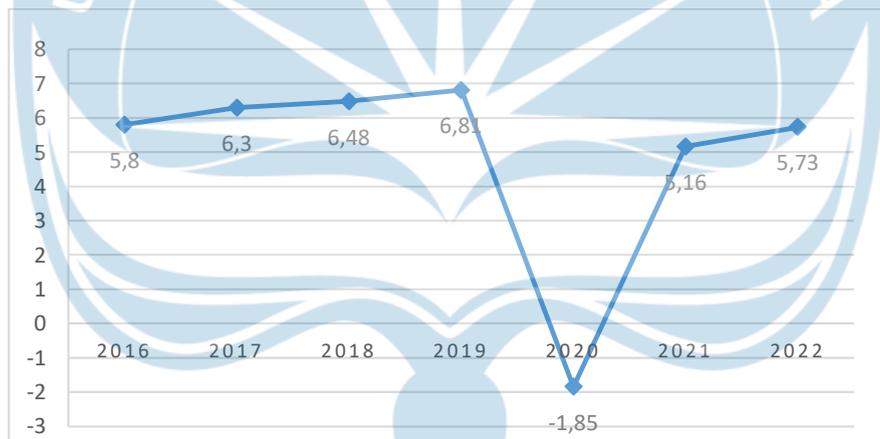


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pengadaan Proyek

Kota Semarang adalah Ibukota Provinsi Jawa Tengah dan merupakan kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia. Berdasarkan laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Semarang pada tahun 2016 memiliki nilai 5,8% dan terus mengalami peningkatan menjadi 6,81% pada tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi mengalami kontraksi karena ada dampak dari pandemi covid sehingga memiliki nilai -1,85%. Lalu pada tahun 2021 meningkat drastis menjadi 5,16% dan pada 2022 naik menjadi 5,73%. PDRB Kota Semarang menurut lapangan usaha didominasi oleh industri pengolahan yang memberikan kontribusi sebesar 28,85%. Sehingga industri pengolahan dapat dikatakan berpotensi, terlebih lagi jika didukung oleh industri kreatif.



Gambar 1.1 Grafik PDRB menurut lapangan usaha Kota Semarang tahun 2016–2022

Sumber : BPS Kota Semarang, data diolah

Salah satu sektor perekonomian yang diupayakan oleh pemerintah Kota Semarang adalah ekonomi kreatif. (Fajlin, 2020). Ekonomi kreatif terdiri dari industri kreatif yang memanfaatkan keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan barang/ jasa sehingga dapat meningkatkan peluang kerja, dan perekonomian daerah. Berdasarkan keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 83 tahun 2019, Kota Semarang ditetapkan menjadi kota kreatif. Industri kreatif di Indonesia memiliki 17 subsektor yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, diantaranya

terdapat fesyen, kriya, kuliner, arsitektur, permainan, musik, desain interior, desain produk, seni rupa, periklanan, fotografi, penerbitan, televisi, seni pertunjukan, aplikasi, desain komunikasi visual, dan film, animasi, video.

Berdasarkan pencarian melalui platform digital mengenai perkembangan industri kreatif di Kota Semarang terdapat 3 subsektor unggulan yaitu fesyen, kriya, dan kuliner, serta terdapat 3 subsektor yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu musik, fotografi, dan film, animasi & video.

- Fesyen. Fesyen merupakan subsektor unggulan di Kota Semarang. Bisnis dalam bidang mode fesyen selalu menjadi pilihan utama dan terus mendapatkan permintaan yang tinggi. Terlebih lagi, perkembangan desain fashion terus mengalami inovasi, sehingga semakin menjanjikan, terutama karena konsumen selalu ingin mengikuti tren mode terkini. Kemenparekraf menyatakan bahwa setiap bulan, selalu muncul tren fashion baru. (Prajanti, Margunani, Rahma, Rahayu, & Adzim, 2021)
- Kriya. Kemenparekraf menyatakan bahwa dalam hal bahan yang digunakan, kriya mencakup semua jenis kerajinan yang terbuat dari tekstil, kaca, kayu, logam, kulit, dan keramik. Pertumbuhan subsektor ini juga dipengaruhi oleh kelimpahan bahan baku serta tingkat kreativitas dari para pelaku industri. (Prajanti, Margunani, Rahma, Rahayu, & Adzim, 2021)
- Kuliner. Kemenparekraf, mengungkapkan bahwa hampir 48 persen wisatawan memilih untuk mengunjungi kota-kota besar di Indonesia karena daya tarik kuliner. Sehingga para pelaku ekonomi kreatif dapat menjadikan sektor kuliner sebagai salah satu sektor yang diunggulkan. (Prajanti, Margunani, Rahma, Rahayu, & Adzim, 2021)
- Musik. Musik merupakan subsektor yang diprediksi akan tumbuh. Kini industri musik tidak perlu label rekaman untuk menaikkan karyanya (Manaf, 2019). Perubahan yang dialami di industri musik kini membantu para pelaku kegiatan untuk mudah berkembang dengan *platform* yang kini makin banyak.
- Fotografi. Usaha fotografi pada saat ini semakin menjanjikan. Banyak pemuda yang tertarik dengan dunia fotografi meskipun mereka belum memiliki tingkat keahlian yang tinggi. Bahkan banyak pelaku di bidang ini umumnya tidak

memiliki latar belakang tentang fotografi. (Prajanti, Margunani, Rahma, Rahayu, & Adzim, 2021)

- Film, animasi, dan video. Subsektor perfilman menjadi salah satu fokus pengembangan dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif oleh Walikota Semarang yaitu Hendrar Prihadi saat memperingati hari film Nasional 30 Maret 2021 lalu. (Sofuroh, 2021).

Creative Hub adalah fasilitas untuk menampung berbagai macam ide dari masyarakat yang diharapkan dapat menghasilkan produk-produk kreatif yang bernilai ekonomis. Berdasarkan peruntukannya, *Creative Hub* dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori (Ulfah & Makarim, 2023) :

- *Creative Space* : Ruang pameran produk industri kreatif
- *Co-working Space* : Ruang kerja bersama
- *Makerspace* : Ruang produksi bersama

Di Semarang telah dibangun Semarang *Creative Hub* yang diresmikan pada tahun 2020, berlokasi di kawasan kota lama dan menjadi tempat pertama bagi penggiat ekonomi kreatif di Kota Semarang untuk beraktivitas berkreasi, serta berkolaborasi pada dengan fasilitas *co-working space* dan *creative space*. Selain itu terdapat Bulu *Creative Hub* yang diresmikan pada tahun 2022 dan merupakan lokasi kedua yang memiliki fasilitas *creative space* untuk mempromosikan produk dari pelaku ekonomi kreatif kepada masyarakat luas khususnya pada subsektor kuliner, fesyen, dan kriya. Kedua *Creative Hub* tersebut sering mengadakan kegiatan untuk menarik masyarakat untuk dapat menciptakan berbagai produk dan layanan inovatif sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Semarang. (Disbudpar Kota Semarang, 2022).

Bukit Semarang Baru (BSB) merupakan kota satelit yang berada di kecamatan Mijen, Kota Semarang. Bukit Semarang Baru terletak di pinggiran kota dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Kendal. Bukit Semarang baru merupakan wilayah yang sedang dipersiapkan menjadi *Central Business District* (CBD). Bukit Semarang Baru berpotensi mengurangi keramaian di pusat kota Semarang dengan meningkatkan pembangunan untuk pemerataan infrastruktur dan investasi (Bagian Komunikasi Pimpinan dan Protokol Kota Semarang, 2022). Sebagai *Central Business District* (CBD) yang baru di Bukit Semarang Baru, beberapa fasilitas sudah dibangun seperti universitas, *sport center*, perkantoran, industri, dan rumah sakit

Berdasarkan penjelasan diatas, maka perlu fasilitas yang mampu mendorong perekonomian serta mengurangi ketimpangan fasilitas di kawasan Bukit Semarang Baru. Perancangan *Creative Hub* akan menjadi fasilitas untuk pelaku industri kreatif terutama di bidang fesyen, kriya, kuliner, musik, fotografi, dan film, animasi & video.

1.2 Latar Belakang Permasalahan

Persaingan yang semakin ketat antara para pelaku dalam industri kreatif, menuntut para pelaku untuk meningkatkan kreativitas demi memenuhi permintaan pasar dengan menghasilkan produk atau layanan yang inovatif dan kreatif. (WEPO, 2023). Dikutip dari Dekan Fikom UNPI Astri D Andriani dalam workshop ‘Menjadi Cakap Digital, Bersaing di Industri Kreatif Masa Depan’ cara untuk bersaing di industri kreatif salah satunya yaitu dengan berinteraksi antar satu pihak dengan pihak lainnya. Pelaku yang dimaksud dapat berupa individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Interaksi antar pengguna bangunan *Creative Hub* dilakukan dengan cara kontak sosial maupun komunikasi.

Salah satu tujuan pendekatan *green architecture* yaitu memperhatikan kebutuhan pengguna dan mengurangi dampak negatif dari bangunan terhadap pengguna. *Green architecture* dapat mendukung interaksi sosial yang terjadi di *Creative Hub*, dengan memperhatikan aspek aspek elemen pembentuk ruang dalam dan ruang luar. Melalui penerapan prinsip prinsip *green architecture*, seperti pemilihan material ramah lingkungan, memperhatikan bukaan untuk mengurangi beban pendinginan & pemakaian energi listrik, pemilihan warna, penggunaan & pemanfaatan elemen alam akan membantu interaksi sosial yang terjadi di ruang dalam maupun ruang luar.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana wujud perancangan *Creative Hub* sebagai fasilitas untuk menuangkan ide yang interaktif melalui penataan tata ruang dalam, dan tata ruang luar dengan pendekatan *green architecture* ?

1.4 Tujuan dan Sasaran

1.4.1 Tujuan

Menghasilkan wujud perancangan *Creative Hub* sebagai fasilitas untuk menuangkan ide yang interaktif melalui penataan tata ruang dalam dan tata ruang luar dengan pendekatan *green architecture* ?

1.4.2 Sasaran

- Mewujudkan *Creative Hub* sebagai fasilitas untuk menggali potensi masyarakat dengan memberikan fasilitas yang mampu mengintegrasikan kebutuhan tiap subsektor.
- Mengolah tata ruang dalam dan luar untuk mendorong terjadinya interaksi dari pengguna bangunan.
- Mewujudkan *Creative Hub* di Bukit Semarang Baru dengan menggunakan pendekatan *green architecture* untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam dan memberikan manfaat bagi pengguna.

1.5 Lingkup Pembahasan

1.5.1 Lingkup Spasial

Lingkup spasial yang menjadi fokus penulisan adalah skala lingkup pada Kota Semarang, terkhususnya di Bukit Semarang Baru yang menjadi lokasi perancangan *Creative Hub*.

1.5.2 Lingkup Substansial

Lingkup substansial yang menjadi fokus penulisan adalah perancangan bangunan *Creative Hub* yang interaktif dengan menggunakan pendekatan *green architecture*.

1.5.3 Lingkup Temporal

Lingkup temporal pada perancangan *Creative Hub* di Bukit Semarang Baru dengan pendekatan *green architecture* ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk perkembangan industri kreatif di Kota Semarang, dan mampu menjadi fasilitas untuk penggiat industri kreatif dalam menciptakan produk atau layanan kreatif.

1.6 Metode Studi

1.6.1 Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di lapangan untuk menggali informasi tentang lokasi perancangan, dan juga melakukan analisis terhadap Semarang *Creative Hub* dan Bulu *Creative Hub* untuk memahami tantangan, kebutuhan, dan potensi yang ada, agar dapat merancang solusi yang sesuai dan inovatif.

1.6.2 Studi Literature

Menggunakan metode penelusuran untuk mencari berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel, jurnal, atau dokumen yang terkait dengan tinjauan teori dan studi objek terkait.

1.6.3 Analisis

Menganalisis data berdasarkan teori-teori yang sudah dicari. Analisis terdiri dari : analisis programatik (analisis pelaku, analisis aktivitas, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang), analisis lokasi dan tapak, serta analisis perencanaan dan perancangan untuk menghasilkan konsep perencanaan dan perancangan.

1.7 Diagram Tata Langkah



Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

Sumber : Analisis penulis, 2023

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada perancangan *Creative Hub* di Bukit Semarang Baru dengan pendekatan *green architecture* adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi informasi mengenai latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metode pembahasan, kerangka berpikir, sistematika penulisan, dan keaslian penulis.

BAB II TINJAUAN TEORI

Berisi mengenai kajian teori mengenai *green architecture*, ruang, dan interaktif.

BAB III STUDI OBJEK

Berisi mengenai gambaran studi objek, seperti tinjauan industri kreatif, *Creative Hub*, studi preseden, tinjauan wilayah, dan tinjauan tapak.

BAB IV ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Analisis perencanaan berisi mengenai analisis pelaku, analisis kegiatan, kebutuhan ruang, dan besaran ruang. Sedangkan analisis perancangan berisi mengenai analisis interaktif pada ruang dalam dan ruang luar dengan pendekatan *green architecture*.

BAB V KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Konsep perencanaan dan perancangan merupakan *design guideline* sebagai acuan perancangan *Creative Hub* yang menjawab rumusan masalah.

1.9 Keaslian Penulis

Laporan “PERANCANGAN *CREATIVE HUB* DENGAN PENDEKATAN *GREEN ARCHITECTURE* DI BUKIT SEMARANG BARU (BSB), KOTA SEMARANG” dapat dibuktikan dengan perbandingan jurnal-jurnal berikut. Terdapat beberapa laporan yang bersinggungan dengan tipologi *Creative Hub*.

No	Penulis	Judul	Fokus	Perbedaan
1.	Rombe, Alfian – UAJY (2018)	Yogyakarta <i>Creative and Design Center</i>	Mewujudkan perancangan Yogyakarta Creative and Design Center untuk meningkatkan kreatifitas sehingga produk memiliki nilai yang tinggi melalui penataan tata ruang dengan pendekatan arsitektur kontemporer.	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak terletak di Yogyakarta • Menggunakan pendekatan arsitektur kontemporer

2.	Hariyanto, Marvin – UAJY (2019)	Surakarta <i>Creative Hub</i>	Mewujudkan perancangan Surakarta <i>Creative Hub</i> sebagai ruang industri kreatif yang memiliki fleksibilitas ruang melalui pengolahan tata ruang dalam dengan pendekatan antropometri sehingga memberikan kenyamanan fisik dan psikis..	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak terletak di Surakarta
3.	Dyahpitaloka, Fransisca Febrina – UAJY (2023)	Perancangan <i>Creative Hub</i> dengan Pendekatan Perilaku di Kota Yogyakarta	Mewujudkan perancangan <i>Creative Hub</i> yang ekspresif, kreatif, dan kolaboratif melalui pengolahan tata ruang dengan pendekatan arsitektur perilaku di Kota Yogyakarta.	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak terletak di Yogyakarta • Menggunakan pendekatan arsitektur perilaku