

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia memiliki pergerakan ekonomi yang sangat aktif. Baru-baru ini, Indonesia telah diidentifikasi sebagai salah satu negara ekonomi berkembang yang paling menarik dan tumbuh cepat di dunia. McKinsey & Co (2011) telah memperkirakan bahwa Indonesia akan menjadi ekonomi terbesar ketujuh di dunia pada tahun 2030 (peringkat ke-16 pada tahun 2011). Ditambah dengan negara Indonesia terdiri dari lebih dari 13.000 pulau dan ratusan etnis dan bahasa yang berbeda, warisan budaya yang kaya dan keanekaragaman di samping pasar domestik yang besar, sehingga ada peluang yang menarik bagi industri kreatif. Selain itu, Indonesia juga merupakan negara dengan perekonomian terbesar di kawasan Asia Tenggara (ASEAN) (Databoks, 2018). Menurut data Bank Dunia, perekonomian Indonesia yang diukur dengan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku sebesar US\$ 1.042 triliun atau setara Rp 14.837 triliun pada 2018, dan merupakan yang tertinggi se-Asia Tenggara (World Bank, 2019). Jumlah penduduk yang sangat besar serta wilayah yang luas menjadi keunggulan sekaligus tantangan bagi Indonesia dalam pembangunan maupun perekonomiannya. Beberapa lembaga internasional bahkan memprediksi Indonesia bakal menjadi negara dengan perekonomian terbesar kelima dunia dalam beberapa tahun mendatang.

Selain di bidang ekonomi, Kemajuan teknologi Industri 4.0 banyak memberi dampak positif bagi negara Indonesia. Dewasa ini, berkat kemajuan teknologi Industri 4.0 Indonesia banyak mengalami kemajuan, salah satunya di bidang Industri kreatif dan juga startup digital, khususnya di kalangan kaum Millenial. Fenomena ini terjadi di banyak kota-kota besar di Indonesia, salah satunya di Kota Semarang. Kota Semarang adalah Ibukota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia. Kota ini memiliki luas area sebesar 373,70 km<sup>2</sup> dan penduduk sebanyak 1.555.984 jiwa. (BPS Semarang, 2018). Dari jutaan penduduk Semarang terdapat beraneka ragam budaya dan kesenian dari beberapa suku seperti Jawa, Tionghoa dan Arab, serta memiliki budaya yang menarik yang merupakan perpaduan budaya-budaya yang dahulunya merupakan cikal-bakal Semarang. Hingga kini, masyarakat Semarang masih mempertahankan budaya kesenian melalui kegiatan dan event-event kesenian yang rutin diadakan di Kota Semarang. Bahkan para kaum muda atau kaum Milenial, yang biasa disebut generasi Y dengan kelahiran tahun 1990 sampai 2000an, juga turut berpartisipasi aktif dalam menjaga dan mengembangkan kebudayaan dan kesenian di Kota Semarang. Hal inilah yang mendorong banyaknya kegiatan-kegiatan kreatif yang ada di Kota Semarang. Mulai dari bidang seni, ekonomi kreatif, hingga bidang digital seperti *Startup*.

Seiring dengan berkembangnya potensi-potensi serta perkembangan ekonomi dan teknologi di Semarang, Walikota Semarang, Hendrar Prihadi menyatakan bahwa Kota Semarang akan digiring kedalam konsep *Smart City* (dalam The 2<sup>nd</sup> *International Conference on Smart City Innovation*, diakses dari kompas.com pada tanggal 6 April 2020). Dalam mendukung konsep *Smart City* ini, Kota Semarang pun turut ikut serta memajukan di sector perekonomian melalui bidang Industry kreatif, seni, dan juga startup. Kota Semarang adalah kota dengan beragam industri kreatif yang berkembang secara pesat serta banyak pelaku industri kreatif yang berada di dalamnya tidak hanya disektor kuliner saja, perkembangan industri kreatif dikota Semarang juga terdapat pula disector product kreatif lainnya seperti fashion, tas, handicraft, dll, yang memiliki potensi yang sangat besar jika dikembangkan. Akan

tetapi dibalik perkembangan industri kreatif yang sangat pesat, masih banyak para pelaku industri kreatif yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan tempat pelatihan atau workshop sebagai sarana pembelajaran atau mendalami produk yang dibuat, ini dikarenakan belum adanya pusat pelatihan di Kota Semarang sehingga banyak dari mereka hanya bisa menyimpan ide ide yang ada dipikiran mereka tanpa bisa menyalurkan ide tersebut kedalam sebuah produk.

Semarang memiliki banyak sekali potensi ekonomi kreatif untuk dikembangkan. Bersumber dari data BPS Kota Semarang tahun 2020, dimulai dari bidang seni, terdapat sekitar 167 komunitas yang ada di Semarang. Dari mulai komunitas seni, musik, seni tari, lukis, hingga komunitas-komunitas unik dan kekinian seperti *handwriting*, *journaling*, dan lain-lain. Tentunya, sebagai sebuah komunitas terdapat kegiatan rutin yang dilakukan sesuai hobi dan bidang mereka. Bahkan tak jarang komunitas-komunitas ini mengadakan kegiatan workshop ataupun event pameran seni untuk masyarakat umum Kota Semarang. Selain itu, kemajuan Industry 4.0 juga memberi dampak positif bagi kaum milenial Kota Semarang, dengan munculnya banyak startup digital di Kota Semarang. Tak jarang, banyak sekali *Co-Working Space* di Kota Semarang yang dipenuhi oleh kaum Millenial untuk mengembangkan *Startup* mereka.

Selain kegiatan seni dan *Startup Digital*, kegiatan industri kreatif juga sedang melejit di Kota Semarang. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang, jumlah UMKM yang telah terdaftar di Kota Semarang sebanyak 17.594 pelaku pada bulan Oktober 2019. Selain itu, Kota Semarang juga ditetapkan oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia, dengan *sub-sector Fashion*. Hal ini menunjukkan peningkatan yang sangat pesat di bidang ekonomi dan industry kreatif Kota Semarang, sehingga Walikota Semarang, Hendrar Prihadi menyusun banyak program untuk mengembangkan UMKM serta kegiatan seni budaya Kota Semarang. Dalam kunjungan presiden Jokowi ke Kota Semarang, beliau meminta Kota Semarang untuk mengembangkan kegiatan seni budaya dan ekonomi kreatif. Bahkan untuk mendukung kegiatan ini, Presiden Jokowi berharap untuk kedepannya agar Kota Semarang dapat membentuk Pusat Kreatif atau lebih dikenal dengan *Creative Hub*. Untuk itu, sangat penting bagi pemerintah untuk menyediakan sebuah ruang publik yang dapat mengakomodasi kegiatan kreatif di Kota Semarang, untuk meningkatkan produktivitas para penggiat seni, industri kreatif, dan juga *startup digital*. Melihat potensi-potensi yang ada, Kota Semarang dapat menjadi percontohan sentral Industri Kreatif untuk kota-kota lain yang ada di Jawa Tengah. Namun, kondisi aktual di Kota Semarang yaitu para penggiat seni (komunitas), serta pelaku industri kreatif maupun startup seringkali masih terkendala ruang atau tempat, dan melakukan kegiatannya di Café atau hotel karena belum adanya sebuah ruang publik terpusat yang mendukung aktivitas mereka. Seperti contohnya di bidang Industri kreatif *sub-sector fashion*, berdasarkan hasil survey pribadi sementara ini dari pihak Pemerintah baru terdapat 1 tempat terpusat untuk memamerkan hasil UMKM bidang *Fashion* yang terletak di Kota Lama Semarang yang biasa kita kenal dengan Semarang Kreatif Galeri. Dengan skala bangunan yang tidak cukup besar, tempat ini belum dapat mengakomodir hasil UMKM kreatif dari bidang lainnya untuk dipamerkan serta dipasarkan langsung ke masyarakat Semarang. Kesenjangan dari potensi-potensi yang dimiliki Kota Semarang dengan fasilitas-fasilitas Pemerintah yang belum mawadahi kegiatan Industri Kreatif inilah, yang melatarbelakangi gagasan perancangan Pusat Kreatif Milenial di Kota Semarang.

Terlebih lagi, dalam mendukung perkembangan Kota Semarang menjadi Kota Kreatif serta *Smart City*, sudah seharusnya Kota Semarang memiliki fasilitas umum yang dapat memwadahi perkembangan kegiatan UMKM, Kesenian, serta *Startup Digital* sebagai percontohan kota-kota lain di Jawa Tengah untuk mengembangkan potensi daerah mereka masing-masing. Untuk mendukung kebijakan-kebijakan program Walikota Semarang mengenai peningkatan serta pengembangan UMKM dan Seni Budaya di Kota Semarang, hal inilah yang melatarbelakangi perancangan Pusat Kreatif Milenial di Kota Semarang yang dapat menjadi tempat untuk mengembangkan ekonomi dan industri kreatif di Kota Semarang. Dengan Pusat Kreatif Milenial Semarang ini diharapkan dapat menjadi titik kumpul para kaum Milenial Kota Semarang, maupun masyarakat Kota Semarang pada umumnya, untuk mengapresiasi seni dan industri kreatif buatan anak bangsa, serta menjadi sarana marketing produk – produk itu sendiri melalui *Marketplace* yang tersedia di Pusat Kreatif Milenial Semarang. Serta dengan adanya Pusat Kreatif Milenial di Kota Semarang, diharapkan dapat menjadi titik awal kolaborasi para kaum Milenial Kota Semarang untuk saling sharing serta bahu membahu untuk mengembangkan bisnis, kegiatan industri kreatif, serta *startup digital* lebih maju lagi.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan data yang telah dipaparkan pada latar belakang, Semarang memiliki banyak potensi untuk memajukan bidang Industri Kreatif. Dengan dipilihnya Kota Semarang menjadi Kota Kreatif oleh BEKRAF pada tahun 2019 (Bekraf, 2019), memiliki 17.594 pelaku UMKM di Kota Semarang, serta meningkatnya para penggiat *Startup Digital* di Kota Semarang menjadi sebuah bekal Kota Semarang untuk mengembangkan bidang Industri Kreatif. Namun, adanya kesenjangan antara potensi-potensi Industri Kreatif di Kota Semarang dengan belum adanya fasilitas terpusat yang dapat memwadahi kegiatan-kegiatan kreatif tersebut, menjadi sebuah permasalahan yang dapat menghambat pengembangan Industri Kreatif di Kota Semarang secara maksimal. Dengan adanya perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang, diharapkan dapat menjadi sebuah solusi untuk memwadahi kegiatan Industri Kreatif Milenial di Kota Semarang dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang mampu mendukung potensi industri kreatif, mengembangkan startup dan UMKM Kota Semarang, serta menjadi wadah mengekspresikan diri untuk para Kaum Milenial Kota Semarang pada khususnya, dan masyarakat umum Kota Semarang pada umumnya.

## **1.3. Tujuan dan Sasaran**

### **1.3.1. Tujuan**

Tujuan dari penyusunan LP3A ini yaitu sebagai landasan desain dalam merancang Pusat Kreatif Milenial Semarang yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada, serta mampu mengakomodasi dan mengembangkan kegiatan Industri Kreatif serta *Startup* yang ada di Kota Semarang.

### **1.3.2. Sasaran**

Terwujudnya langkah dalam pembuatan bangunan perencanaan dan perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang berdasarkan aspek-aspek panduan perancangan. Dalam hal ini berkaitan dengan konsep-konsep perancangan, program ruang, pemilihan tapak, dan lainnya.

## **1.4. Manfaat**

### **1. Manfaat Subjektif**

Guna memenuhi salah satu persyaratan dalam proses pengerjaan mata kuliah Tugas Akhir periode 150 di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro. Dan diharapkan rancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah kota dalam membuat ruang publik baru di Kota Semarang.

### **2. Manfaat Objektif**

Perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan kurangnya ruang public yang dapat mengakomodasi kegiatan kreatif di Kota Semarang. Diharapkan dengan rancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang, pemerintah mendapatkan masukan untuk membuat ruang komunal yang akan menjadi tempat berkumpul baru serta mengeluarkan ide-ide kreatif para kaum Milenial yang ada di Kota Semarang.

## **1.5. Ruang Lingkup Pembahasan**

### **1. Ruang Lingkup Substansial**

Mencakup Perencanaan dan Perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang dengan mempertimbangkan aspek fungsional, aspek kontekstual, aspek regulasi, aspek teknis dan syarat ruang publik yang baik berdasarkan suatu acuan atau standar tertentu yang ditetapkan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintah dan mencari literatur yang berkaitan dengan rancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang.

### **2. Ruang Lingkup Spasial**

Perencanaan dan perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang berlokasi di Jl. Sriwijaya No. 29 (Eks. Wonderia) Semarang.

## **1.6. Metode Pembahasan**

Pembahasan dilakukan dengan metode deskriptif dengan langkah mengumpulkan data primer dan sekunder, mengolah, memaparkan data, dan perumusan masalah serta analisis, guna memperoleh dasar program perencanaan dan perancangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

### **1. Studi Literatur**

Studi ini dilakukan dengan mempelajari literatur baik melalui buku, jurnal, data dari instansi terkait, peraturan setempat, internet, serta bahan-bahan tertulis lainnya mengenai teori, konsep, standar perencanaan dan perancangan *Creative Hub* atau Pusat Kreatif. Dalam langkah ini didapatkan data primer serta sekunder untuk dijadikan landasan teori dalam perancangan.

### **2. Studi Komparatif**

Melakukan studi objek rancangan yang memiliki karakteristik serupa dan mempunyai kesamaan berada pada daerah/kawasan yang sama dengan objek yang akan dibangun guna dijadikan referensi dalam kegiatan perencanaan dan perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang, serta mengevaluasi masing-masing design bangunan serta kelebihan dan kekurangannya.

### **3. Studi Lapangan**

Melakukan survey terhadap lokasi tapak, objek yang memiliki kemiripan, hingga komunitas-komunitas dan UMKM kreatif yang aktif di Semarang. Data dikumpulkan melalui survey lapangan ke objek terkait, untuk memperoleh gambaran kondisi eksisting objek studi yang menjadi bahan kajian.

### **4. Studi Analisa Pendekatan Ruang**

Melakukan analisis data yang telah dilakukan melalui studi literatur, komparatif, dan studi lapangan mengenai konsep, fungsi, aktivitas, hingga persyaratan-persyaratan ruang. Hasil dari analisis pendekatan ruang inilah yang dijadikan referensi dalam menyusun program perencanaan besaran ruang.

## **1.7. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, manfaat, ruang lingkup, metode pembahasan, sistematika pembahasan, dan alur pikir dari penyusunan dan perencanaan Pusat Kreatif Milenial Semarang untuk mewujudkan tujuan yang akan dicapai dalam sasaran dengan penggunaan metode-metode tertentu.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Membahas dan menguraikan literatur yang terkait dengan tinjauan umum objek rancangan mulai dari pengertian Industri Kreatif, *Creative Hub*, *Co-Working Space*, *Makerspace*, hingga studi preseden sesuai judul terkait.

### **BAB III DATA ANALISIS**

Berisikan deskripsi umum mengenai tinjauan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat untuk perencanaan dan perancangan bangunan serta data lain seperti data komunitas yang mendukung keberadaan letak lokasi tersebut yang didapat dari hasil observasi langsung dan studi literature, serta urgensi untuk membangun Pusat Kreatif Milenial Semarang.

### **BAB IV PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Menguraikan kajian perencanaan dan perancangan Pusat Kreatif Milenial Semarang dilihat dari beberapa aspek yaitu: aspek kontekstual, aspek fungsional, aspek kinerja, aspek teknis, dan aspek arsitektural.

### **BAB V PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Menyimpulkan konsep dasar perencanaan seperti program ruang, kebutuhan tapak dan persyaratan maupun ketentuan perancangan yang akan digunakan dalam merancang Pusat Kreatif Milenial Semarang.

## 1.8. ALUR PIKIR

