

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Ekonomi Kreatif

2.1.1 Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berbasis pada ide, kreativitas, dan pengetahuan yang menghasilkan nilai ekonomi dari aset intelektual. Sektor ini mencakup berbagai industri kreatif, seperti seni, desain, media, teknologi, dan budaya, yang semuanya berfokus pada inovasi dan penciptaan produk dan atau layanan yang memiliki keunikan dan nilai tambah.

2.1.2 Sub Sektor Ekonomi Kreatif

Menurut Kemenparekraf terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yang aktif saat ini, antara lain sebagai berikut :

1. Aplikasi : Pengembangan software dan mobile apps.
2. Arsitektur : Desain dan konstruksi bangunan.
3. Desain Interior : Tata letak dan estetika ruang dalam.
4. Desain Komunikasi Visual: Desain grafis, logo, dan media visual.
5. Desain Produk : Kreasi barang yang memiliki nilai estetika dan fungsi.
6. Fashion : Industri pakaian dan aksesoris.
7. Film, Animasi, dan Video : Produksi konten visual, animasi, dan sinema.
8. Fotografi : Seni dan teknik pengambilan gambar.
9. Kriya : Kerajinan tangan, termasuk ukiran dan anyaman.
10. Kuliner : Produksi dan penyajian makanan.
11. Musik : Produksi dan distribusi karya musik.
12. Penerbitan : Produksi buku, majalah, dan media cetak.
13. Periklanan : Penyediaan jasa iklan dan pemasaran.
14. Seni Pertunjukan : Teater, tari, dan pertunjukan live.
15. Seni Rupa : Lukisan, patung, dan karya seni visual.
16. Televisi dan Radio : Penyiaran program hiburan dan berita.
17. Permainan (Game) : Pengembangan game digital dan tradisional.

Dari 17 subsektor ekonomi kreatif, Kota Semarang memiliki lima subsektor utama, yaitu kuliner, musik, desain produk, fashion, dan kriya. Tiga subsektor unggulan, yakni kuliner, kriya, dan fashion, masih menawarkan peluang besar karena tingginya permintaan pasar. Sementara itu, subsektor musik memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut karena banyaknya komunitas dan pelaku industri di bidang tersebut. (Sukmawati et al., n.d.)

2.2 Tinjauan Creative Hub

Creative center atau *Creative hub* merupakan istilah yang digunakan dalam Bahasa Inggris yang berarti "pusat kreatif". Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "kreatif" diartikan sebagai memiliki atau mengandung daya cipta, sedangkan "pusat" merujuk pada tempat utama atau titik fokus berbagai kegiatan. Secara harfiah, creative hub bisa diartikan sebagai pusat yang menjadi titik fokus dalam hal-hal yang berkaitan dengan kreativitas.

Namun, konsep creative hub tidak hanya terbatas pada aspek fisik, tetapi juga mencakup jaringan komunitas kreatif yang terdiri dari para pelaku dan aktivitas kreatif. Dari segi fisik, creative hub menyediakan ruang kerja bagi komunitas kreatif serta berfungsi sebagai inkubator bisnis untuk industri kreatif. Meskipun secara fisik hanya berada di satu lokasi, creative hub menyatukan bakat, keterampilan, dan disiplin dari berbagai pelaku kreatif dalam satu komunitas lokal. Jaringan ini berperan dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif di tingkat lokal, yang kemudian meluas ke tingkat regional.

Sebagai ruang yang dinamis, creative hub menciptakan peluang kerja, memperluas layanan edukasi, membuka kesempatan untuk berjejaring, mengembangkan bisnis, dan mendorong inovasi di industri kreatif. Creative hub juga menjadi sarana baru untuk mengelola inovasi dan pengembangan dalam sektor industri kreatif. Pusat kreatif yang ideal adalah ruang dinamis yang memupuk inovasi, kolaborasi, dan pertumbuhan bagi individu dan organisasi dalam industri kreatif. (Sukmawati et al., n.d.).

2.2.1 Fungsi Creative Center

Adapun fungsi Creative Center atau creative hub antara lain :

1. Collaboration and Networking : Pusat Kreatif menghadirkan ruang Dimana setiap individu dari berbagai disiplin ilmu kreatif dapat berinteraksi, berkolaborasi dan berbagi ide. Hal ini dapat membantu dan mendorong inovasi dan membangun jaringan yang sangat penting untuk pengembangan professional. (Pratt, 2021)
2. Skill Development : Banyak pusat kegiatan yang menawarkan lokakarya, seminar, dan program pendampingan untuk membantu para anggotanya meningkatkan keterampilan mereka di berbagai bidang seperti desain, pemasaran, teknologi, dan manajemen bisnis. Fokus pada edukasi dan pengembangan ini sangat penting untuk membantu para pelaku kreatif agar tetap kompetitif dan mudah beradaptasi.
3. Access to Resources and Tools : Pusat kreatif menyediakan akses ke sumber daya bersama seperti teknologi canggih, dan ruang kerja bersama. Hal ini memudahkan usaha kecil dan pekerja lepas untuk mengakses alat yang jika tidak, akan terlalu mahal untuk dibeli sendiri. (Lee, 2019)
4. Support for Entrepreneurship : Pusat kreatif seringkali berfungsi sebagai inkubator untuk ide-ide baru dan perusahaan rintisan. Mereka menyediakan layanan dukungan bisnis, akses ke investor, dan terkadang bahkan peluang pendanaan untuk membantu mengubah proyek kreatif menjadi perusahaan yang layak.
5. Community Building : Hub membangun rasa kebersamaan yang kuat dengan menciptakan ruang di mana para pelaku kreatif dapat bertemu dengan orang-orang yang berpikiran sama, bertukar pengetahuan, dan berkolaborasi dalam berbagai proyek. Lingkungan ini mendorong dukungan timbal balik dan pertumbuhan kolektif.(Lee, 2019)

2.3 Tinjauan Arsitektur Biofilik

Arsitektur Biofilik merupakan sebuah pendekatan arsitektur yang menghadirkan elemen alam ke dalam lingkungan binaan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Konsep ini berakar dari biophilia, yaitu kecenderungan manusia untuk mencari koneksi

dengan alam. Arsitektur biofilik bertujuan untuk menciptakan ruang yang tidak hanya fungsional tetapi juga mendukung kesehatan fisik dan mental penghuninya.

Arsitektur biofilik dapat menciptakan lingkungan yang merangsang imajinasi dan inovasi. Dengan mengintegrasikan elemen alam, desain ini memungkinkan individu untuk merasa lebih terhubung dengan lingkungan mereka, yang pada gilirannya dapat memicu ide-ide baru dan solusi kreatif dalam berbagai konteks, termasuk pendidikan, tempat kerja, dan ruang publik. Secara keseluruhan, arsitektur biofilik tidak hanya berfokus pada aspek estetika tetapi juga pada dampak positifnya terhadap kesehatan dan kesejahteraan manusia, menjadikannya pendekatan yang semakin populer dalam desain modern.

2.3.1 Karakteristik Desain Biofilik

1. Koneksi Visual dengan Alam

Desain biofilik menciptakan akses pandang ke elemen-elemen alam, seperti taman, pohon, dan air. Ini membantu pengguna merasakan kehadiran alam secara langsung dan dapat mengurangi stres serta meningkatkan kesejahteraan mental.

2. Koneksi Non-Visual dengan Alam

Selain visual, desain ini juga memperhatikan pengalaman indera lain, seperti suara (misalnya kicauan burung atau suara air), aroma (seperti bau tanaman), dan sentuhan (misalnya tekstur bahan alami). Ini menciptakan pengalaman multisensori yang lebih kaya

3. Variabilitas Thermal dan Udara

Desain biofilik mengintegrasikan sistem ventilasi alami yang baik untuk menciptakan kenyamanan thermal. Hal ini termasuk pengaturan suhu dan aliran udara yang dapat mempengaruhi kenyamanan fisik pengguna.

4. Kehadiran Air

Elemen air, seperti kolam, air terjun, atau fitur air lainnya, sering digunakan dalam desain biofilik. Kehadiran air tidak hanya meningkatkan estetika tetapi juga memberikan efek menenangkan bagi pengunjung

5. Cahaya Dinamis dan Difus

Memaksimalkan penggunaan cahaya alami dengan jendela besar atau skylight untuk menerangi ruang. Cahaya alami dapat meningkatkan suasana hati dan produktivitas

6. Bentuk dan Pola Biomorfik

Menggunakan bentuk-bentuk yang terinspirasi oleh alam dalam desain bangunan, seperti pola yang menyerupai bentuk daun atau ranting. Ini menciptakan harmoni visual antara bangunan dan lingkungan sekitarnya.

7. Material Alam

Penggunaan bahan-bahan alami seperti kayu, batu, dan tanaman dalam konstruksi dan dekorasi bangunan. Bahan-bahan ini tidak hanya estetik tetapi juga dapat meningkatkan kualitas udara di dalam ruangan

8. Kompleksitas dan Keteraturan

Menggabungkan elemen kompleksitas yang teratur dalam desain untuk menciptakan ketertarikan visual tanpa membuatnya terasa berantakan. Ini bisa dilakukan melalui penggunaan pola geometris yang teratur

9. Interaksi Sosial

Menciptakan ruang yang mendorong interaksi sosial antar pengguna, seperti area berkumpul di luar ruangan atau ruang terbuka hijau, sehingga meningkatkan rasa komunitas dan keterhubungan dengan alam

10. Pengalaman Lingkungan yang Berkelanjutan

Desain biofilik sering kali berfokus pada keberlanjutan dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan meminimalkan dampak lingkungan dari pembangunan

2.3.2 Manfaat Arsitektur Biophilic

1. Kesehatan Mental: Desain biophilic dapat membantu mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan psikologis. Lingkungan yang mengandung elemen alami, seperti tanaman, cahaya alami, dan air, dapat menciptakan suasana yang menenangkan.
2. Peningkatan Produktivitas: Ruang yang dirancang dengan prinsip biophilic dapat meningkatkan konsentrasi dan kreativitas. Penelitian

menunjukkan bahwa interaksi dengan elemen alami dapat merangsang kreativitas dan produktivitas individu.

3. Kenyamanan Fisik: Penggunaan ventilasi alami, pencahayaan yang baik, dan material alami dapat meningkatkan kenyamanan fisik penghuni bangunan.

2.4.2 Implementasi Arsitektur Biophilic

Implementasi arsitektur biophilic melibatkan beberapa strategi desain, antara lain:

- Koneksi Visual dengan Alam: Memastikan adanya pandangan ke luar ke elemen alam seperti taman atau pohon dari dalam bangunan.
- Penggunaan Material Alami: Menggunakan bahan bangunan yang ramah lingkungan dan memiliki tampilan alami, seperti kayu dan batu.
- Ruang Terbuka Hijau: Menciptakan taman atau area hijau di sekitar bangunan untuk meningkatkan interaksi dengan alam.
- Pencahayaan Alami: Memaksimalkan penggunaan cahaya matahari melalui jendela besar atau skylight untuk mengurangi ketergantungan pada pencahayaan buatan.

2.4 Studi Kasus (Creative Hub Kota Semarang)

Semarang creative hub, yang terletak di Kawasan Kota Lama Semarang, merupakan pusat inovasi dan kolaborasi bagi pelaku ekonomi kreatif. Diresmikan 13 Maret 2021 oleh Menteri Pariwisata dan ekonomi Kreatif Sandiaga Uno, tempat ini berfungsi sebagai ruang bagi komunitas kreatif untuk beraktivitas dan menjual produk mereka, serta sebagai wadah kegiatan seni dan budaya.



Gambar 2.1 Semarang Creative Hub

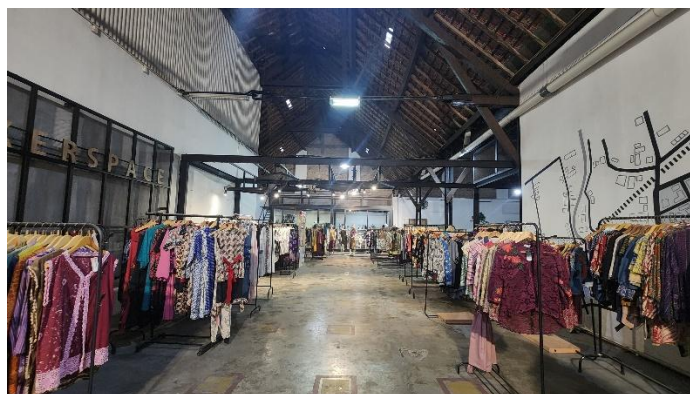
sumber: kemenparekraf.go.id

Creative Hub berada di Jl. Letjen Suprpto No.32, tepat di belakang Gereja Blenduk. Fasilitas ini menyediakan ruang pameran untuk produk-produk kreatif, serta area untuk peragaan busana dan acara lainnya yang mendukung pengembangan industri kreatif di Semarang.

Semarang Creative Hub telah menunjukkan kemajuan dengan menyediakan fasilitas yang bisa digunakan secara gratis. Namun, masih ada beberapa kekurangan dan hambatan yang dialami, seperti keterbatasan fasilitas yang tersedia, sehingga tidak semua pelaku usaha kreatif dapat memanfaatkannya. Selain itu, sistem penggunaan tempat secara gratis menyebabkan pelaku usaha harus bergantian dalam menggunakannya. (Kusumawardana et al., 2023)

Selain itu Pelaku Ekonomi Kreatif mengeluhkan karena kurangnya promosi kepada Masyarakat umum terkait Creative hub ini sehingga mengakibatkan sepi pengunjung. Berdasarkan wawancara dengan salah satu staf keamanan Creative hub ini memang ditargetkan untuk penjualan terhadap wisatawan Kota Lama dan hanya ramai pengunjung saat musim liburan saja. Kemudian adapun hambatan yang berasal dari sumber daya manusia itu sendiri, dimana kompetensi yang kurang mengakibatkan ide-ide kreatif seringkali tidak dapat tersalurkan dengan baik. Hal ini terjadi lantaran ide-ide kreatif tidak dapat muncul dengan mudah dan tidak dapat dipaksakan sehingga dapat menghambat proses penciptaan karya. (Kusumawardana et al., 2023)

Creative Hub ini memiliki beberapa section ruang dan fasilitas. Dimulai saat memasuki pintu masuk langsung disambut dengan etalase penjualan produk fashion ekraf kota semarang dan juga produk-produk kriya lainnya.



Gambar 2.2 Semarang Creative Hub

sumber: dokumentasi pribadi 2024

Selanjutnya ada ruang yang disebutkan sebagai tempat workshop dan co-working space yang digunakan ketika terdapat event kebudayaan yang diadakan di Cretive hub, seperti fashion show, dan lain sejenisnya.



Gambar 2.3 Co-Working space Creative Hub Semarang

sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2.4 Workshop space Creative Hub Semarang

sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 2.5 Pasar Barang Antik Creative Hub Semarang

sumber :Dokumentasi Pribadi



Gambar 2.6 Food Court Creative Hub Semarang

sumber:Dokumentasi Pribadi

2.5 Studi Preseden

Preseden yang dipilih untuk kajian ini adalah Creative Hub yang ada di Kota Bandung dan Jakarta. Kedua kota ini, seperti halnya Semarang, merupakan ibu kota provinsi dan memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Dalam hal ini, Bandung dan Jakarta menyediakan contoh konkret tentang bagaimana Creative Hub berfungsi dan berkembang dalam konteks sebagai pusat kegiatan ekonomi dan budaya. Keberadaan Creative Hub di kedua kota tersebut memberikan insight mengenai potensi dan tantangan yang mungkin dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan fasilitas serupa di Semarang. Dengan mempelajari model yang ada di Bandung dan Jakarta, dapat diidentifikasi elemen-elemen kunci yang dapat diadaptasi dan diintegrasikan dalam pengembangan Creative Hub di Semarang



Gambar 2.7 Bandung Creative Hub

sumber:adbang.bandung.go.id



Gambar 2.8 Jakarta Creative Hub

sumber:jakarta.go.id

Tabel 2.1 Studi Banding Bandung Creative Hub dan Jakarta Creative Hub

Aspek	Bandung Creative Hub	Jakarta Creative Hub
Fasilitas	1. Studio Inovasi (3D Printer Laser Cutting, Textile Printer) 2. Studio Fashion 3. Studio Foto/TV 4. Studio ICT/Games 5. Studio Musik 6. Studio Keramik 7. Design Museum 8. Design Store 9. Design/Art Library 10. Art Gallery 11. Design Studio 12. Bioskop Untuk Film Eksperimental 13. Classroom 14. Library and Co-Working Space 15. Toilet 16. Mushola	1. Exhibition area 2. Fashion Lab 3. Library 4. Mini Theater 5. Cafeteria 6. Co-office 7. Co-working space 8. Classroom 9. Digital Lab 10. Wood Working area

Total Area	5.400 m2	1500 m2
Tapak	Berada di atas landscape, memiliki fasad sendiri	Berada di salah satu lantai Gedung perkantoran