

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Beberapa tahun belakangan ini pemerintah mulai sibuk menfokuskan diri terhadap perkembangan sektor industri kreatif di Indonesia. Hal ini dikarenakan industri kreatif menjadi kontributor penting dalam menaikkan perekonomian Indonesia khususnya dalam komoditi ekspor dan penyerapan tenaga kerja dalam beberapa tahun terakhir. Industri kreatif sendiri merupakan pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007).



Gambar 1.1 Hasil kerajinan
Sumber: www.koombis.com



Gambar 1.2 Pameran Industri Kreatif
Sumber: www.ziliun.com



Gambar 1.3 Subsektor Fashion
Sumber: www.nusakini.com

Pada tahun 2007 Departemen Perdagangan Republik Indonesia telah melakukan studi untuk pemetaan industri kreatif menjadi 15 subsektor ekonomi kreatif yang akan dikembangkan meliputi: 1) Arsitektur; 2) Desain; 3) Fashion; 4) Film/video/fotografi; 5) Kerajinan; 6) Layanan komputer dan

Piranti Lunak; 7) Musik; 8) Penerbitan dan Percetakan; 9) Periklanan; 10) Permainan Interaktif; 11) Riset dan Pengembangan; 12) Seni Pertunjukan; 13) Televisi/ Radio; 14) Seni Rupa; dan 15) Kuliner.

Tabel 1.1 Data Statistik Ekonomi Kreatif 2010-2013

INDIKATOR		SATUAN	2010	2011	2012	2013	RATA-RATA	
1 Berbasis Produk Domestik Bruto								
1	1	Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHB)	Miliar Rupiah	472.999	526.999	578.761	641.815	555.144
1	2	Kontribusi Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Terhadap Total PDB (ADHB)	Persen	7,34	7,10	7,02	7,05	7,13
1	3	Pertumbuhan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHK)	Persen	-	5,02	4,47	5,76	5,09
2 Berbasis Ketenagakerjaan								
2	1	Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Orang	11.493.875	11.661.900	11.799.568	11.872.428	11.706.942
2	2	Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja terhadap Ketenagakerjaan Nasional	Persen	10,62	10,63	10,65	10,72	10,65
2	3	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Persen	-	1,46	1,18	0,62	1,09
2	4	Produktivitas Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Ribu Rupiah/ Pekerja Tahunan	939.480	964.030	985.515	1.038.795	981.955
3 Berbasis Aktivitas Perusahaan								
3	1	Jumlah Perusahaan Ekonomi Kreatif	Perusahaan	5.263.458	5.331.713	5.398.162	5.420.165	5.353.374
3	2	Kontribusi Jumlah Perusahaan terhadap Total Usaha	Persen	9,65	9,70	9,72	9,68	9,69
3	3	Pertumbuhan Jumlah Perusahaan	Persen	-	1,30	1,25	0,41	0,98
3	4	Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif	Juta Rupiah	96.703.035	105.190.164	110.144.803	118.968.032	107.751.508
3	5	Kontribusi Ekspor Terhadap Total Ekspor	Persen	6,10	6,95	5,51	5,72	6,07
3	6	Pertumbuhan Ekspor Ekonomi Kreatif	Persen	-	8,78	4,71	8,01	7,17
4 Berbasis Konsumsi Rumah Tangga								
4	1	Nilai Konsumsi Rumah Tangga Ekonomi Kreatif	Juta Rupiah	642.327.558	707.499.440	781.871.935	866.542.117	749.560.263
4	2	Kontribusi Konsumsi Rumah Tangga Ekonomi Kreatif terhadap Total Konsumsi Rumah Tangga	Persen	17,63	17,45	17,39	17,17	17,41
4	3	Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga	Persen	-	10,15	10,51	10,83	10,50

Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2014

Industri Kreatif secara signifikan berkontribusi terhadap perekonomian nasional, yaitu: berkontribusi sebesar 7% terhadap PDB Nasional, menyerap 11,8 juta tenaga kerja atau sebesar 10,72% dari total tenaga kerja nasional, menciptakan 5,4 juta usaha atau sekitar 9,68% dari total jumlah usaha nasional, serta berkontribusi terhadap devisa negara sebesar 119 Triliun atau sebesar 5,72% dari total ekspor nasional. Pada tahun 2013 pertumbuhan industri kreatif mencapai 5,75% atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional 5,74%.

Tabel 1.2 Nilai Ekspor Industri Kreatif Indonesia Tahun 2011-2013

No	Sektor Ekonomi Kreatif	2011	2012	2013
1	Periklanan	17.629,5	18.889,3	19.932,2
2	Arsitektur	93.285,6	99.792,0	104.258,7
3	Pasar barang dan seni	10.727,2	10.898,6	11.405,4
4	Kerajinan	17.773.447,0	20.176.373,9	21.723.601,0
5	Desain	1.551.788,6	1.611.491,5	1.612.590,7
6	Fashion	67.896.022,7	70.120.777,1	76.788.615,1
7	Film, Video, dan Fotografi	596.302,4	612.306,3	639.438,5
8	Permainan Interaktif	572.056,2	588.034,5	593.039,6
9	Musik	909.294,5	913.803,0	934.263,7
10	Seni Pertunjukkan	252.880,8	253.521,7	259.318,5
11	Penerbitan dan Percetakan	1.707.399,6	1.750.281,5	1.755.826,3
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.066.255,9	1.107.831,9	1.125.528,3
13	Radio dan Televisi	1.378.471,6	1.447.760,2	1.509.450,1
14	Riset dan Pengembangan	71.355,8	73.299,0	74.665,0
15	Kuliner	11.293.246,7	11.359.651,2	11.816.125,0
Ekspor Ekonomi Kreatif		105.190.164,0	110.144.802,7	118.968.031,8

Sumber: BPS

Dari data Badan Pusat Statistik disimpulkan bahwa subsektor yang memberikan kontribusi ekspor terbesar ialah dari subsektor Fashion kemudian disusul subsektor Kerajinan, Kuliner, Penerbitan dan Percetakan, Desain, dan Radio/ Televisi.

Di beberapa kota mulai aktif dalam dalam pemanfaatan minat bakat atau keterampilan yang dimiliki warganya khususnya dalam kreatifitas untuk ikut bersaing di sektor industri kreatif. Berbagai komunitas dari latar belakang yang berbedah tumbuh dan berkembang. Komunitas yang ada sangat beragam mulai dari bidang kerajinan, perfileman/fotografi, fashion, kuliner, dan sebagainya. Yogyakarta menjadi salah satu kota tempat berkembang pesatnya industri kreatif setelah Bandung dan Bali.

Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi besar tinggi dalam hal kreatifitas dan desain. Kota yang terkenal sebagai kota destinasi pariwisata tempat dimana menjamurnya para wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari mancanegara. Hal ini menjadi kesempatan untuk memperkenalkan produk-produk hasil kreatifitas masyarakat Jogja.

Sebagai kota pelajar, Yogyakarta tentu juga mempunyai potensi yang besar dalam meningkatkan kualitas produk. Seperti kita ketahui para mahasiswa cenderung memiliki ide-ide yang kreatif dan bersemangat dalam menghasilkan desain produk. Semangat kompetisi yang dapat meningkatkan kualitas dan menaikkan nilai jual produk terhadap industri kreatif itu sendiri.

Untuk mendukung berkembangnya industri kreatif tersebut, kota Yogyakarta membutuhkan suatu wadah yang mampu menampung para pegiat industri kreatif dari berbagai komunitas yang ada untuk saling bertukar pikiran untuk mengembangkan potensi, bakat, kreatifitas secara maksimal. Hal ini yang mendorong berdirinya Yogyakarta Creative and Design Centre untuk mendukung para penggiat komunitas kreatif dalam memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang hasil dari desain produk-produk industri kreatif. Fasilitas yang disiapkan antara lain *ruang workshop* untuk pembinaan atau pelatihan; *galeri* untuk memamerkan hasil karya dari para komunitas kreatif, *retail* untuk menjual produk, *convention centre* sebagai ruang untuk para komunitas atau pengunjung bersantai dan berkumpul, *public courtyard/amphiteater* area untuk pertunjukan memungkinkan masyarakat untuk ikut berpartisipasi.

Diharapkan tempat tersebut tidak hanya ditujukan kepada para pelaku industri kreatif saja namun bagi seluruh warga masyarakat dan akan menjadi ruang terbuka baru bagi masyarakat sebagai tujuan destinasi wisata. Hal ini mendorong semakin bertambah luasnya jaringan pemasaran dari industri kreatif itu sendiri.

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

¹Pada tahun 2015 Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Daerah Istimewa Yogyakarta menerbitkan buku tentang Potensi Industri Kreatif DIY yang berisi tentang jumlah Industri Kecil Menengah yang bergerak di bidang industri kreatif di Daerah Istimewah Yogyakarta yaitu sebanyak 38.489 Unit Usaha. Unit usaha tersebut terdiri dari 5 sub sektor antara lain Desain sebanyak 58 unit usaha, Fashion sebanyak 6.037 unit usaha, Kerajinan sebanyak 31.987 unit usaha, layanan computer dan piranti lunak sebanyak 386 unit usahan serta permainan interaktif sebanyak 21 unit usaha. Sektor industri kreatif Daerah Istimewah Yogyakarta mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 154.392 orang.

Perkembangan Industri kreatif di DIY tersebar di lima kabupaten/kota. Kota Yogyakarta memiliki 2.036 unit usaha yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 15.182 orang. Kabupaten Sleman memiliki 9.965 unit usaha dengan tenaga kerja sebanyak 36.079 orang. Kabupaten Bantul memiliki 9.576 unit usaha dengan tenaga kerja sebanyak 55.797 orang.

Menurut Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya UMKM Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian (Disperindagkoptan) Kota Yogyakarta, Tri Karyadi Riyanto mengatakan kelima subsektor industri kreatif ini memiliki peluang besar bersaing dengan produk negara lain melalui MEA. Produk kelima industri kreatif ini memiliki ciri khas tersendiri yang disukai konsumen luar negeri. Diharapkan industri kreatif ini dapat bersaing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Namun seiring perjalanannya para pelaku industri kreatif selama ini cenderung jalan sendiri-sendiri tanpa adanya kerjasama baik antara sesama komunitas maupun dengan pemerintah. Kerja sama menjadi hal yang utama dalam perkembangan industri khususnya dalam hal peningkatan mutu produk dan memperluas jaringan pemasaran. Para pelaku usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta sebetulnya telah mampu menggemas hasil produksi dengan baik namun masih memerlukan pembinaan lebih lanjut. Hasil produksi

¹ <http://diperindag.jogjaprovo.go.id>

yang cenderung monoton dan kurangnya inovasi baru sehingga berdampak terhadap nilai jual produk di pasaran.

Pola kehidupan masyarakat sekarang yang cenderung mengikuti perkembangan zaman modernisasi yang pesat tanpa kita sadari telah banyak mengalami perubahan terutama perilaku sosial. Mereka mulai mencari sesuatu yang praktis dan efisien untuk memudahkan dalam beraktivitas dan mendorong untuk berpikir lebih maju.² Masyarakat dengan leluasa menentukan gaya hidupnya secara bebas sesuai dengan kemauannya tanpa perlu terikat oleh norma-norma sosial dan budaya yang ada. Kehidupan mereka diekspresikan dengan gaya hidup yang kontemporer dengan realitas-realitas baru yang kaya akan nuansa, kaya warna, dan kaya akan citra-citra yang tidak pernah terbayang sebelumnya.

Melihat perkembangan yang ada sekarang, karakteristik dari sebuah konsep arsitektur kontemporer menjadi sesuai dengan perancangan Yogyakarta Creative and Design Centre. Namun unsur etnis Yogyakarta sebagai kota budaya tetap masuk di dalamnya. Pendekatan arsitektur kontemporer tidak hanya berdasarkan dengan gaya yang kekinian tetapi, berhubungan dengan lokasi tempat bangunan tersebut. Memadukan nuansa etnis Yogyakarta dengan bentuk arsitektur yang saat ini sedang menjadi trend menjadi hal yang sangat menarik. Suatu upaya untuk menjawab tuntutan pada era globalisasi yang modern saat ini di Indonesia.

1.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana wujud rancangan Yogyakarta Creative and Design Centre yang mampu meningkatkan kreatifitas dan meningkatkan nilai jual produk melalui penataan tata ruang luar dan ruang dalam dengan pendekatan arsitektur kontemporer?

² Istanto, Freddy H, 2000, Pengaruh Kebudayaan Kontemporer Dalam Perancangan Arsitektur Mal . Surabaya: Universitas Kristen Petra

1.3. TUJUAN DAN SASARAN

TUJUAN

- Mendorong pertumbuhan industri kreatif di Yogyakarta untuk bersaing dengan produk dari dalam maupun luar negeri.
- Sebagai sarana/ wadah bagi masyarakat untuk meningkatkan kualitas SDM bagi pertumbuhan industri kreatif.
- Mewujudkan rancangan Yogyakarta Creative and Design Centre melalui pendekatan arsitektur kontemporer melalui tata ruang dan tata bentuk.

SASARAN

- Merancang Pusat Kreatifitas dan Desain dengan konsep kontemporer namun tetap mempertahankan nuansa etnis tradisional kota Yogyakarta.

1.4. LINGKUP STUDI

1.4.1 Materi Studi

- **Lingkup Substansial**
Bagian-bagian ruang luar dalam pada obyek studi yang akan diolah sebagai penekanan studi adalah suprasegmen arsitektur yang mencakup bentuk, jenis bahan, warna, tekstur, dan ukuran/skala/proporsi pada elemen-elemen pembatas, pengisi, dan pelengkap ruangnya.
- **Lingkup Spacial**
Bagian-bagian obyek studi yang akan diolah sebagai penekanan studi adalah ruang luar dan ruang dalam
- **Lingkup Temporal**
Rancangan ini diharapkan akan dapat menjadi penyelesaian penekanan studi untuk kurung waktu 25 tahun.

1.4.2. Pendekatan Studi

Penyelesaian penekanan studi akan dilakukan dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

1.5. METODE STUDI

1.5.1. Pola Prosedural

Metode studi yang akan digunakan untuk menyusun landasan konseptual dan mewujudkan rancangan bangunan Yogyakarta Creative and Design Centre antara lain:

1. Deduktif

Melakukan studi dengan menggunakan bantuan dari media informasi seperti buku, jurnal, skripsi, dan website yang berhubungan dengan informasi yang berkaitan dengan Creative and Design Centre, mulai dari penjelasan mengenai aspek perkembangan industri kreatif, dan pembahasan kreatifitas.

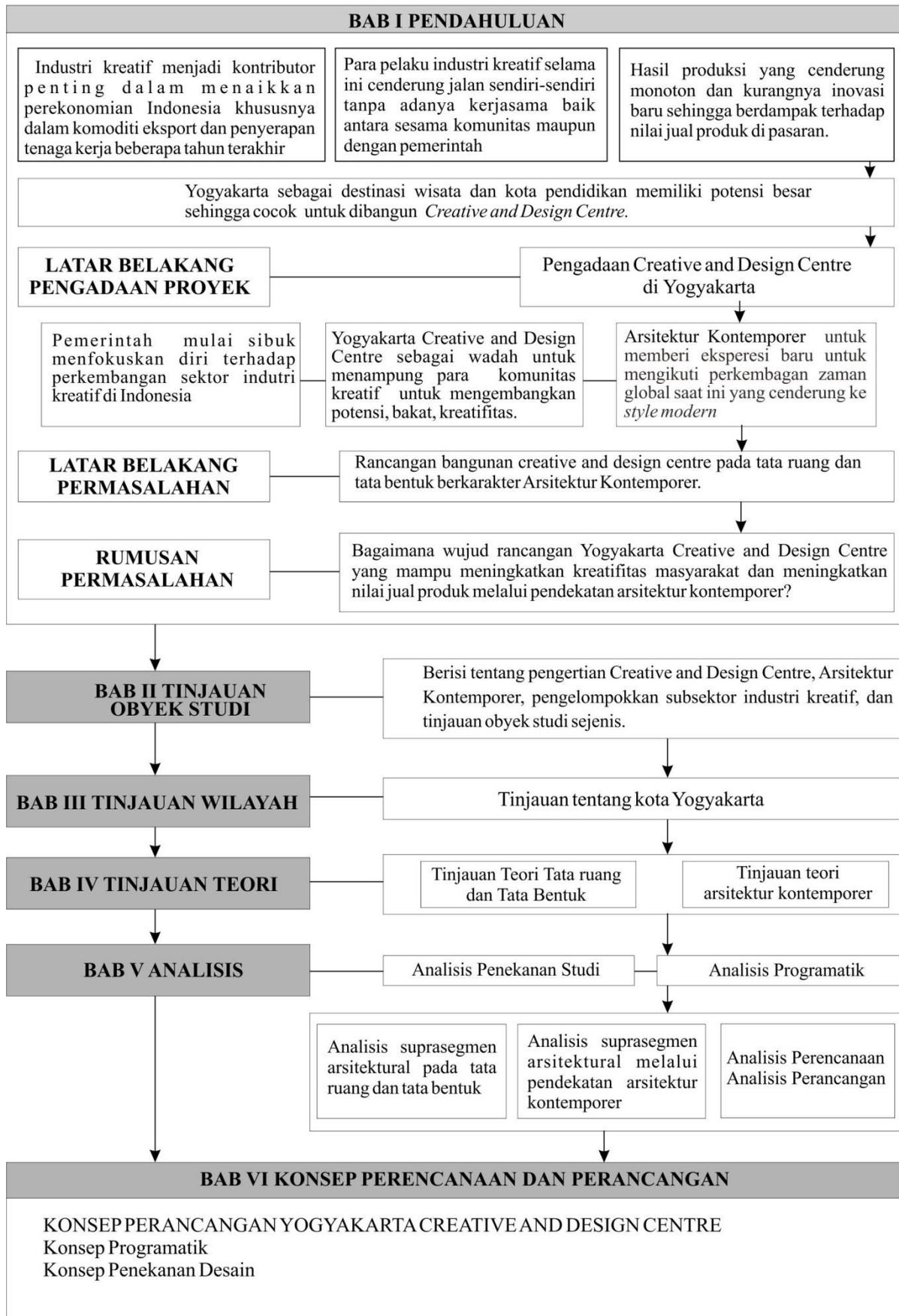
2. Preseden/Komparatif/Benchmarking

Studi kasus mengenai beberapa bangunan dengan tipologi yang serupa baik Creative and Design Centre di Indonesia maupun mancanegara sebagai pembandingan dan acuan dalam perencanaan dan perancangan.

3. Analisis

Untuk menganalisis data berdasarkan teori-teori yang ada, guna mendapatkan alternatif-alternatif pemecahan masalah.

1.5.2 Tata Langkah



1.6. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang pengadaan proyek dan latar belakang permasalahan rumusuan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metoda pembahasan, bagan kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN OBYEK STUDI

Berisi tentang pengertian Creative and Design Centre, Arsitektur Kontemporer, pengelompokkan subsektor industri kreatif, dan tinjauan obyek studi sejenis.

BAB III TINJAUAN WILAYAH

Bab ini berisi tentang data mengenai kriteria pemilihan lokasi, batas lokasi, kondisi geografis, potensi lingkungan, serta peraturan pada wilayah terkait yang nantinya mempengaruhi bentuk Yogyakarta Creative and Design Centre.

BAB IV TINJAUAN TEORI

Berisi kajian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan tata ruang luar dan tata ruang dalam, serta teori-teori arsitektural khususnya Arsitektur Kontemporer yang dipakai untuk penyelesaian masalah pada bangunan Yogyakarta Creative and Design Centre.

BAB V ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi analisis pelaku dan kegiatan, analisis pola kegiatan, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang, analisis hubungan ruang, analisis lokasi dan tapak, analisa struktur dan konstruksi, dan analisis utilitas. Serta analisis mengenai wujud rancangan yang mampu mengakomodasi Yogyakarta Creative and Design Centre melalui penataan massa dan fasad bangunan dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

BAB VI KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi konsep perencana dan perancangan Yogyakarta Creative and Design Centre melalui bentuk dan tampilan bangunan, tatanan ruang, pola massa, pola sirkulasi, serta suasana ruang.