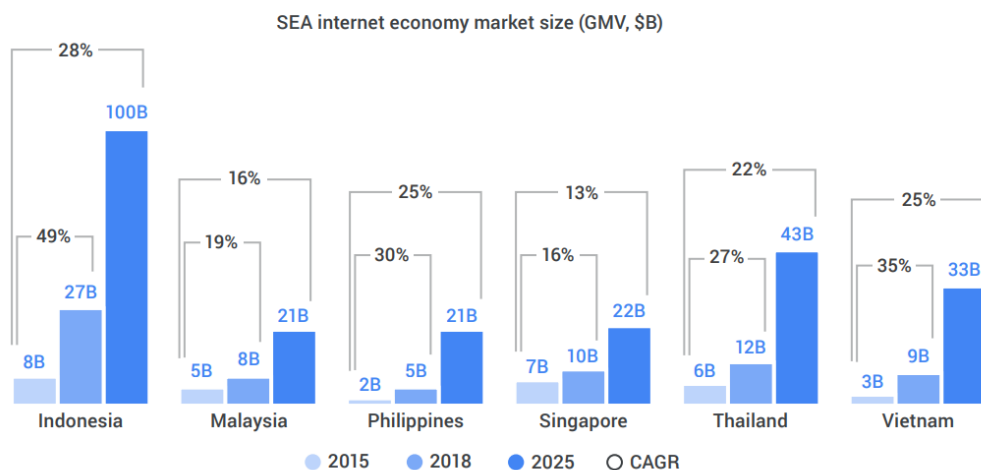


BAB I

PENDAHULUAN

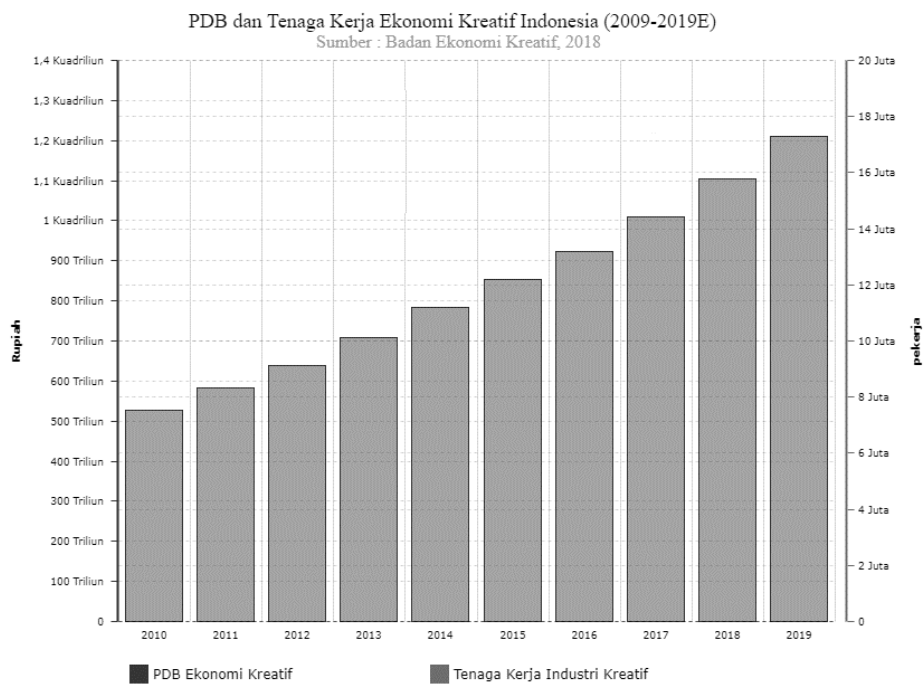
1.1 Latar Belakang

Berawal dari wacana presiden Jokowi pada 2018 tentang transformasi industri digital dan pengembangan *startup* yang berlanjut kedalam isi RPJMN IV 2020-2024. Pada RPJMN mengenai transformasi digital menjelaskan jika dalam proses optimasi dan akselerasinya membutuhkan fasilitas pendukung dan infrastruktur tambahan untuk melakukan pengembangan terhadap industri digital. Dari pembahasan yang ada di RPJMN dikerucutkan kembali dengan terbitnya Rencana Strategis Kemenkominfo 2020-2024 tentang pengembangan *startup* dengan mendirikan hub-hub digital diberbagai kota sebagai fasilitas untuk industri digital. Hal ini terus berlanjut ke daerah-daerah salah satunya kota Surabaya yang mulai memiliki keseriusan sebagai kota *startup*. Dalam realisasinya tertuang pada RPJMD kota Surabaya 2021-2026 dan juga penandatanganan MOU Nota Kesepakatan Sinergi dengan Kemenkominfo.



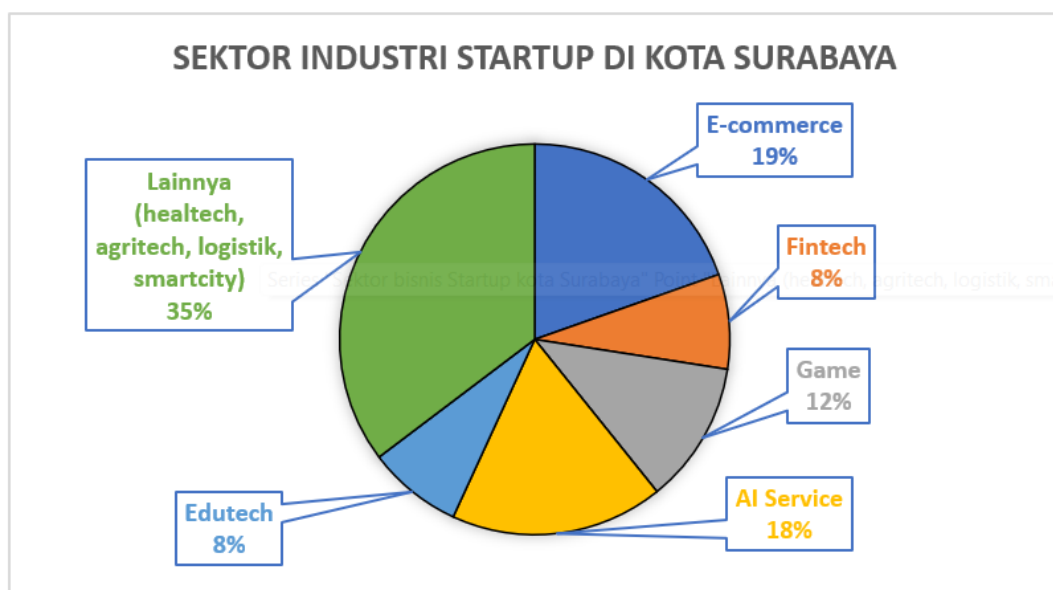
Gambar 1. 1 Data Statistik Pertumbuhan Internet di SEA
Sumber: SEA Internet Economy Report, 2019

Menurut *Startup* ranking tahun 2019, jumlah perusahaan berbasis teknologi Indonesia mencapai 2.074. Dengan jumlah tersebut, Indonesia menempati urutan pertama dalam pertumbuhan industri digital Asia Tenggara dan kelima di antara negara-negara dengan jumlah *startup* terbesar di dunia. Akselerasi pertumbuhan *startup* pada industri digital menjadi faktor kunci pemulihan ekonomi Indonesia pascapandemi. Hal ini berdasarkan data ekonomi Indonesia yang menunjukkan bahwa pertumbuhan GDP telah mengalami pembalikan yang sangat signifikan sebesar 7,07% pada kuartal kedua tahun 2021 sehingga kebal terhadap resesi ekonomi. Permintaan lapangan kerja di industri digital kreatif juga meningkat, terutama sumber daya manusia di industri digital dan logistik. Secara khusus, integrasi ekonomi digital kreatif membutuhkan sarana untuk mendukung aktivitas perusahaan teknologi dan digital, mulai dari *startup* layanan teknis, *IT Solution*, hingga lembaga pendidikan dan penelitian yang menangani perkembangan transaksi ilmiah pada teknologi informasi.



Gambar 1. 2 Grafik PDB dan Tenaga Kerja Ekraf Indonesia 2010-2019
Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, 2019

Pada Gambar 1.2, selain kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia dan peningkatan penciptaan lapangan kerja, dapat disimpulkan bahwa permintaan tenaga kerja di industri kreatif terus tumbuh dengan teratur dan masif. Industri digital kreatif juga berdampak positif pada berbagai hal lainnya, seperti munculnya berbagai jenis industri kreatif berbasis teknologi atau *startup* yang dapat membuat masyarakat lebih berdaya saing, mempercepat tingkat kreativitas dan inovasi, serta meningkatkan kualitas dari sumber daya masyarakat.



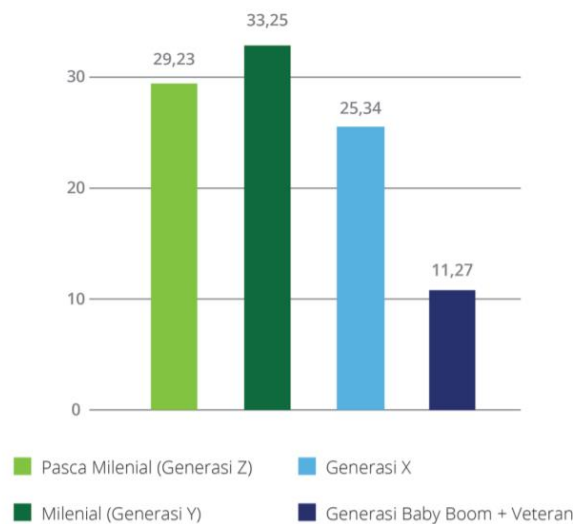
Gambar 1. 3 Sektor Industri Startup di Kota Surabaya
Sumber: MIKTI, 2018

Dari data di atas terlihat bahwa seperti pada perusahaan konvensional pada umumnya, masing-masing *startup* memiliki sektor bisnisnya masing-masing. Kota Surabaya sendiri sedang meningkatkan pertumbuhan jumlah *startup* berbasis teknologi rata-rata 60% per tahun. Dan dari sekian banyak *startup* yang telah berkembang di kota Surabaya, banyak yang telah mendapatkan penghargaan nasional maupun internasional. Hal ini menunjukkan betapa masifnya ekosistem industri digital kreatif yang tumbuh di kota Surabaya.

Perkembangan industri kreatif dan teknologi tidak jauh dari kehidupan generasi muda yang aktif di industri digital kreatif Surabaya. Kota Surabaya bisa disebut kota kreatif, karena menurut data SCCF (Surabaya *Creative City Forum*)

tahun 2017, sekitar Rp 12,3 triliun PDRB lokal di Surabaya berasal dari industri kreatif. Surabaya pernah berperan menjadi tuan rumah *International Startup Countries Summit 2018* yang dihadiri oleh 170 perwakilan di Grand city Surabaya (Kominfo Jatim, 2018). Ekosistem *startup* Surabaya berkembang dari waktu ke waktu, dan dalam perkembangannya ratusan *startup* baru bermunculan di kota pahlawan, namun hingga saat belum berkinerja cukup baik. Komitmen dalam perkembangan industri digital kreatif ini dibuktikan oleh pemerintah kota Surabaya dengan penandatanganan MOU Nota Kesepakatan Sinergi pada program 1000 *Startup* digital antara Pemkot Surabaya dengan Kemenkominfo Republik Indonesia (DPMPTSP-Kota Surabaya).

Setiap industri tentu akan memiliki eranya masing-masing begitu juga dengan *startup*. Seiring dengan bergantinya generasi, perubahan karakteristik tiap generasi akan bergantung pada pertumbuhan *trend* dalam kehidupan. Adanya *evolusi* dari antar generasi membuat gaya hidup juga berubah. Isu-isu teknologi dan sosial mempengaruhi perubahan era jauh lebih cepat dari generasi sebelumnya, oleh karena itu milenial dan generasi sesudahnya telah mengalami perubahan *culture* dan *trend* lebih cepat karena perkembangan revolusi industri.



Gambar 1. 4 Statistik Generasi Pekerja di Industri Digital
Sumber: Deloitte Indonesia, 2020

Pada gambar 1.4, setiap era memiliki generasi tertentu yang menentukan produktivitas masing-masing industri. Adanya perubahan karakteristik antar generasi juga mengubah cara hidup dalam bersosialisasi. Isu teknologi dan sosial mempengaruhi perubahan zaman jauh lebih cepat dari generasi sebelumnya, itulah sebabnya generasi milenial dan generasi setelahnya mengalami perubahan budaya dan *trend* yang lebih cepat karena perkembangan revolusi industri.

Dalam perkembangan generasi memiliki pola karakteristik dan perilaku yang berbeda-beda. Hal tersebut juga terjadi pada perbedaan persepsi akan dunia kerja pada era sekarang. Generasi X mungkin memiliki persepsi jika dunia kerja harus memiliki aturan, formalitas, dan aturan yang jelas. Namun bagi generasi di era sekarang khususnya yang bergerak pada industri startup yaitu generasi Y,Z dan mungkin nanti Alpha, ketiga hal tersebut terlalu kuno dan kaku yang dianggap tidak sesuai dengan *trend* dalam melakukan pekerjaan di era sekarang. Generasi pada era sekarang memiliki *mindset* keterbukaan dan menyukai fleksibilitas yang mendukung jalannya kolaborasi dalam bekerja pada antar individunya.

Setiap individu pasti memiliki persepsi mengenai suatu objek yang dapat dirasakan dengan alat indera. Persepsi antar individu berbeda dengan individu yang lain. Persepsi berlangsung ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak, sehingga terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Persepsi merupakan salah satu aspek kognitif manusia yang sangat penting, yang memungkinkannya untuk mengetahui dan memahami dunia sekelilingnya. Tanpa persepsi yang benar, manusia mustahil dapat mengungkap dan memaknai berbagai fenomena, informasi atau data yang senantiasa mengitarinya. Secara sederhana, persepsi tentang dunia kerja dapat diartikan sebagai tanggapan individu berdasarkan stimulus atau rangsangan terhadap beberapa lingkungan pekerjaan yang dapat mengubah keadaan hidup para pekerja untuk menjadi lebih baik dengan melakukan sejumlah kegiatan. Hal ini lah yang dibutuhkan generasi pada era sekarang, seperti fasilitas yang mendukung pola perilaku, habit, *life style*, dan juga persepsi mereka akan dunia perkerjaan.

Pada lingkup arsitektur perilaku menjelaskan setiap elemen dari lingkungan

dan perilaku tersebut saling memberi pengaruh dan perubahan akan persepsi bagi individu satu sama lain. Perilaku merupakan cara seseorang atau respon dan tindakan terhadap subjek atau objek disekitarnya. Perilaku dapat menjadi dasar dari sebuah hipotesis untuk memahami ketersinambungan antara manusia, alam dan lingkungan bangunan. Bangunan sebagai elemen buatan manusia, memiliki perilaku yang direncanakan sesuai keadaan kebutuhan manusia dan alam disekitarnya, yang berupa perilaku sosial, budaya dan ekonomi dari sisi perilaku manusia. Melalui arsitektur berwawasan perilaku maka arsitektur yang manusiawi, yang mampu memahami dan mewadahi perilaku-perilaku manusia yang ditangkap dari berbagai macam perilaku, baik itu perilaku pencipta, pengamat, dan juga perilaku alam sekitarnya (Mangunwijaya, Y. B., 1988).

Untuk memenuhi kebutuhan ekonomi sosial di era digital, diperlukan platform sosial sebagai wadah untuk tidak hanya membiarkan *trend* era digital mengalir begitu saja tetapi juga berbicara tentang bagaimana mengendalikan aliran *trend* ekosistem digital itu sendiri. Dengan demikian, arsitektur berbicara tentang kemungkinan pemenuhan kebutuhan pada komunitas industri digital sebagai sarana keberadaannya. Bagaimanapun juga, manusia masih membutuhkan sifat komunikasi fisik melalui proses primer.

Melihat kenyataan di atas maka perlu diadakan fasilitas khusus berupa *Digital Hub* yaitu sarana inkubasi bisnis digital kreatif, yang mengintegrasikan industri secara khusus dalam menunjang operasional dan aktivitas keseharian perusahaan teknologi dan digital, mulai dari *startup company*, *technology services*, *IT solution services* hingga institusi pendidikan dan riset yang bergerak di bidang pengembangan *IT Science*. Dengan adanya *Digital Hub* ini khususnya bagi masyarakat serta para pelaku industri digital agar dapat saling berkreasi, berinteraksi, dan berkolaborasi guna meningkatkan produktivitas dan kreativitas.

Kota Surabaya memiliki potensi lebih dalam pertumbuhan ekosistem industri digital kreatif. Namun kota Surabaya ini tidak memiliki gedung yang secara khusus dapat memfasilitasi pelaku industri digital dan mewadahi kegiatan pada ekosistem ini dengan baik, seperti tidak adanya bangunan inklusif untuk industri digital kreatif, fasilitas yang kurang cukup memadai, serta terbatasnya daya

tampung pengguna. Sehingga dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat mewujudkan komitmen pemerintah daerah untuk meningkatkan dan memberdayakan *startup* khususnya ekosistem industri digital kreatif di Surabaya.

1.2 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan

1. Mengusulkan rancangan desain *Digital Hub* di Kota Surabaya sehingga membantu dalam perkembangan industri digital kreatif dan ekosistem *startup* di kota Surabaya.
2. Menghadirkan ruang-ruang yang nyaman, memadai serta memiliki fasilitas penunjang yang lengkap sehingga dapat mencukupi kebutuhan dari aktivitas dan kegiatan para pelaku industri.
3. Menghadirkan *Digital Hub* sebagai salah satu ciri dari Surabaya sebagai kota *startup*.

Sasaran

1. Menghadirkan *Digital Hub* yang dapat membangun ekosistem *Startup* dan industri digital, wadah untuk pusat pengembangan *Startup*, peningkatan kualitas SDM, pusat informasi dan kegiatan pelebagaan industri digital kreatif kota Surabaya, Jawa Timur. Sebagai wadah untuk mempertemukan 5 aktor pembangunan (Akademisi, Pelaku Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media)
2. Menciptakan *Digital Hub* yang tidak hanya memenuhi kebutuhan darisegi fungsi dan pelayanan bangunan tetapi juga dalam menunjang kreatifitas pengguna sehingga meningkatkan kerja sama antar lini bisnis multisektoral, motivasi kerja dan pengembangan diri.

1.3 Batasan dan Asumsi

Batasan

Batasan perancangan “*Digital Hub* di Surabaya” adalah sebagai berikut:

1. *Digital Hub* ini ditujukan kepada para perintis usaha *Startup*, serta penggiat industri digital kreatif.

2. Lokasi yang mungkin dipakai adalah tapak yang berada di *central business district (CBD)* kota Surabaya.
3. Sesuai dengan Peraturan RTRW, RDTRK Surabaya.
4. Menaungi secara khusus untuk 5 rencana sektor industri digital kreatif oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia yaitu (pertanian dan kemaritiman, pendidikan, kesehatan, pariwisata, logistik, keuangan, serta *smart city*). Tetap juga menaungi subsektor lain dengan berupa fasilitas *Co-working*, perpustakaan, ruang pameran, auditorium.

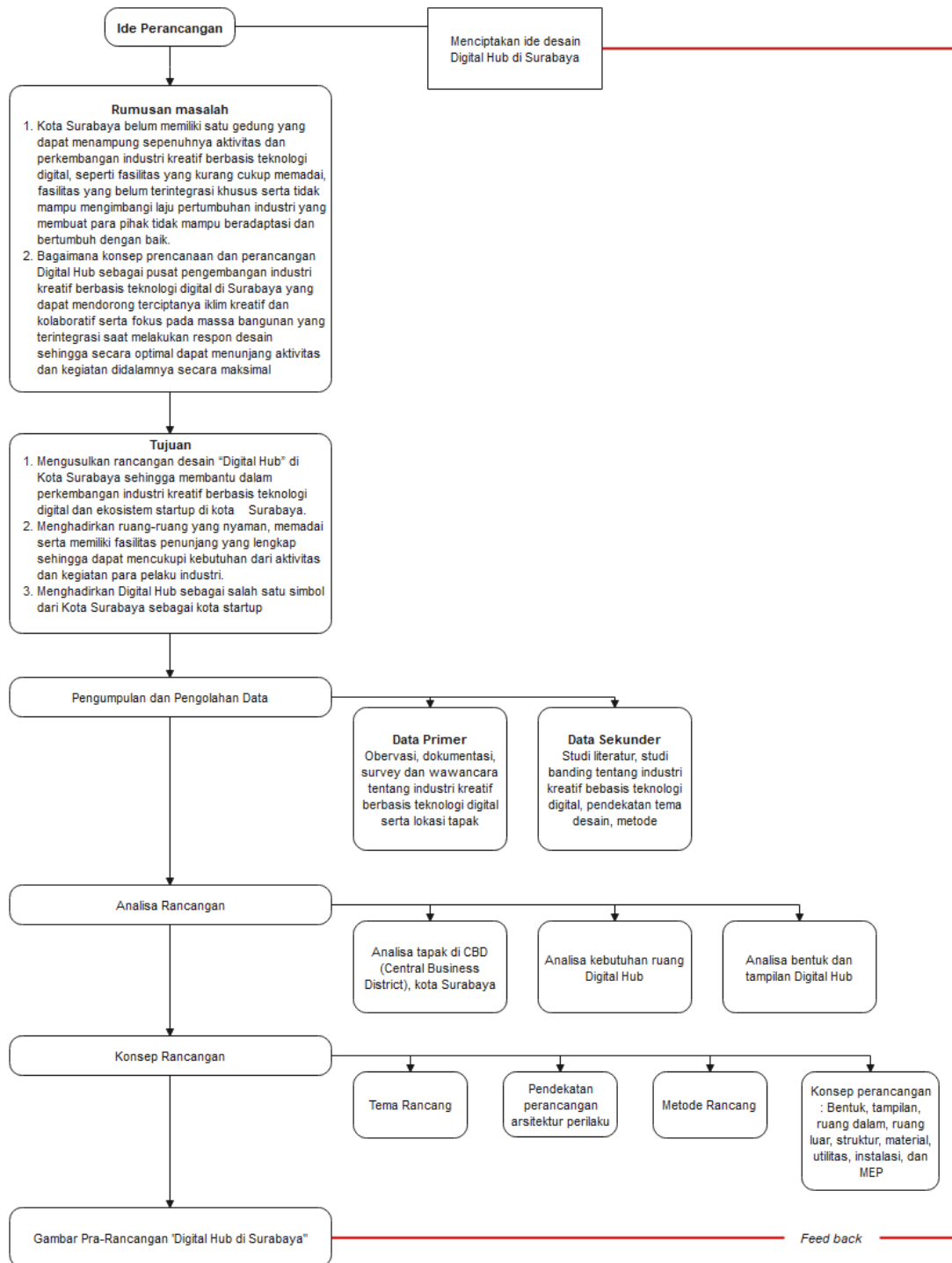
Asumsi

Asumsi perancangan “*Digital Hub* di Surabaya” adalah sebagai berikut:

1. Kepemilikan proyek adalah milik pemerintah kota, teruang pada RPJMD Kota Surabaya Tahun 2021-2026 tentang Sinkronisasi Agenda Pembangunan dan Program Dengan Isu Strategis Dalam Isu Prioritas.
2. Rancangan *Digital Hub* akan menjadi ekosistem *Startup* dan industri digital kreatif yang terintegrasi dengan baik secara sosial, ekonomi, dan lingkungan.
3. Daya tampung proyek diasumsikan dapat memenuhi kebutuhan sampai lima belas tahun kedepan.
4. Jam operasional *Digital Hub* adalah 24 jam untuk anggota komunitas dan 08.00 – 18.00 WIB untuk umum.

1.4 Tahapan Perancangan

Untuk merealisasikan gagasan tersebut menjadi sebuah rencana dan rancangan fisik yang tepat, maka penyusunannya dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu :



Gambar 1. 5 Skema Tahapan Perancangan
Sumber : Analisis Penulis, 2021

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan dari laporan ini disusun dalam beberapa bab pokok bahasan menguraikan antara lain :

Bab 1 : Pendahuluan berisi tahapan-tahapan mulai dari latar belakang perancangan *Digital Hub* di Surabaya, tujuan dan sasaran perancangan, batasan dan asumsi rancangan, dan tahapan perancangan beserta sistematika pembahasan.

Bab 2 : Tinjauan Kajian Rancang, mulai dari tahap pengertian judul yang berisi pengertian tentang dasar pemilihan judul. Tahap studi literatur yang berisi tentang segala data dari bermacam jenis literatur yang digunakan sebagai data penunjang yang berkaitan dengan obyek rancangan. Tahap tinjauan obyek perancangan yang berisi dua obyek studi kasus sejenis secara fungsi dan aktivitas, hasil Analisis dan perbandingan yang dilakukan pada studi kasus. Tahap kesimpulan studi, lingkup pelayanan yang menjelaskan pembatasan pelayanan rancangan, serta aktivitas kebutuhan ruang dan perhitungan luasnya yang menguraikan secara rinci kebutuhan ruang yang diperlukan untuk kemudian dihitung secara pasti luasan yang dibutuhkan.

Bab 3 : Tinjauan lokasi perancangan, pada bab ini menjelaskan tinjauan lokasi perancangan yang berada pada Kota Surabaya, Jawa Timur.

Bab 4 : Analisis perancangan, merupakan Analisis terhadap site, ruang, serta bentuk dan tampilan pada bangunan.

Bab 5 : Konsep rancangan, berisi rumusan fakta, isu, dan goal, penentuan tema rancangan, metode rancangan yang meliputi tatanan massa, bentuk tampilan, ruang luar, ruang dalam, konsep struktur, utilitas, pencahayaan, penghawaan, akustik, dan lainnya.