



BAB I
PENDAHULUAN

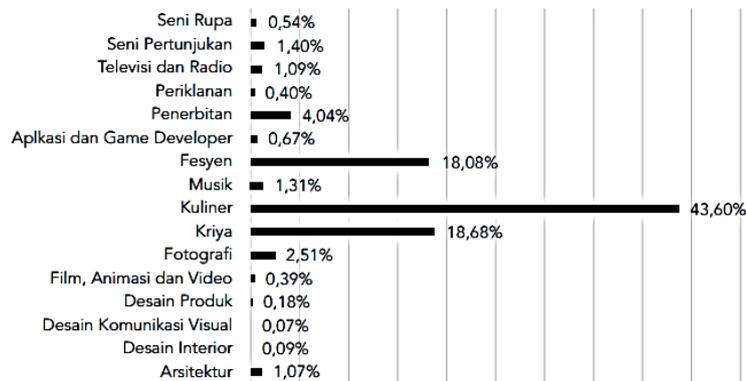
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi Kreatif telah menjadi topik yang ramai dibahas di Indonesia selama dua tahun terakhir. Hal ini menjadi solusi yang sangat berpotensi dalam memajukan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari *Focus Economy Outlook* tahun 2020, sektor ekonomi kreatif berkontribusi sebanyak Rp 1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun tersebut. Namun pada tahun yang sama, dampak pandemi COVID-19 mengakibatkan penurunan yang signifikan terhadap PDB ekonomi kreatif. Pada tahun 2022, merupakan permulaan dari pemulihan ekonomi di Indonesia setelah dua tahun terkena dampak pandemi COVID-19. Dalam periode ini, setiap provinsi di Indonesia giat memulihkan sektor ekonominya. Menurut data dari Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, Jawa Timur menduduki peringkat kedua setelah Jawa Barat dengan kontribusi sebesar 33,56%, sementara Jawa Timur sendiri mencatatkan kontribusi sebesar 20,85% dalam jumlah unit usaha di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Selain itu di Jawa Timur sektor ekonomi kreatif didominasi oleh para pelaku ekonomi kreatif yang berasal dari Surabaya, dengan jumlah sebanyak 142.438 unit usaha. Hal ini menjadikan Surabaya memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas ekonomi kreatif di tingkat nasional. Surabaya sendiri merupakan salah satu kota yang terkenal akan industri kreatifnya, menjadi kota dengan jumlah pelaku ekonomi kreatif terbanyak yaitu 6,41% (BPS Surabaya, 2016). Ekonomi kreatif sendiri sangat luas dimana terdiri dari beberapa subsektor kreatif. Diantara berbagai subsektor kreatif tersebut, berikut persentase data ekonomi kreatif yang ada di Surabaya.



Gambar 1. 1 Persentase Usaha Ekonomi Kreatif Indonesia
 Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2020

Merujuk data BPS tahun 2020, di Surabaya terdapat 141.438 pelaku ekonomi kreatif dengan beberapa subsektor terbesar yakni, kuliner (108.334), fashion (19.896), kriya/kerajinan (8.110), serta fotografi (570), (Tandri & Kwanda, 2019). Dari data tersebut jumlah pelaku ekonomi kreatif berkurang dari data BPS tahun 2016 yaitu sebanyak 142.438. Dengan hal tersebut Walikota Surabaya Eri Cahyadi juga merencanakan pusat ekonomi kreatif dan digital bagi anak muda Surabaya. Namun hingga kurun waktu 2023 fasilitas yang disediakan hanya beberapa *co-working space*. Fasilitas tersebut tergolong baru dan kurang memadai untuk memfasilitasi nilai rantai industri kreatif di Surabaya. Dan pada akhirnya peluang positif terhadap ekonomi kreatif di Surabaya masih memiliki hambatan yaitu kurangnya fasilitas atau infrastruktur yang bisa mewadahi industri kreatif di Surabaya agar memiliki hasil yang lebih maksimal.

Fasilitas lengkap dan terintegrasi dibutuhkan untuk memamerkan, diskusi, pelatihan, dan wadah kolaborasi antar industri untuk melakukan inovasi pada ekonomi kreatif di Surabaya (Sari, 2013). Para pelaku kreatif di Kota Surabaya masih menghadapi tantangan dalam menjalankan aktivitas mereka secara optimal, efisien, dan fokus dalam industri kreatif. Proses berpikir kreatif dan inovasi juga belum berjalan dengan lancar. Situasi ini dipengaruhi oleh keterbatasan fasilitas di Kota Surabaya, yang membuat para pelaku kreatif harus menghabiskan banyak waktu untuk mencari ruang yang sesuai untuk berkreasi. Selain itu, mereka juga

perlu mencari bahan, material, serta peralatan yang diperlukan untuk kegiatan kreatif mereka (Sari, 2013).

Menurut Direktur Eksekutif *The Indonesian Reform Institute* (Syahrul Efendi D) juga menggambarkan fenomena permasalahan dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut effendi, ekonomi kreatif saat ini tidak bisa berkembang secara mandiri dan perlu adanya kolaborasi dan diharapkan bisa lebih membuka sekat antar *stakeholder* untuk lebih mampu bersinergi membangun tumbuhnya kota kreatif. Dalam pelaksanaan ekonomi kreatif nasional, berbagai permasalahan muncul sehingga menghambat perkembangannya, beberapa diantaranya adalah belum adanya simpul penggerak kota kreatif, infrastruktur yang belum memadai, dukungan dan inisiatif daerah yang belum maksimal, kelembagaan yang belum inklusif.

Berdasarkan potensi dan permasalahan di atas, disimpulkan bahwa perlu adanya solusi penyelesaian dengan membentuk ruang-ruang yang dapat menjadi *creativity engine* (mesin penggerak kreatifitas) yang dapat mengkolaborasikan berbagai elemen pelaku kreatif demi terjaganya iklim kreatif di Kota Surabaya. Mesin penggerak kreatifitas itu berupa ide kreatif dan inovatif yang didukung oleh adanya fasilitas yang mewadahi pelaku kreatif dan keterlibatan unsur *quadro helix* yaitu birokrasi, akademisi, bisnis dan komunitas. Dengan adanya dukungan fasilitas yang mewadahi, dapat tercipta penghubung ke jaringan dan sumber daya yang lebih luas dalam upaya membangun ekosistem kreatif.

Fasilitas tersebut dapat berupa *Creative Hub* di Kota Surabaya yang diharapkan mampu menjaga serta meregenerasikan minat masyarakat terhadap kuatnya industri kreatif dan menjadikan pusat berkumpulnya para pelaku ekonomi kreatif yang ada di Surabaya. Selain itu fasilitas ini mendukung terciptanya *start up* bidang kreatif dengan penyediaan akses edukasi dan fasilitas yang memadai. Perencanaan ini diharapkan mampu mengintegrasikan dan mengembangkan kegiatan sektor industri kreatif di Surabaya. Sehingga dengan adanya kolaborasi yang kuat diantara para pelaku kreatif, bangunan ini diharapkan mampu mempertahankan bahkan meregenerasikan nilai ekonomi kreatif di Kota Surabaya di masa yang akan datang.

Untuk mengatasi isu permasalahan di atas, maka diterapkan pendekatan *blending space* yang memberikan solusi tepat terhadap perancangan bangunan khususnya tentang menjadikan bangunan ini sebagai pusat perkembangan ekonomi dan terciptanya *sustainable community* pelaku kreatif di Kota Surabaya yang menyumbang perolehan terbesar dari perekonomian bidang kreatif di Jawa Timur. Selain sebagai wadah bagi pelaku kreatif, fungsi lain bangunan ini yaitu sebagai sarana edukatif dan rekreatif bagi pengunjung awam yang baru mengenal industri kreatif guna meningkatkan minat terhadap ekonomi kreatif lokal. Dengan perpaduan ruang yang tercipta, pengunjung tetap memiliki kedekatan terhadap proses terciptanya produk sehingga dapat merasakan langsung lingkungan kreatif yang tercipta diantara pelaku kreatif. *Blending Space* (Pemaduan Ruang) sendiri yaitu sebuah teori (Benyon, D), dalam (*Blended Space For Collaborative Creativity*, 2012) yang berfokus pada pemaduan ruang yang memiliki irisan yang sama sehingga tercipta ruang kolaboratif antar pengguna bangunan.

Dari uraian diatas diharapkan rancangan desain Surabaya *Creative Hub* mampu menciptakan bangunan dan *sustainable community* bagi pelaku kreatif serta bangunan yang dapat mencerminkan masyarakat Surabaya dalam kontribusinya dalam meningkatkan ekonomi kreatif nasional. Hal ini didukung dengan konsep *blending space* sebagai penghubung antar *creative skillset* dari beragam latar belakang untuk dapat terjadi secara komunal dan dapat memicu kolaborasi untuk mencapai tujuan mempertahankan predikat *creative city* di Surabaya.

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.

Tujuan

- Menjadi sarana dan prasarana bagi pelaku ekonomi kreatif di Surabaya dengan aspek nilai kreatif antara lain kreasi (*creation*), produksi (*production*), distribusi (*distribution*), konsumsi (*consumption*), sampai konservasi (*archiving*).
- Menciptakan desain *Creative Hub* sebagai ruang publik baru di Kota Surabaya.

- Mewujudkan sarana dan prasarana yang kolaboratif dan edukatif serta wadah untuk mengembangkan diri khususnya dalam bidang kreatif.

Sasaran

- Merancang Surabaya *Creative Hub* yang menarik dan nyaman sebagai ruang untuk berkolaborasi sehingga dapat mempertahankan lingkungan kreatif di Surabaya.
- Merancang ruang Surabaya *Creative Hub* sebagai *creativity engine* yang dapat menunjang kreativitas para pelaku ekonomi kreatif untuk pengembangan diri serta memotivasi untuk berkreasi dan sarana berkolaborasi bersama.
- Menjadikan Surabaya *Creative Hub* sebagai sarana edukatif bagi para pengunjung dengan konsep *collaborative space*

1.3. Batasan Perancangan

Batasan Objek perancangan Surabaya *Creative Hub* dengan Pendekatan Arsitektur berkelanjutan antara lain yaitu:

- Bangunan *Creative Hub* dirancang sebagai basis untuk kebutuhan masing-masing industri kreatif, terutama untuk sektor unggulan di Kota Surabaya, yaitu sub-sektor kuliner, fotografi, kriya, *fashion* dan seni pertunjukan.
- Bangunan *Creative Hub* berlokasi di daerah perdagangan dan jasa yang memiliki kemudahan akses dan capaian menuju lokasi bangunan *Creative Hub*.
- Target dari *Creative Hub* ini adalah usia produktif dan juga pelaku kreatif lokal.
- Bangunan *Creative Hub* ini ditujukan bagi semua lapisan masyarakat.

Asumsi Objek perancangan Surabaya *Creative Hub* dengan Pendekatan Arsitektur berkelanjutan antara lain yaitu:

- Kepemilikan dan pengelolaan dipegang oleh pemerintah kota dan berkolaborasi dengan komunitas kreatif di Surabaya.
- Bangunan memiliki jam pukul 07.00 – 22.00 pada semua area bangunan dan 24 jam pada area *makerspace*, *creative space* dan area publik seperti F&B, café dan ruang terbuka hijau bangunan.

- Bangunan memiliki aktivitas antara lain tahap kreasi (*creation*), produksi (*production*), distribusi (*distribution*), konsumsi (*consumption*), sampai konservasi (*archiving*).
- Daya tampung pengunjung diasumsikan maksimal 2000 orang mengambil dari 0,001% usia produktif penduduk Surabaya .

1.4. Tahapan Perancangan

Agar ide menjadi rencana dan desain yang sebenarnya, persiapannya dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

- Interpretasi Judul: Menjelaskan secara singkat judul yang telah dikompilasi.
- Pengumpulan Data: Mengumpulkan berbagai data yang dapat menunjang proses perancangan baik berupa studi literatur, peraturan, data angka, dan lain-lainnya dari sumber primer ataupun sekunder.
- Menyusun Azas dan Metode Perancangan: Mengolah beberapa data dan literatur yang telah didapatkan menjadi sebuah kerangka proses perancangan.
- Konsep dan Tema Perancangan: Menata gagasan utama menjadi satu kesatuan untuk mempermudah proses perancangan agar tetap sejalan dan sesuai dengan jalur yang telah dipilih.
- Gagasan Ide: Mendapatkan ide – ide rancangan yang lebih karakteristik sesuai tema dan konsep perancangan.
- Perluasan Rancangan: Memperluas ide gagasan melahirkan rancangan pra-rancangan sejalan dengan konsep dan tema yang telah dipilih sebelumnya.
- Gambar pra-rancangan: Menciptakan desain pra-rancang berisi gambar site plan, layout plan, denah, tampak, potongan, perspektif, dan utilitas.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam pembentukan proposal desain ini disusun pada bab dengan tiap bahasannya yaitu:

BAB 1: Pendahuluan, berisi penyusunan dari latar belakang judul, tujuan, dan sasaran rancangan, batasan dan asumsi rancangan, tahapan rancangan, dan sistematika pembahasan.

BAB 2: Tinjauan Kajian Rancang, berisi penafsiran judul, bermacam literatur yang membantu rancangan, bersama studi kasus serupa yang bisa dibuat acuan.

BAB 3: Tinjauan Lokasi Perancangan, berisi mengenai penjelasan dan peninjauan lokasi yang dipilih di Kota Surabaya.

BAB 4: Analisis Perancangan, berisi mengenai analisis tapak, bentuk, fasad, *zoning*, yang dipakai dalam proyek.

BAB 5: Konsep Perancangan, berisi tentang fakta, isu, goals, dan penentuan tema dan metode rancangan, juga berbagai konsep perancangan yaitu konsep ide bentuk massa, tatanan massa, tata ruang, ide tampilan, dan lain-lainnya.