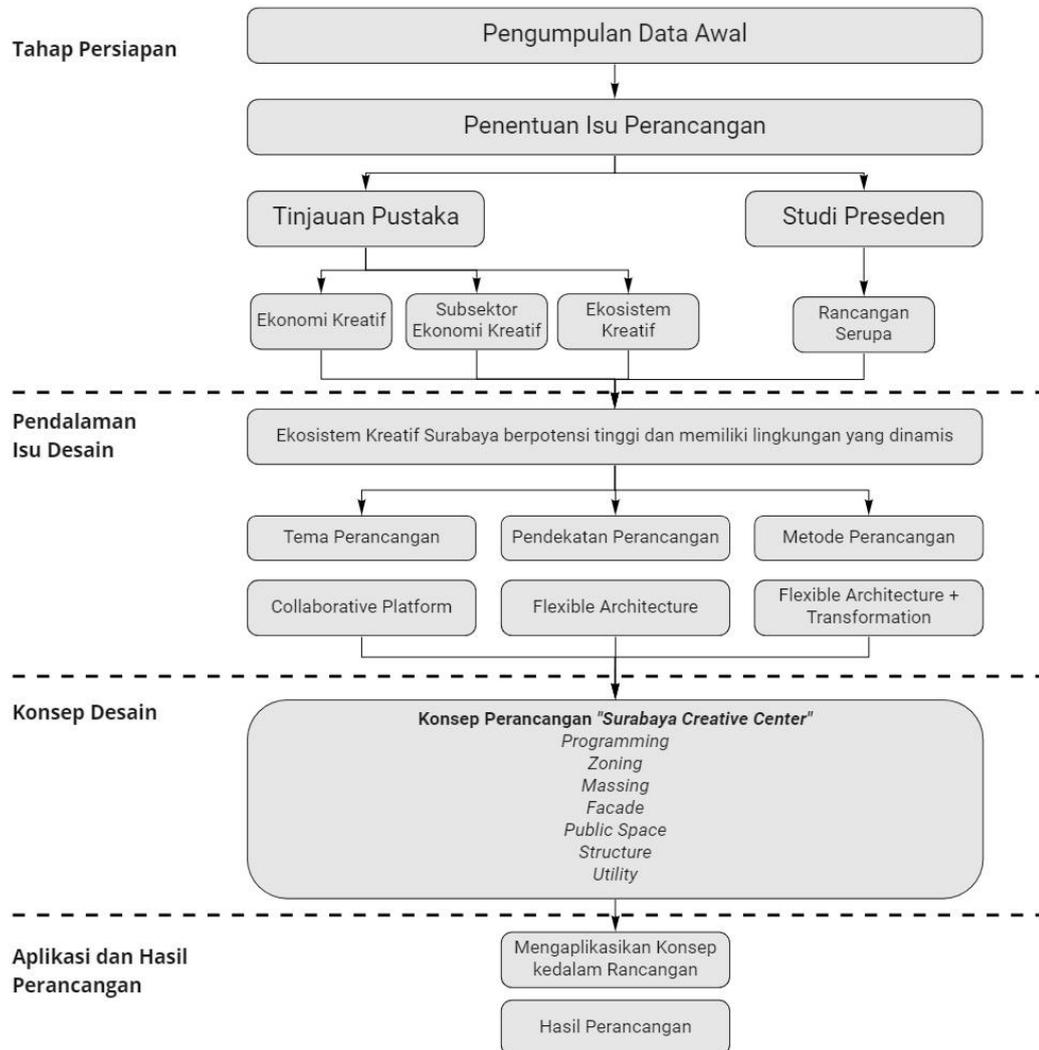
Asumsi obyek perancangan Surabaya Creative Center dengan *Pendekatan Flexible Architecture* adalah sebagai berikut:

- Bangunan yang akan dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah kota Surabaya.
- Aktivitas yang dilakukan adalah aktivitas-aktivitas yang tercakup dalam ranah ekonomi kreatif mulai dari tahap kreasi (*creation*), produksi (*production*), distribusi (*distribution*), konsumsi (*consumption*), hingga konservasi (*archiving*).
- Bangunan memiliki jam operasional 24 jam sehari pada area-area publik seperti atrium, *co-working*, perpustakaan, dan juga lab kreatif. Untuk fungsi-fungsi komersial yang konvensional seperti *concept store*, dan galeri akan beroperasi pukul 09.00-21.00
- Daya tampung proyek diasumsikan dapat memenuhi kebutuhan sampai sepuluh tahun ke depan dengan kapasitas maksimal 2000 orang

#### **1.4. Tahapan Perancangan**

Agar gagasan tersebut dapat direalisasikan menjadi rencana dan sebuah rancangan fisik maka penyusunannya dibagi menjadi beberapa tahap yaitu:

- Interpretasi Judul: Menjelaskan secara singkat tentang judul yang telah disusun.
- Pengumpulan Data: Mengumpulkan data yang dapat membantu proses perancangan baik berupa literatur, peraturan, data angka, dan lain-lainnya dari sumber primer maupun sekunder.
- Menyusun Azas dan Metode Perancangan: Mengolah data dan literatur yang telah diperoleh menjadi sebuah kerangka proses perancangan.
- Konsep dan Tema Perancangan: Menyusun gagasan utama menjadi benang merah untuk membantu proses perancangan agar tetap sesuai dengan jalur yang sudah ditentukan.
- Gagasan Ide: Memunculkan ide-ide rancangan yang lebih spesifik sesuai konsep dan tema perancangan.
- Pengembangan Rancangan: Mengembangkan gagasan ide menjadi rancangan pra-rancang sesuai dengan konsep dan tema yang sudah ditentukan sebelumnya.
- Gambar Pra-Rancang: Mewujudkan desain pra-rancang dalam bentuk gambar seperti *site plan*, *layout plan*, denah, potongan, tampak, perspektif, dan utilitas.



Gambar 1.7 Skema Tahapan Perancangan  
 Sumber: Analisis Penulis, 2021

### 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, tujuan dan sasaran perancangan, batasan dan asumsi rancangan, dan tahapan perancangan beserta sistematika pembahasan.

- Bab 2: Tinjauan Kajian Rancang berisi interpretasi judul, berbagai macam literatur yang mendukung rancangan, serta studi kasus serupa yang dapat dijadikan acuan.
- Bab 3: Tinjauan lokasi perancangan berupa penjelasan dan pertimbangan dalam pemilihan lokasi yang terletak 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.