

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini terus menghadirkan inovasi-inovasi baru, terutama penggunaan konsep ekonomi kreatif dimana penopang utama dalam konsep ini adalah informasi dan kreativitas yang dihasilkan oleh sumber daya manusia (SDM). Konsep ini secara umum akan terwujud dan didukung oleh adanya industri kreatif. Era kreatif ditandai dengan tumbuhnya industri kreatif yang menggunakan ide dan keterampilan individu sebagai modal utamanya, sehingga tidak lagi sepenuhnya bergantung pada modal besar dan mesin produksi. Menurut John Howkins dalam bukunya "*The Creative Economy*" (2001), orang-orang yang memiliki ide akan lebih kuat dibandingkan orang-orang yang bekerja dengan mesin produksi atau bahkan pemilik mesin itu sendiri.

Arus ekonomi kreatif juga sedang melanda Indonesia. Menurut Sutriyanti (2017), Ekonomi kreatif diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek seperti: (1) pertumbuhan ekonomi pasca krisis relatif lambat (hanya 4,5% per tahun), (2) masih tingginya tingkat pengangguran (9,10%), (3) tingginya tingkat kemiskinan (16,17%), dan (4) daya saing industri Indonesia rendah.

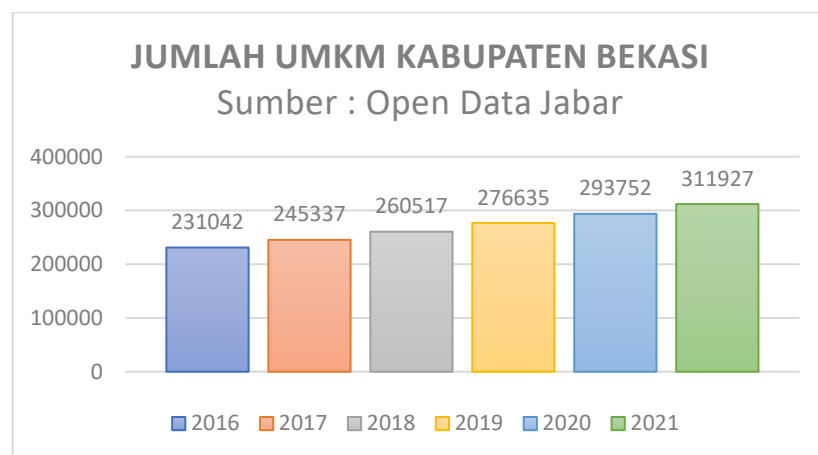
Kementerian Perdagangan Indonesia mengatakan ekonomi kreatif adalah industri yang berakar pada penggunaan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menciptakan dan memanfaatkan daya kreativitas dan daya cipta individu. Industri kreatif itu sendiri didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) menetapkan ada 16 sub sektor industri kreatif yang meliputi arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, aplikasi dan *game developer*, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio.

Ada tujuh isu strategis yang menjadi potensi maupun tantangan yang perlu mendapatkan perhatian para pemangku kepentingan dalam pengembangan industri kreatif mendatang. Tujuh isu strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif tersebut meliputi: (1) Ketersediaan sumber kreatif (Orang Kreatif - OK) yang profesional dan kompetitif; (2) Ketersediaan sumber daya alam yang berkualitas, beragam, dan kompetitif; dan sumber daya budaya yang dapat diakses secara mudah; (3) Industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam; (4) Ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses dan kompetitif; (5) Perluasan pasar bagi karya kreatif; (6) Ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif; (7) Kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

Untuk mengembangkan industri kreatif ini, pemerintah telah melakukan kajian awal untuk memetakan kontribusi ekonomi dari industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif, dimana ekonomi kreatif ini menjadikan kreativitas sebagai daya saing untuk menjadikan negara kita maju di bidang perekonomian. Untuk mengembangkan kreativitas suatu kota, menurut Charles Landry dan Jonathan Hyams (2000) ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan untuk mengukur bagaimana sebuah kota termasuk dalam kategori kota kreatif, di antaranya adalah dengan adanya spot-spot kreatif di berbagai sudut kota dan kebijakan pemerintah yang memberi ruang bagi terbukanya kemudahan dalam mengembangkan berbagai industri kreatif.

Kota Cikarang memiliki lebih dari 2.000 industri nasional dan multi nasional. Hal ini merupakan potensi bagi perkembangan perekonomian di Kota Cikarang. Oleh karena itu dalam pengembangan potensi tersebut perlu dioptimalkan dan digali untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Perkembangan tersebut tentu saja akan lebih baik dengan adanya dukungan dari pemerintah Kota Cikarang dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan seperti pusat industri kreatif sebagai penunjang kegiatan industri yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produk yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional.

Di Kota Cikarang pelaku ekonomi kreatif selalu meningkat setiap tahunnya namun kebanyakan mengalami kesulitan dalam hal mengembangkan industri, produksi dan pemasaran produknya dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pendanaan. Kendati pemerintah secara nyata telah memberikan dukungan terhadap perkembangan sektor ekonomi kreatif dan UMKM di Kota Cikarang, Salah satunya dengan mengadakan pekan kreativitas dan UMKM setiap tahun, sepertinya hal tersebut belum mampu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Cikarang. Maka dari itu diperlukan kontribusi yang lebih optimal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Kota Cikarang dalam bidang industri kreatif tersebut.



Gambar 1.1 Diagram Jumlah UMKM Kabupaten Bekasi  
Sumber : BPS Kabupaten Bekasi, 2022

Industri kreatif dapat menciptakan nilai tambah dengan basis pengetahuan, melalui ide kreatif yang diwujudkan menjadi karya kreatif yang bermanfaat dan memiliki pasarnya. Karya kreatif dapat mengangkat bangsa Indonesia ke luar dan menumbuhkan rasa bangga terhadap tanah air, seperti penggunaan batik dan tenun saat ini. Selain itu, kreativitas dan inovasi juga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif.

Untuk mendukung perkembangan industri kreatif di Kota Cikarang, perlu adanya sebuah wadah, untuk tempat berkumpul bagi para pelaku industri kreatif maupun masyarakat di Kota Cikarang. Selain sebagai tempat berkumpul para pelaku industri kreatif dan masyarakat, tempat ini juga dapat dijadikan sebagai tempat bersinergi berbagai *stakeholder* atau pemangku kepentingan termasuk

pemerintah, akademisi, penyedia modal, asosiasi pengusaha, dan para pelaku industri kreatif untuk mendukung pengembangan industri kreatif di Kota Cikarang.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat kebutuhan akan pusat kreativitas, atau *creative hub*, di Kabupaten Bekasi khususnya Kota Cikarang untuk memfasilitasi pelaku industri ekonomi kreatif sehingga mereka dapat belajar dan mengembangkan kreativitasnya serta mendapat dukungan dalam memasarkan produk-produk kreatif yang mereka hasilkan. *Creative hub* merupakan sebuah tempat untuk mewadahi masyarakat mengembangkan kreatifitas dan inovasi melalui berbagai kegiatan. Dengan adanya *creative hub* di Kota Cikarang ini diharapkan jumlah inovator dan creator di Kota Cikarang mengalami peningkatan sehingga dapat menyokong perekonomian masyarakat dan mendukung penyerapan tenaga kerja setempat. *Creative hub* di Kota Cikarang yang diusulkan dalam Tugas Akhir ini didesain melalui pendekatan arsitektur kontemporer. Arsitektur kontemporer itu sendiri memiliki arti waktu yang berubah-ubah, atau dengan kata lain desain itu bersifat kini (*present*) atau sedang digemari.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang Cikarang *Creative Hub* sebagai tempat yang dapat mewadahi pelaku industri kreatif maupun masyarakat di Kabupaten Bekasi?
2. Bagaimana merancang Cikarang *Creative Hub* dengan pendekatan arsitektur kontemporer?

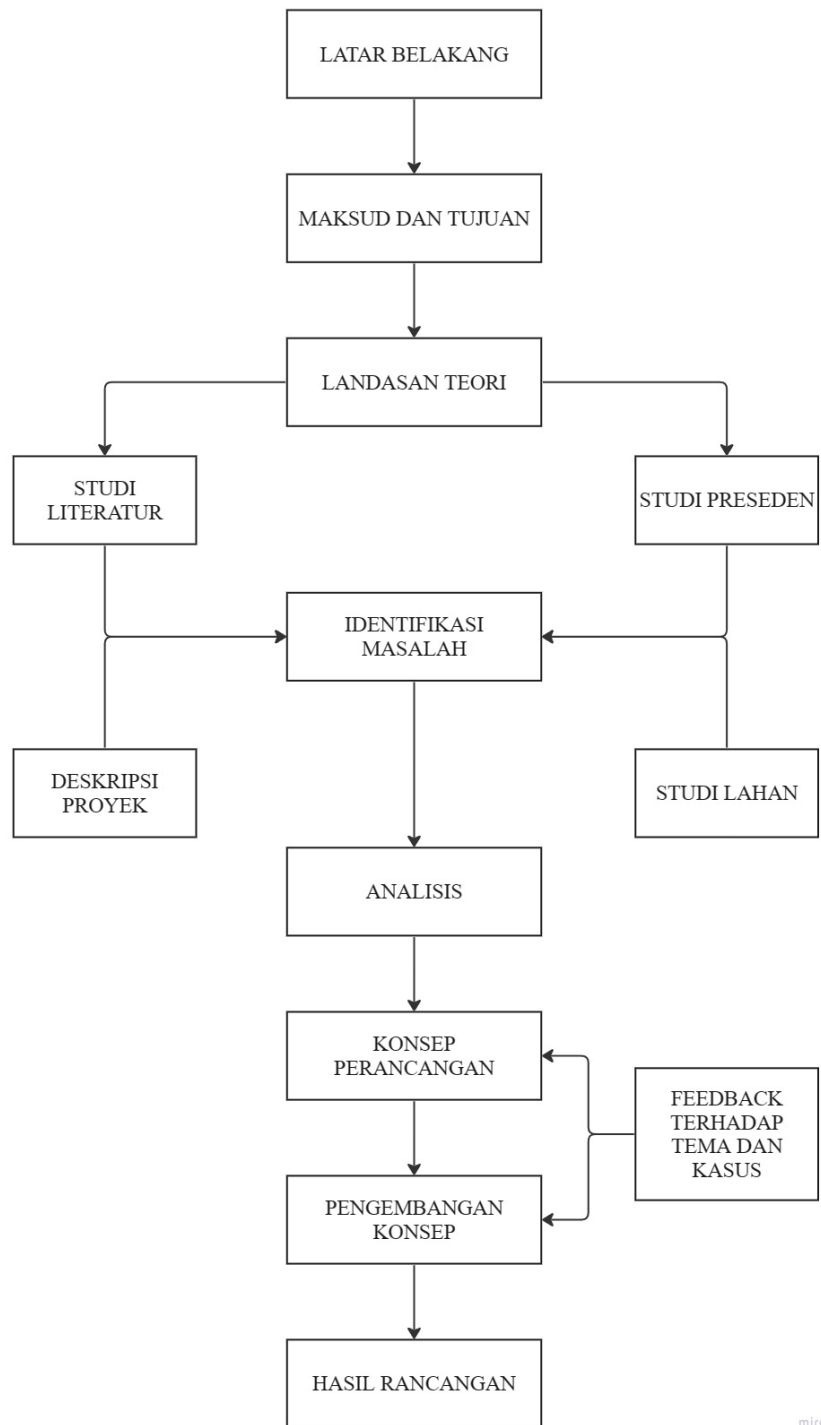
## 1.3 Tujuan Perancangan

Tugas Akhir ini dibuat untuk merancang Cikarang *Creative Hub* dengan pendekatan arsitektur kontemporer secara sistematis, logis, kritis dan kreatif berdasarkan data dan informasi yang akurat serta didukung analisis yang tepat. Tujuan perancangan Cikarang *Creative Hub* dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan fasilitas yang mampu mewadahi segala kebutuhan pelaku industri kreatif maupun masyarakat sekitar untuk mengembangkan dirinya dalam bidang industri kreatif;

2. Menghasilkan rancangan Cikarang *Creative Hub* dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

#### 1.4 Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Diagram Kerangka Berpikir  
Sumber: Pribadi, 2023

## 1.5 Sistematika Penulisan

Laporan perancangan “Cikarang *Creative Hub* dengan Pendekatan Arsitektur Kontemporer” ini terdiri dari 6 (enam) bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN.** Bab ini berisikan latar belakang, tujuan dan sasaran, manfaat, metode penulisan dan kerangka bahasan yang mengungkapkan permasalahan secara garis besar.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA.** Bab ini berisikan studi literatur yang memuat pengertian *creative hub*, industri kreatif, jenis industri kreatif, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan judul *Cikarang Creative Hub* dengan Pendekatan Arsitektur Kontemporer yang selanjutnya dapat dijadikan standar atau rujukan dalam bab selanjutnya.

**BAB III ANALISIS PERANCANGAN.** Bab ini berisikan kajian/analisa perancangan yang pada dasarnya berkaitan dengan pendekatan terdiri dari analisis lokasi perancangan, analisis tapak, serta analisis fungsional.

**BAB IV KONSEP PERANCANGAN.** Bab ini berisikan perumusan dari kajian atau analisa yang disusun dari dasar pendekatan pada bab yang sebelumnya berupa program ruang dan konsep perancangan.

**BAB V HASIL PERANCANGAN.** Bab ini berisikan hasil rancangan bangunan Cikarang *Creative Hub*.

**BAB VI PENUTUP.** Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari Perancangan Cikarang *Creative Hub* dengan Pendekatan Arsitektur Kontemporer.