

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat modern, termasuk di Indonesia. Masyarakat modern menempatkan media berbasis teknologi informasi sebagai kebutuhan primer karena media merupakan sumber informasi yang cepat dan akurat. Media memiliki peranan penting dalam perkembangan masyarakat modern.

Kebutuhan akan informasi di Indonesia menjadi lebih meningkat ketika pemerintah mencanangkan program berbasis ekonomi kreatif. Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia secara sistematis dimulai dengan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif¹. Kemajuan di era informasi dan teknologi membuat pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak hanya bergantung pada industri ekstraktif. Keadaan ini justru menuntut para pelaku ekonomi untuk lebih terbuka melihat berbagai peluang dan kesempatan dalam meningkatkan angka pertumbuhan sebuah negara, salah satunya melalui industri berbasis kreativitas, inovasi, dan teknologi.

Sebagai alternatif, Kementerian Komunikasi dan Informatika mengadakan program pembangunan Media Center sebagai salah satu upaya memberikan pelayanan informasi komunikasi publik dan juga pertukaran informasi antara instansi pusat dan daerah dengan merujuk pada UUD 1945 pasal 28f, Undang Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang

¹ <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019>.
Diakses 9 Februari 2018

Pelayanan Publik. *Media Center* ditujukan untuk percepatan pengelolaan penyediaan dan penyebaran informasi, terutama informasi yang akan mencerdaskan, mencerahkan dan memberdayakan masyarakat serta terakomodasinya aspirasi publik².

Media Center merupakan entitas penghimpun data, pengelola sekaligus penyebar informasi publik yang bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat. Media center dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang kreatif. Jika dikembangkan dengan baik Media Center dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi. Media berbasis teknologi informasi saat ini membuka peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk dapat bersaing menghadapi ekonomi global.

Berbagai daerah di Indonesia memiliki potensi besar terkait pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi, salah satunya di Kota Yogyakarta. Perkembangan media berbasis teknologi informasi membuka peluang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan kreativitas dan berinovasi. Akan tetapi fasilitas pendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kota Yogyakarta masih kurang.

Tabel 1.1 Banyaknya Peserta Latihan Ketrampilan Mobile training Unit (MTU) dan Institutional/Umum Menurut Jenis Ketrampilan di Kota Yogyakarta, 2016

No	Jenis Ketrampilan	Tahun Anggaran 2017		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Spa Terapis	1	15	16
2.	Menjahit Dasar (Terampil)	0	16	16

² https://kominfo.go.id/content/detail/7382/media-center-untuk-percepatan-dan-penyebaran-informasi/0/berita_satker. Diakses 9 Februari 2018

3.	Menjahit Mahir	0	16	16
4.	Tata Rias Kecantikan (MTU)	0	16	16
5.	Tata Rias Kecantikan	0	16	16
6.	Akupresur	6	10	16
7.	Membatik Lanjutan (MTU)	3	17	20
8.	Membatik Lanjutan	0	0	0
9.	Membatik (MTU)	0	32	32
10.	Tata Rias Pengantin Paes Ageng (MTU)	1	15	16
11.	Tata Rias Pengantin	0	32	32
12.	Menjahit Kebaya dan Surjan	0	16	16
13.	Pelatihan Untuk Difabel	11	3	14
14.	Komputer Desain Grafis dan Sablon (MTU)	18	2	20
15.	Audio Visual dan Multimedia Fotografi (MTU)	9	7	16
16.	Travel Agen	9	7	16
17.	Bengkel Mobil	16	0	16
18.	Perhotelan	25	9	34
19.	Front Office	16	12	28
20.	Satpam	43	5	48
21.	Stir Mobil dan SIM	77	3	80
22.	Tata Boga	4	28	32
23.	Pembuatan Kue dan Roti	1	15	16
24.	Peningkatan Produktivitas Manajemen SR	0	0	0
25.	Pengukuran Produktivitas Perusahaan	0	0	0
Jumlah/Total		240	292	532

Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka 2017

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta jumlah peserta pelatihan ketrampilan *Mobile Training Unit (MTU)* dan Institutional/ umum untuk pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) terkait teknologi informasi di Kota Yogyakarta masih rendah, hal ini

disebabkan oleh kurangnya fasilitas pemerintah dan minimnya sumber informasi terkait.

Kota Yogyakarta memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif berbasis teknologi informasi dan budaya. Potensi kekayaan budaya dan tingginya minat masyarakat dalam pengembangan industri kreatif berbasis teknologi informasi di Kota Yogyakarta membutuhkan sarana, prasarana dan fasilitas publik terkait dalam proses pengembangan industri kreatif tersebut.

Pengembangan sektor ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi harus didukung fasilitas publik bagi masyarakat untuk mendapatkan segala informasi terkini, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan mengembangkan ekonomi kreatif berbasis teknologi yang bernama *Creative Media Center*, di Kota Yogyakarta.

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

Kebutuhan akan informasi mendorong masyarakat modern untuk menempatkan media sebagai salah satu kebutuhan primer. Melalui media, masyarakat dapat mengembangkan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi sebagai alternatif dalam persaingan ekonomi global. Pengetahuan akan informasi terbaru dan teknologi akan membantu masyarakat menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam pengembangan sektor ekonomi.

Creative Media Center adalah pusat informasi dan fasilitasi kebutuhan publik terhadap teknologi dalam upaya mendorong perkembangan industri ekonomi kreatif di Kota Yogyakarta. Melalui *Creative Media Center*, berbagai ragam publik dapat berkomunikasi dan bertukar informasi, tentunya yang berkaitan dengan beragam isu strategis atau isu lokal tentang pengembangan ekonomi kreatif. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan kegiatan lalu-lintas informasi dapat dilaksanakan secara periodik maupun insidental untuk meningkatkan

pengetahuan dan menyebarkan informasi kepada publik dengan akurat, cepat, mudah dan terjangkau.

Creative Media Center dapat memfasilitasi masyarakat dalam mengembangkan: Desain, Fashion, Video, Film & Fotografi, Permainan Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan dan Budaya, Layanan Komputer & Piranti Lunak, Riset & Pengembangan dan Robotik. *Creative Media Center* dapat menyediakan tempat kursus profesional media kreatif, sekolah media kreatif dan studio dengan standar tinggi untuk pengajaran dan keperluan instruksional. *Creative Media Center* dapat digunakan sebagai departemen media dan komunikasi, ruang berita digital yang terkait dengan ruang kontrol dan studio pengeditan, ruang theater multimedia, studio dan tempat lokakarya. Fasilitas studio pada *Creative Media Center* dapat meliputi video editing, rekaman audio, pembuatan animasi, fotografi dan pasca produksi.

Sebagai tempat akses publik, *Creative Media Center* harus menampung segala aktifitas yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi. *Creative Media Center* dapat dijadikan tempat mencari inspirasi dalam berkeaktivitas dan berinovasi. Perbedaan *bentuk, skala, warna, pencahayaan, tekstur dan material* yang dihubungkan dengan jalur sirkulasi dapat menciptakan dinamika suasana ruang menarik.

Permainan dinamika suasana ruang dalam *Creative Media Center* diharapkan mampu menginspirasi masyarakat atau pelaku ekonomi kreatif untuk lebih berkembang dan mampu menciptakan ide-ide baru. Keberadaan ruang yang inspiratif dengan aksesoris visual yang beragam diharapkan mampu mendorong kreatifitas dan imajinasi para pengunjung sehingga lebih produktif dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi di Kota Yogyakarta. Ruang-ruang pada *Creative Media Center*

akan menampung segala tuntutan kegiatan yang selalu berkembang dan mampu menggambarkan sebuah masa depan.

1.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana wujud rancangan *Creative Media Center* di Yogyakarta yang inspiratif melalui pengolahan dinamika suasana ruang dan bentuk?

1.3. TUJUAN DAN SASARAN

1.3.1. Tujuan

Terwujudnya konsep rancangan *Creative Media Center* di Yogyakarta yang inspiratif melalui pengolahan dinamika suasana ruang dan bentuk.

1.3.2. Sasaran

Sasaran yang ingin dituju dalam perencanaan dan perancangan *Creative Media Center* di Yogyakarta ialah:

1. Definisi *Creative Media Center* sebagai tempat pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi dan media informasi.
2. Penentuan lokasi site sesuai dengan fungsinya sebagai area media informasi yang sesuai kebutuhan pelaku ekonomi kreatif, mudah dicapai dan sesuai peruntukan lahan.
3. Mengetahui teori-teori yang dibutuhkan untuk merancang sebuah *Creative Media Center*.
4. Penentuan konsep ruang dan bentuk sesuai aspek kebutuhan dan tuntutan pemakai.
5. Mengetahui wujud konsep rancangan *Creative Media Center* di Yogyakarta yang inspiratif melalui pengolahan dinamika suasana ruang dan bentuk .

1.3.3. Manfaat Perancangan

Manfaat perencanaan dan perancangan *Creative Media Center* di Yogyakarta ialah:

1. Secara Praktis

- a. Sebagai gambaran tentang perencanaan dan perancangan *Creative Media Center* agar menjadi alternatif yang dapat dipertimbangkan dan diterapkan oleh Pemerintah Yogyakarta.
- b. Sebagai petunjuk perencanaan dan perancangan bangunan dengan fungsi layanan informasi dan teknologi industri kreatif.

2. Secara Akademis

Memberikan pengetahuan mengenai *Creative Media Center* yang inspiratif melalui pengolahan dinamika suasana ruang dan bentuk.

1.4. LINGKUP STUDI

1.4.1. Materi Sudi

1. Lingkup Substantial

Lingkup pembahasan pada penulisan berupa konsep perancangan berupa *Creative Media Center* di Yogyakarta, melalui pengolahan dinamika suasana ruang dan bentuk.

2. Lingkup Spatial

Lingkup pembahasan pada penulisan hanya dibatasi pada disiplin ilmu arsitektur khususnya terkait pada pengolahan tampilan tata ruang luar dan tata ruang dalam *Creative Media Center* di Yogyakarta. Sedangkan ilmu lain terkait budaya dan ekonomi kreatif digunakan sebagai referensi pendukung.

3. Lingkup Temporal

Perancangan *Creative Media Center* di Kota Yogyakarta ini memiliki pencapaian pemakaian 25 tahun terhitung setelah selesainya masa perancangan

1.4.2. Pendekatan Studi

Pendekatan studi perancangan *Creative Media Center* ini dilakukan dengan cara pengolahan elemen tata ruang luar dan tata ruang dalam dengan mempertimbangkan dinamika suasana ruang dan bentuk.

1.5. METODE PENULISAN

1.5.1. Metode Kuantitatif

Dalam penulisan ini penelitian dilakukan secara kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, terstruktur, jelas dari awal hingga akhir penelitian. Metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan di ukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda – beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.

1.5.2. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat keadaan objektif di lokasi penelitian untuk memperkaya wawasan untuk mengkaji data. Pengamatan dilakukan dengan mencatat, membuat sketsa, dan mengambil dokumentasi berupa foto di lapangan melalui pihak institusi yang terkait dengan perizinan. Dalam kegiatan observasi dilakukan perbandingan keadaan fisik dan non fisik antara lokasi penelitian dengan lokasi lain untuk mengetahui persamaan ataupun perbedaan dari lokasi tersebut.

2. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan mencatat hal-hal yang penting berkaitan dengan masalah penelitian. Studi Kepustakaan berupa literatur, jurnal, dokumen, dan sebagainya. Penulis memperoleh data sekunder melalui buku, jurnal, penelitian, surat kabar dan sebagainya yang dapat dijadikan referensi dalam proses penelitian.

1.5.3. Metode Analisis

1. Analisa

Melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari observasi lapangan dan studi komparasi. Data-data dari hasil studi tersebut kemudian diperhitungkan keterkaitannya dengan standar yang diperoleh dari studi literatur. Hasil analisa kemudian dijadikan sebagai dasar pendekatan konsep perencanaan dan perancangan.

2. Sintesa

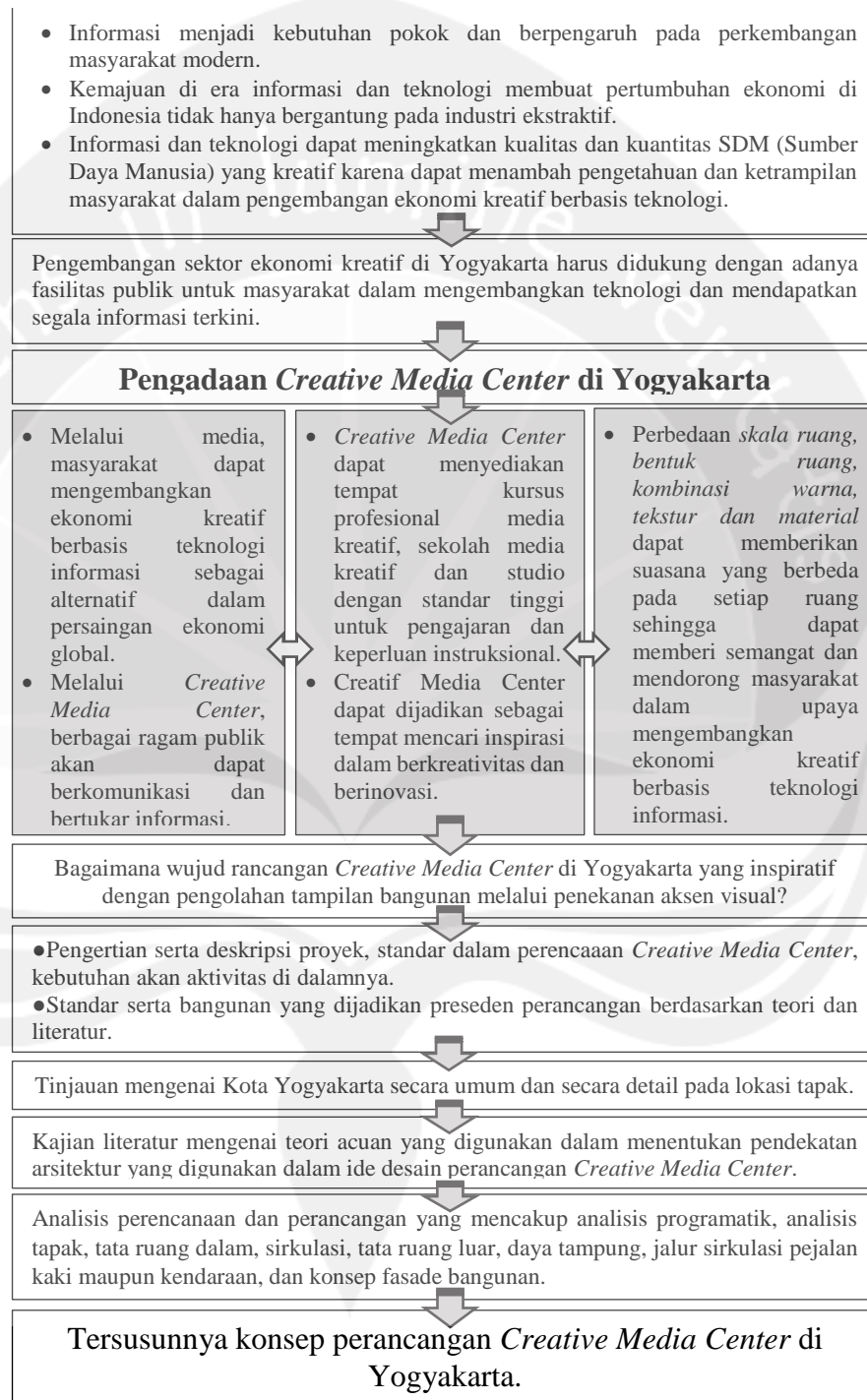
Merupakan tahap penggabungan antara fakta di lapangan atau tapak, literatur dan pengalaman empiris yang telah dikaji pada tahap analisa dan kemudian diolah menjadi sebuah konsep perencanaan dan perancangan.

1.5.4. Metode Penarikan Kesimpulan

Metode penarikan kesimpulan yang digunakan yaitu dengan metode deduktif, data yang diperoleh dari hasil observasi, studi literatur dan standar-standar kebutuhan ruang kemudian dijadikan dasar perancangan bangunan *Creative Media Center* sehingga dapat menunjang fungsi, kinerja serta produktivitas didalamnya.

1.5.5. Kerangka Berfikir

Tabel 2 Kerangka berfikir penulis



Sumber: Analisis Penulis, 2019

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang eksistensi proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran penelitian, lingkup pembahasan, metodologi penelitian, yakni data-data yang akan diteliti, tata cara penelitian, penarikan kesimpulan, kerangka berpikir serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM TERHADAP *CREATIVE MEDIA CENTER*

Berisi tentang teori dan standar kajian literatur sebagai acuan dalam menulis/membahas data yang berhubungan dengan *Creative Media Center*.

BAB III TINJAUAN KAWASAN/WILAYAH

Bab ini menguraikan temuan data – data di wilayah yang menjadi objek penulisan.

BAB VI LANDASAN TEORI PENDEKATAN PERANCANGAN *CREATIVE MEDIA CENTER*

Berisi tentang teori-teori dan standar-standar pendekatan arsitektur sebagai dasar perancangan *Creative Media Center* di Kota Yogyakarta.

BAB V ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN *CREATIVE MEDIA CENTER*

Berisi tentang analisis-analisis perencanaan dan perancangan yang mencakup analisis programatik, analisis tapak, tata ruang dalam, tata ruang luar, sirkulasi, kapasitas ruang, sirkulasi ruang dalam, jalur sirkulasi pejalan kaki maupun kendaraan, dan konsep fasad bangunan.

BAB VI KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN *CREATIVE MEDIA CENTER*

Berisi tentang kesimpulan yaitu berupa konsep yang diperoleh dari hasil analisis. Hasil tersebut menjadi dasar dalam perencanaan dan perancangan objek bangunan *Creative Media Center*.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

