

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perekonomian dunia bergerak pada perekonomian kreatif. Dan banyak kota di dunia tengah mempersiapkan kondisi ini, dengan menciptakan ruang yang mampu mendorong warganya untuk berkarya, sehingga munculah kota-kota kreatif. Hal ini juga menjadi acuan bagi pemerintah Indonesia untuk bergerak di ranah ekonomi kreatif. Kota kreatif tidak akan lepas dari modal potensi wilayah yang mampu mendorong warganya untuk saling terlibat dan bekerja sama.

Dalam rangka membentuk kota kreatif guna menunjang program ekonomi kreatif, pemerintah Indonesia pada tahun 2014 telah memfasilitasi empat kota yaitu Bandung dan Surakarta sebagai kota desain, Yogyakarta dan Pekalongan sebagai kota craft and folk art untuk dapat secara resmi masuk dalam CCN. Pada akhirnya yang terpilih menjadi bagian dari CCN adalah Pekalongan sebagai kota craft and folk art serta Bandung sebagai kota desain.

Pada tahun 2015, presiden Indonesia menerbitkan PERPRES RI Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Hal ini memicu berbagai daerah/ kota untuk menciptakan sebuah ekosistem pada tiap daerah atau kota yang dinamakan “Kota Kreatif/ Creative City”, guna mendukung sektor ekonomi kreatif tersebut. Landry (2006) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan kota kreatif yakni kota yang mampu membuat warganya mengekspresikan bakat dan potensinya dibidang apa pun, khususnya seni, budaya, teknologi, arsitektur, desain, musik, dan film. Namun, ada dua silang pendapat mengenai faktor yang mempengaruhi pembentukan dan perkembangan kreatif. Landry (2006) dan Simatupang et al. (2008) pernah mengemukakan bahwa kunci dalam pengembangan kota kreatif ialah SDM dan kesediaan sarana prasarana yang mempunyai, dalam kata lain menciptakan ekosistem yang mendukung.

Melalui ICCF 2019 (Indonesia di Indonesia Creative Cities Festival 2019) di Ternate, acara yang bertujuan menciptakan kerja sama lintas stakeholder kota dalam mengembangkan kota kreatif. Wali kota Padang Panjang memaparkan kesiapan kota Padang Panjang menuju kota kreatif di Indonesia. Dan merespon persiapan tersebut Padang Panjang membentuk forum kota kreatif. Hal ini sebagai perwujudan keseriusan pemerintah kota Padang panjang dengan menetapkan surat keputusan wali kota Padang panjang Nomor 113 tahun 2021 tentang Forum Kota Kreatif Padang Panjang (FORKRAF). FORKRAF ini kukuhkan pada tanggal 29 Juni 2021 di Aula Mifan Padang Panjang, dengan diketuai oleh Ridwansyah, S.E.

Berdasarkan pemaparan urgensi untuk menuju Padang panjang menuju kota kreatif, tentu perlu kita buka kunci nya terlebih dahulu dengan mengembangkan SDM melalui kesediaan sarana prasarana yang

mempuni, dalam kata lain menciptakan ekosistem yang mendukung. Sehingga bermanfaat bagi mereka yang ingin mencari inspirasi serta solusi bagi mereka untuk mencari gagasan dan wawasan baru dengan berdiskusi antara para pelaku kreatif. Sarana dan prasarana ini akan kita bangun dalam sebuah wadah yakni bangunan *Creative Hub*.

Creative Hub akan lebih fokus pada beberapa subsektor prioritas di daerahnya masing-masing, seperti Bandung dengan subsektor prioritasnya yakni subsektor kuliner, subsektor periklanan, subsektor desain produk, subsektor fashion, subsektor kriya, subsektor film animasi dan video, subsektor aplikasi dan game, subsektor fotografi, subsektor televisi dan radio, dan subsektor percetakan. Merujuk dari hal tersebut, tentu kota Padang panjang akan memfokuskan subsektor agar menjadi identitas bagi kota tersebut. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Padang panjang dan PDRB kota padang panjang, maka disimpulkan bahwa *Creative Hub* yang akan di rancang pada kota Padang Panjang akan berfokus pada Subsector Pertunjukan dan Musik. Hal ini juga diperkuat melalui data wawancara dengan ketua FORKRAF, Ridwansyah, S.E., (2021) dan juga wawancara dengan para penggiat seni/ pelaku UMKM di Kota Padang panjang. Data serta argument ini juga bertopang pada elemen pendukung yang cukup kuat dalam pembentuk ekosistem di Padang panjang, yakni lembaga pendidikan Institut Seni Indonesia (ISI) Padang panjang.

Dalam hal ini, guna membangun ekosistem kreatif, maka dibutuhkan pendekatan behavior. Dengan pendekatan ini mampu menunjang penulis dalam mahami pengguna untuk memecahkan persoalan yang berkaitan dengan kebutuhan sarana, zonasi ruang/ layouting ruang. Pendekatan ini juga mampu mengembangkan cerita yang akan menjadikan visual dan kesan ruang yang memiliki karakter khas. Sehingga dapat terwujudnya masyarakat yang mampu meningkatkan nilai ekonomi pada sector industry kreatif. Dengan demikian akan mendorong terciptanya ekosistem yang menunjang Padang Panjang menuju kota kreatif. Dan hal ini akan dirangkum dalam sebuah tema yang berjudul Alam Takambang Jadi Guru.

Salah satu pengaplikasiannya akan diterapkan melalui pola lantai yang dinamis, menyesuaikan dengan bentuk aktifitas dan hubungan antar area/ ruang.

1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi melalui tinjauan pada beberapa *Creative Hub* :

1. Kota Padang panjang membutuhkan fasilitas yang mampu menjadi faktor pendukung dan pendamping dalam proses pengembangan SDM Kreatif menuju kota kreatif.
2. Perlu memberikan kesan ruang dan visual yang mampu menggambarkan kekhasan di Kota Padang panjang.

3. Perlu adanya sarana dan pembagian layoting yang responsif terhadap kegiatan dan area zoning pengguna *Creative hub*.

1.3 Rumusan Masaalah

1. Fasilitas seperti apa yang mampu menjadi faktor pendukung dan pendamping dalam proses pengembangan SDM Kreatif menuju kota kreatif?
2. Bagaimana mengaplikasikan kesan ruang dan visual yang mampu menggambarkan kekhasan kota Padang panjang?
3. Apa sarana dan bagaimana pembagian layoting yang responsif terhadap kegiatan dan area zoning pengguna *Creative hub*?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

a. Tujuan umum

Dengan adanya *Creative Hub* di kota Padang panjang, diharapkan akan mendorong Kota Padang panjang menjadi salah satu kota kreatif di Indonesia yang memiliki karakter yang khas sehingga menjadi daya tarik dalam sektor industri kreatif.

b. Tujuan khusus

- Menciptakan fasilitas yang mampu mendorong kota Padang panjang menuju kota kreatif, sehingga masyarakat dapat mengembangkan ide dan gagasan, dengan harapan ide dan gagasan yang terealisasi dapat berimbas dan membantu UMKM lainnya yang terdapat di Padang panjang.
- Memberikan kesan ruang dan visual yang mampu menggambarkan kekhasan di Kota padang panjang.
- Menciptakan ruang yang mampu membuat pengunjung terasa nyaman untuk melakukan hal produktif di area *Creative hub*.

1.4.2 Sasaran Perancangan

- a. Merancang interior *Creative hub* Kota Padang panjang dengan kebutuhan ruang yang mencukupi terkait aktivitas pengguna dan zonasi ruang yang dapat membuat pengguna terintegrasi dengan baik.
- b. Merancang interior *Creative hub* Kota Padang panjang dengan konsep desain dan pencapaian suasana yang mencerminkan kekhasan kota Padang panjang.

1.5 Batasan Perancangan

Ada beberapa batasan yang harus diperhatikan dalam melakukan perancangan. Batasan ini didasari oleh beberapa aturan dan kebijakan, standar peraturan pemerintah, serta bidang ilmu yang dipelajari. Batasan-batasan tersebut adalah :

1.5.1 Objek

Objek yang dirancang adalah Padang panjang *Creative hub* yaitu sebuah tempat berkumpulnya orang-orang kreatif untuk berdiskusi/ belajar, menyalurkan ide kreatifnya, berkolaborasi, mengembangkan jaringan relasinya dalam dunia kreatif dan wirausaha.

1.5.2 Pencapaian Luasan Minimal

Perancangan Padang panjang *Creative hub* ini memiliki total luasan kurang lebih 5800 m² dengan kondisi 2 lantai. Setiap lantainya memiliki luasan 2.900 m²

1.5.3 Lokasi

Lokasi perancangan berada pada Jalan Sudirman, Balai-Balai, Padang panjang Barat, Kota Padang panjang, Sumatra Barat. Ruang lingkup perancangan desain mengambil denah perancangan yang di dapat dari ketua FORKRAF, uncu Ridwansyah, S.E.

1.5.4 Pengguna

Padang panjang *Creative hub* akan mewadahi kegiatan industri kreatif di Kota Padang panjang khususnya sub sector, Pertunjukan dan Musik. Focus utama subsector ini dikerucutkan melalui top potensi sector yang diperoleh dari data Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Padang panjang dan PDRB Kota Padang panjang, kemudian diperkuat melalui hasil wawancara dengan ketua FORKRAF.

Untuk penggunaannya sendiri dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Pengelola

- Staff pengurus FORKRAF
- Staff pengurus gedung
- Cleaning servis/ OB

2. Pengguna utama

Pengguna utama adalah pengguna yang telah menjadi Rekan Kerja Padang panjang *Creative hub*. Rekan kerja tersebut dapat menggunakan ruang-ruang tertentu secara rutin untuk mengadakan suatu acara yang berkaitan dengan Industri Kreatif ataupun untuk bekerja. Dalam hal ini yakni UMKM, Komunitas/ Sanggar seni.

3. Pengguna umum

Pengguna umum adalah pengguna yang hanya dapat menggunakan fasilitas Padang panjang *Creative hub* yang terbuka untuk umum ataupun fasilitas khusus yang dapat digunakan saat mengikuti kegiatan tertentu (seperti peserta seminar, peserta pelatihan, dan lain lain)

- Freelancer
- Mahasiswa/Pelajar
- Masyarakat Umum
- Wisatawan

Dikarenakan keterbatasan informasi dan pendatan yang tertulis oleh pihak resmi dan berwenang, maka analisis pengguna utama terkait aktivitas dan event, menyesuaikan dengan data yang ada pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Padang panjang dan PDRB Kota Padang panjang, kemudian diperkuat melalui hasil wawancara dengan ketua FORKRAF. Kemudian untuk detail aktivitas dan event akan di perinci dengan wawancara ke beberapa sangar yang terdata sebagai sampel.

1.5.5 Batasan organisasi ruang

Desain bangunan terkait utilitas tidak bisa di ganggu. Dan fokus perancangan Padang panjang *Creative hub* ini adalah sub sector yang telah dikerucutkan, yakni sub sektor pertunjukan tari dan teater dan sub sektor musik.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Manfaat bagi Pemerintah

Melalui perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah dalam memicu perkembangan kota Padang panjang menjadi salah satu kota kreatif di Indonesia.

1.6.2 Manfaat bagi Masyarakat Sekitar

Proyek perancangan ini diharapkan mampu membantu memutar roda ekonomi masyarakat melalui wisatawan yang berkunjung dan mampu menunjang kinerja para penggunanya, terkhusus dalam sub sector pertunjukan dan musik.

1.6.3 Manfaat bagi Instansi Pendidikan dan Keilmuan Interior

Dengan harapan melalui hasil dari perancangan ini, dapat menjadi tambahan pustaka institusi dan sumber literasi bagi bidang keilmu interior terkhusus pada proyek perancangan gedung Creative Hub dengan pendekatan behavior/ perilaku pengguna sesuai dengan aktivitas dan kebutuhannya berdasarkan perbedaan bidang pekerjaan dan aktivitas para pelaku kreatif.

1.7 Metode perancangan

1.7.1 Isu dan Fenomena

Perancangan ini dipilih berdasarkan fakta yang sedang terjadi dan dialami oleh seluruh masyarakat. Objek perancangan ini juga didukung dengan isu-isu yang menyangkut ekonomi dan pembangunan nasional pada wilayah perancangan. Fenomena dan isu inilah yang mendasari pemilihan objek tersebut menjadi sebuah topik perancangan.

1.7.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi studi banding langsung dan wawancara sebagai data primer, serta fakta dan fenomena yang ada di lapangan, dan dilengkapi dengan studi literatur sebagai data sekunder.

A. Observasi

Pengumpulan data melalui metode observasi dilakukan dengan survei lapangan, dengan mengamati aktivitas dan keseharian yang terjadi di lokasi-lokasi yang dapat memberi informasi yang relevan dengan kebutuhan data perancangan, untuk kemudian dianalisis dan dilakukan pengumpulan data.

B. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada beberapa pihak yang dapat memberikan informasi yang relevan untuk proses perancangan. Dalam perancangan ini, wawancara dilakukan kepada pihak pemerintah, yakni Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata, Badan Pusat Statistik Kota Padang panjang, dinas Perdagangan Koperasi Usaha kecil dan Menengah Kota Padang panjang serta kepada pengurus Forum Kota Kreatif (FORKRAF) sebagai yang berwenang dalam menentukan arah dari proses kota Padang panjang menuju kota kreatif. Dan beberapa sampel pelaku UMKM dan komunitas/ sanggar.

C. Studi Literatur

Studi Literatur didapat dan dianalisis dengan beberapa variable, diantaranya :

- Pengumpulan data melalui studi pustaka dengan beberapa medium, seperti buku, jurnal, dan tugas-tugas akhir dari berbagai program studi dengan topik yang memiliki relevansi dengan perancangan ini.
- Pengumpulan data melalui studi banding dengan tipologi serupa, yaitu beberapa Creative Hub lainnya. Studi banding yang dipilih adalah *Creative hub* yang sudah memenuhi standarisasi yang ada dan memiliki beberapa aspek yang sama dengan perancangan ini.
- Mengumpulkan data dari studi preseden dengan kriteria diantaranya memiliki tipologi

serupa, dan konsep dasar perancangan yang memiliki kesamaan.

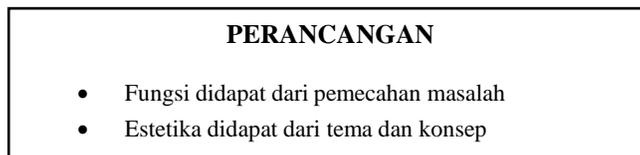
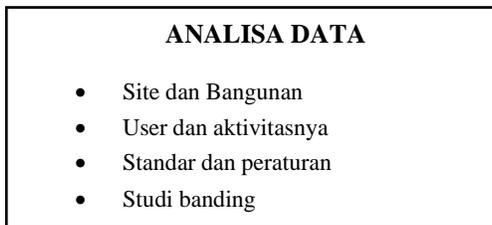
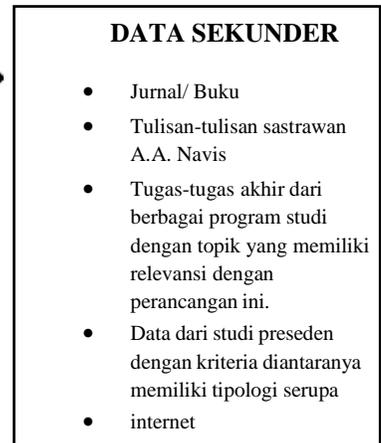
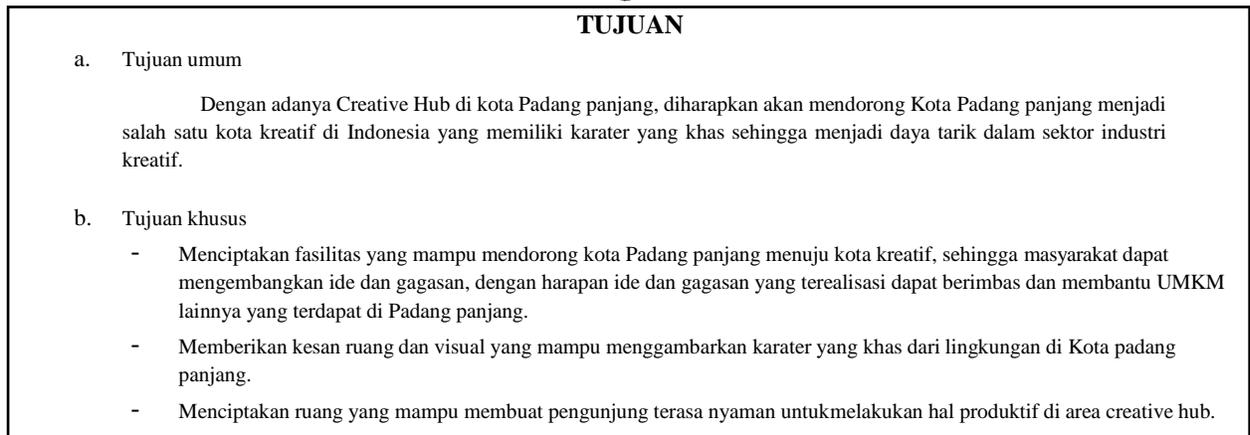
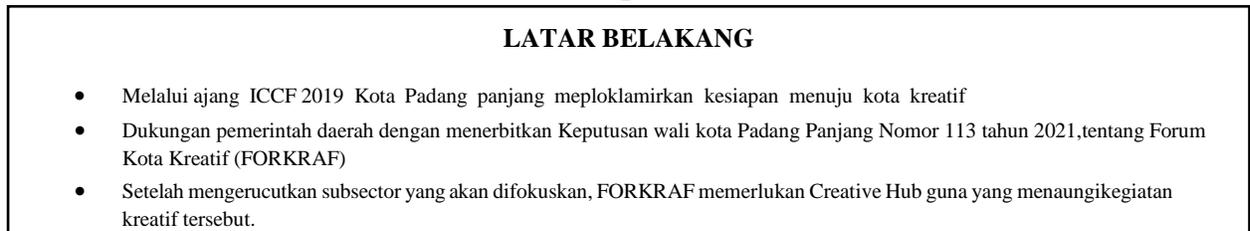
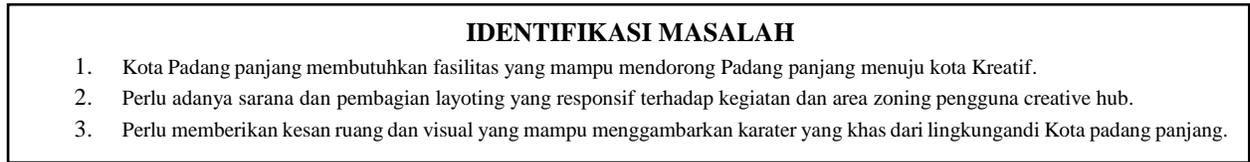
1.7.3 Analisa Data

Analisa data dilakukan setelah semua data yang diperoleh terkumpul. Tujuan dari menganalisa data adalah membuat data yang akan dipilih menjadi lebih terarah dan fokus pada batasan-batasan perancangan.

1.7.4 Sintesis

Sintesis dilakukan setelah hasil dari data analisis disatukan dengan data konsep awal perancangan. Data sintesis akan menghasilkan suatu programming dari desain terpilih. Programming terdiri dari kebutuhan ruang, zoning, blocking, tema, konsep, hingga hubungan antar ruang.

1.8 Kerangka Berpikir



1.9 Sistematika Penulisan

1.9.1 BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, sistematika penulisan dan metode pengumpulan data.

1.9.2 BAB 2 : KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini mengkaji terkait objek yang akan dirancang yaitu Padang panjang *Creative hub*, seperti definisi creative city, industry kreatif, creative hub, jenis-jenis creative hub, potensi kota Padang Panjang, standarisasi ruang yang ada pada creative hub dan hasil komparasi dari standarisasi serta studi literatur.

1.9.3 BAB 3 : ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan memaparkan data-data yang digunakan dalam perancangan, bagaimana analisis studi banding, penganalisisan kebutuhan terhadap data yang didapat dilapangan guna diterapkan pada project creative hub ini.

1.9.4 BAB 4 : KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR

Pada bab ini akan menjelaskan tentang pendekatan yang dilakukan, tema dan konsep perancangan yang akan diangkat dan hasil dari perancangan.

1.9.5 BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan rangkuman hasil menyimpulkan dari pengalaman dan pelajaran apa saja yang penulis dapatkan selama proses perancangan. Sehingga dapat dijadikan sebuah informasi tentang hal apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum melakukan perancangan sebuah creative hub.

1.9.6 DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang daftar sumber literatur yang mendukung proses perancangan sebuah Padang Panjang Creative hub.

1.9.7 LAMPIRAN