



BAB I

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif di Indonesia semakin berkembang pesat setiap tahunnya. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mulai memiliki arah yang lebih terstruktur sejak tahun 2007 melalui pemetaan potensi dan program pengembangan. Selanjutnya, pada tahun 2009 Kementerian Perdagangan merumuskan rencana pengembangan ekonomi kreatif secara nasional, dengan 14 subsektor ekonomi kreatif periode 2009 hingga 2025. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh kreativitas, keterampilan, serta keunikan individu untuk menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. (Presiden Republik Indonesia, 2009) Berdasarkan data *Focus Economy Outlook* tahun 2023, sektor ekonomi kreatif berkontribusi pada peningkatan laju ekonomi Indonesia dengan rata-rata kenaikan sebesar Rp. 37,5 Triliun. Hal ini ditunjukkan pada peningkatan sumbangan ekonomi kreatif pada PDB mulai dari tahun 2019 hingga 2023 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Grafik PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2019-2023
Sumber: (Focus Economy Outlook, 2023)

Menurut Sandiaga Uno Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2023), pada tahun 2023 Ekonomi Kreatif di Indonesia meningkat mencapai Rp. 1,3 Triliun. Angka tersebut menempatkan

Indonesia sebagai negara dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB terbesar ketiga di dunia, berada di bawah Amerika Serikat dengan industri Hollywood dan Korea Selatan dengan K-POP. Peningkatan ekonomi kreatif di Indonesia berasal dari kontribusi dan peran aktif dari berbagai provinsi Indonesia, terutama provinsi Jawa Timur yang berada di posisi kedua dengan persentase sebesar 20,85%, dibandingkan dengan tingkat nasional yang hanya 14%.(Jatim, 2023). Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa, mengungkapkan bahwa sektor industri kreatif di provinsi ini didominasi oleh pelaku ekonomi kreatif asal Surabaya, yang mencapai 21,29% atau sekitar 142.438 unit usaha.. (Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2023)

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha atau Perusahaan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur Berdasarkan Status Badan Usaha Tahun 2020

No	Kota	Jumlah Unit Usaha
1	Surabaya	142.438
2	Malang	40.680
3	Kediri	14.939
4	Pasuruan	12.631
5	Madiun	11.798
6	Probolinggo	10.892
7	Batu	9.221
8	Blitar	8.738
9	Mojokerto	7.238

Sumber: (Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2023)

Industri kreatif memiliki potensi besar dalam mendukung optimalisasi sumber daya manusia agar lebih mandiri dalam bersaing, serta berkontribusi dalam menurunkan tingkat pengangguran Indonesia yang saat ini menduduki peringkat tertinggi di ASEAN. Menurut Deputi Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Republik Indonesia, Endah Wahyu Sulistianti menekankan bahwa usia produktif mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Proporsi

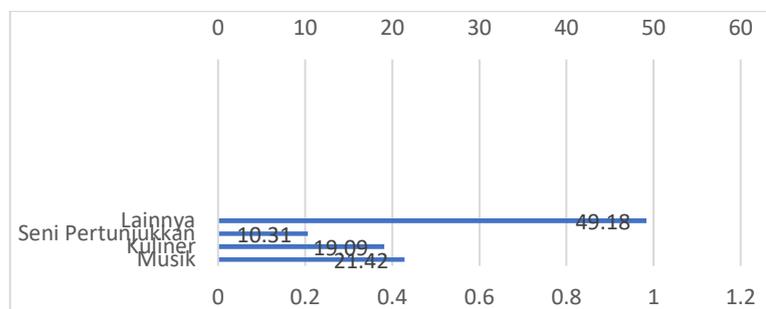
generasi Z di Surabaya sebanyak 25,79% dari total penduduk di Surabaya dengan jumlah sebesar 741.285 jiwa. (Badan Pusat Statistik, 2023) Generasi yang berada pada usia produktif ini memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif di Surabaya. Namun, Surabaya masih menghadapi tantangan berupa angka pengangguran pada usia produktif yang perlu mendapat perhatian. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), sebanyak 42,60% usia produktif di Surabaya masih belum mendapatkan lapangan pekerjaan.

Tabel 1. 2 Persentase Pengangguran Usia Produktif di Surabaya Tahun 2023

Kelompok Umur	Persentase Per Tahun		
	2021	2022	2023
15-19	23,91	29,08	25,77
20-24	17,73	17,02	16,85

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023)

Surabaya merupakan kota yang memiliki beragam industri kreatif yang berpotensi untuk meningkatkan ekonomi kreatif daerah. Terdapat beberapa subsektor ekonomi kreatif yang berkembang di Surabaya, berikut persentase ekonomi kreatif yang terdapat di Surabaya.



Gambar 1. 2 Grafik Persentase Ekonomi Kreatif di Surabaya
Sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik 2020

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020, terdapat 142.438 pelaku ekonomi kreatif di Surabaya. Seiring meningkatnya

subsektor ekonomi kreatif di Surabaya, Wali Kota Eri Cahyadi merencanakan pendirian pusat ekonomi kreatif dan digital yang ditujukan bagi generasi muda Surabaya. Namun, hingga pada tahun 2023, fasilitas tersebut masih belum terpenuhi, hanya beberapa fasilitas berupa Balai Pemuda, Koridor *Co-working Space* dan C2O.

Balai Pemuda Surabaya berfungsi sebagai bangunan cagar budaya, rumah belajar, perpustakaan, *exhibition*, dan menjadi ruang kreativitas bagi warga Surabaya. Balai Pemuda di Surabaya memiliki beberapa fasilitas berupa *open plan* yang dapat digunakan untuk berbagai acara, gedung teater kesenian, dan juga tempat pameran bagi para pemuda Surabaya. Sedangkan pada Koridor *Co-Working Space* yang terdapat di Siola memiliki fasilitas berupa ruang komunal yang terdapat beberapa meja kerja, ruang *meeting*, dan ruang pameran. Selain Koridor *Co-working Space*, Surabaya juga memiliki beberapa *Co-working Space* lainnya, salah satunya adalah C2O. Pada C2O memiliki beberapa fasilitas, antara lain ruang kerja dan perpustakaan. Fasilitas-fasilitas tersebut tentunya belum memadai dan mendukung perkembangan industri kreatif di Surabaya. Sehingga, peluang positif yang dimiliki oleh Kota Surabaya untuk meningkatkan laju ekonomi kreatif masih belum mencapai hasil yang optimal.

Dengan adanya berbagai macam subsektor ekonomi kreatif yang berkembang di Surabaya, perlu adanya kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal tersebut sesuai dengan pandangan bahwa ekonomi kreatif merupakan sistem yang kompleks, terdiri atas berbagai aspek dan elemen yang saling berinteraksi. Namun, kurangnya wadah dan fasilitas untuk mendukung sektor ekonomi kreatif di Indonesia menjadi penghambat utama dalam proses kolaborasi tersebut. Kolaborasi antar pelaku kreatif diyakini mampu meningkatkan laju perekonomian di Indonesia. (Kemenparekraf, 2024). Dengan kolaborasi antar subsektor yang kuat dan berkelanjutan, ekonomi kreatif Indonesia diharapkan dapat memaksimalkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik.

Berdasarkan potensi dan permasalahan yang ada, dapat disimpulkan bahwa Surabaya membutuhkan sebuah infrastruktur dan fasilitas ruang yang fleksibel yang dapat mendukung para pelaku ekonomi kreatif muda untuk dapat mengembangkan dan berkolaborasi dengan pelaku ekonomi kreatif lainnya di berbagai subsektor yang ada. Rancangan sebuah ruang yang fleksibel dapat mengakomodasikan kompleksitas kebutuhan ruang untuk berbagai subsektor ekonomi kreatif.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka diterapkan konsep *Space Flexibility* yang menawarkan solusi yang tepat dalam perancangan bangunan, khususnya sebagai fasilitas yang mendukung kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif muda untuk membentuk ekosistem kreatif. *Space Flexibility* (Fleksibilitas Ruang) merupakan teori yang dikemukakan oleh Geoff (2007) dengan berfokus pada fleksibilitas ruang yang mampu berubah menyesuaikan aktivitas pengguna berdasarkan perubahan waktu.

Dari uraian tersebut diharapkan Surabaya *Creative Youth Center* dapat mengakomodasikan berbagai kegiatan dan kolaborasi antara pelaku kreatif untuk dapat mengembangkan laju pertumbuhan ekonomi kreatif di Surabaya. Pusat kreatif ini diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan aktivitas pengguna sepanjang berbagai siklus waktu, sehingga dapat berfungsi sebagai ruang yang dinamis bagi para pelaku industri kreatif.

1.2. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan pada perancangan Surabaya *Creative Youth Center* ini adalah:

1. Menjadi sarana untuk mendukung pengembangan pengetahuan dan mendorong inovasi bagi para pelaku kreatif muda di Surabaya.
2. Memfasilitasi para pelaku ekonomi kreatif, khususnya anak-anak muda Surabaya untuk mengembangkan produknya dalam kegiatan eksperimen dan pengembangan usaha, edukasi, produksi, promosi, dan pameran.

3. Sebagai wadah untuk berkolaborasi dan meningkatkan minat para pelaku kreatif muda di Surabaya
4. Sebagai sarana rekreatif dan edukatif bagi para pengunjung awam untuk lebih mengenal industri kreatif di Surabaya.

Adapun sasaran yang hendak dicapai melalui perancangan *Surabaya Creative Youth Center* ini adalah:

1. Merancang ruang kolaboratif yang aktif berupa ruang interaktif, ruang seminar, ruang *workshop*, dan juga *co working space* untuk mendorong interaksi dan kreativitas antara Pemuda Surabaya dari berbagai subsektor industri kreatif.
2. Menciptakan ruang yang fleksibel dan adaptif berupa *open plan* untuk mengakomodasi berbagai kegiatan ekonomi kreatif.
3. Merancang sebuah *store* dan juga *foodcourt* untuk dapat mendukung para pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan usaha dan berinovasi
4. Merancang *café*, DIY Lab plaza sebagai ruang rekreatif dan edukatif bagi para pengunjung.

1.3. Batasan Perancangan

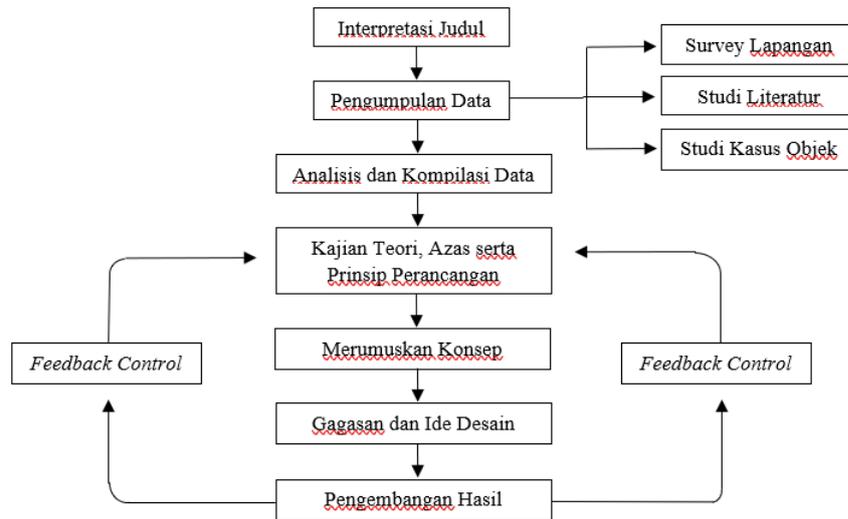
Perancangan *Surabaya Creative Youth Center* ini memiliki batasan objek sebagai berikut:

1. *Surabaya Creative Youth Center* ditujukan kepada pelaku industri kreatif muda seperti mahasiswa/pelajar, freelancer, *start-up* baru atau masih dalam tahap pembuatan.
2. *Surabaya Creative Youth Center* dibuka untuk umum dari pukul 09.00 – 21.00 WIB, sedangkan untuk kegiatan komunitas bisa digunakan 24 jam.
3. *Surabaya Creative Youth Center* memfasilitasi 3 subsektor ekonomi kreatif yang memungkinkan untuk berkembang di Surabaya, dapat dikolaborasikan, dan banyak menarik minat anak muda Surabaya seperti Seni Pertunjukkan, Fashion, dan Desain Komunikasi Visual.

1.4. Tahapan Perancangan

Tahapan perancangan Surabaya *Creative Youth Center* ini adalah:

1. Interpretasi Judul, memberikan penjelasan ringkas mengenai makna atau interpretasi dari judul yang telah disusun.
2. Pengumpulan Data, pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan melalui survei lapangan, analisis studi kasus, serta studi literatur.
3. Menyusun Azas dan Metode Perancangan, mengumpulkan dan mengolah data data yang didapat dari literatur yang mendukung konsep rancang. Literatur dapat melalui buku ataupun jurnal penelitian.
4. Gagasan Ide, merupakan proses pemikiran yang akan menghasilkan suatu bentuk yang sesuai dengan konsep dan tema perancangan yang diterapkan pada objek.
5. Pengembangan perancangan, mengembangkan ide perancangan yang sebelumnya telah dibuat dengan konsep dan tema rancang yang sudah ditentukan dengan tetap melakukan *control feedback* yang disesuaikan dengan metode perancangan yang sudah dibuat.
6. Gambar pra-rancangan, menciptakan desain pra-rancang berupa site plan, layout plan, denah, tampak, potongan, dan utilitas.



Gambar 1. 3 Skema Tahapan Perancangan
 Sumber: Analisis Penulis, 2024.

1.5.Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan: berisi tentang penyusunan mulai dari latar belakang judul, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan, tahapan perancangan, dan sistematika pembahasan.

Bab 2 Tinjauan Objek Perancangan: berisi tentang interpretasi judul, berbagai macam literatur, dan studi kasus yang serupa yang dapat dijadikan sebagai acuan perancangan.

Bab 3 Tinjauan Lokasi Perancangan: berisi tentang tinjauan lokasi perancangan berupa latar belakang pemilihan lokasi, penetapan lokasi, dan fisik lokasi berupa aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung objek rancangan.

Bab 4 Analisa Perancangan: berisi tentang analisa site, analisa ruang, analisa zoning, analisa sirkulasi antar ruang, dan juga bentuk serta tampilan yang akan digunakan dan diterapkan pada perancangan Surabaya *Creative Youth Center*.

Bab 5 Konsep Perancangan: berisi tentang fakta, isu, goals, penentuan tema dan metode perancangan serta konsep konsep yang akan diterapkan pada

Surabaya *Creative Youth Center* yang meliputi konsep bentuk dan tampilan, struktur, ruang dalam, ruang luar, dan utilitas.