

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Creative Hub merupakan sebuah fasilitas ruang publik berupa pusat kreatif yang disediakan untuk memfasilitasi para pelaku usaha kreatif baik individu maupun komunitas dalam bidang sub-sektor ekonomi kreatif, budaya hingga teknologi untuk mengembangkan dan mewadahi ide – idenya sehingga dapat memberikan dampak positif seperti memajukan ekonomi di daerah *creative hub* itu berdiri (Matheson, J., Easso, G., 2015). Saat ini pemerintah sedang gencar membangun *creative hub* di berbagai daerah sebagai bentuk dukungan untuk terus mendorong sektor ekonomi kreatif agar dapat menjadi pilar masa depan ekonomi Indonesia (Kemenparekraf, 2021). Salah satunya adalah kota Semarang yang menjadi peringkat kedua tertinggi di Jawa Tengah sebagai penyumbang jumlah pelaku usaha kreatif sebesar 10,38% (Kemenparekraf, 2020).

Menurut hasil tinjauan data yang dilakukan oleh Data Semarang Kota, daerah Kota Semarang memiliki banyak potensi dan perkembangan dalam sektor ekonomi kreatifnya. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan yang ditinjau dari tahun 2018-2021 dimana sektor ekonomi kreatif mengalami kenaikan dari jumlah awal pada tahun 2018 sebesar 2,790 unit lalu naik menjadi 3,423 unit di tahun 2021. Jika merujuk pada data Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2023 jumlah pelaku UMKM sebesar 11,912 unit dan menempati peringkat empat sebagai sebaran pelaku usaha terbanyak di Jawa Tengah. Usaha dengan kategori sebaran terbanyak diisi oleh industri pengolahan yang meliputi kuliner, kriya dan *fashion*.

Dengan banyaknya potensi dan perkembangan yang ada dalam sektor Industri Kreatif di kota Semarang, masih banyak pelaku Ekraf yang tidak memiliki wadah atau panggung untuk mengembangkan bakat kreatifnya. Hal tersebut terjadi karena salah satu faktornya adalah belum adanya ruang publik yang sesuai standar di Kota Semarang untuk dapat mewadahi seluruh kegiatan para pelaku Ekraf dalam skala besar. Dari hasil pengumpulan data studi banding yang dimiliki saat ini, *creative hub* yang sudah ada di kabupaten Sumedang, kota Bandung dan kota Malang masih belum terolah dengan baik. Ditemukan interior pada beberapa ruangnya yang terlihat kurang diolah karena hanya menampilkan dasar dinding putih polos tanpa elemen pengisi ruang untuk

menunjang kegiatan didalamnya. Ditemukan juga beberapa ruangan yang tidak sesuai dengan fungsi yang ditetapkan, seperti ruang tari yang dibiarkan kosong dan tidak dilengkapi fasilitas pendukung seperti penyimpanan barang atau cermin. Lalu dari segi standar ruang, salah satunya ialah terdapat ruang kerja yang ditempatkan di area dengan intensitas kebisingan yang tinggi sehingga dapat menyebabkan terhambatnya aktivitas pengguna

Berdasarkan uraian diatas salah satu usaha dalam menanggulangi fenomena dan permasalahan yang ada tersebut maka dibuatlah landasan Perencanaan dan Perancangan Interior Semarang *Creative Hub* dengan tujuan untuk membuat masyarakat merasa terapresiasi dan dapat membantu perekonomian di Semarang dan Indonesia menjadi semakin meningkat. Perancangan akan memperhatikan fungsi utama dan fungsi pendukung yang mengacu pada jumlah pelaku usaha terbanyak. Dimana 3 peringkat sektor teratas akan menjadi fungsi utama dan sektor lainnya akan menjadi fungsi pendukung. Dengan adanya landasan tersebut diharapkan fasilitas publik berupa *creative hub* bisa dapat menjadi wadah bagi para pelaku usaha serta dapat menunjang kebutuhannya secara maksimal. Tentunya kondisi ini akan memberikan dampak penting bagi peradaban umat manusia dalam bidang ekonomi.

1.2 Identifikasi Masalah

Dilatarbelakangi dari hasil wawancara yang dilakukan kepada UMKM yang mencakup 3 sub-sektor dengan jumlah pelaku usaha terbanyak di kota Semarang seperti sektor kuliner, kriya (kayu dan kulit), serta *fashion*. Didapatkan kesimpulan permasalahan bahwa UMKM dari ketiga sektor tersebut memerlukan fasilitas untuk pengembangan produk dalam segi pemasaran serta tempat untuk memamerkan produk dan mewadahi proses jual beli agar masyarakat dapat melihat langsung kualitas dan keindahan produk yang dihasilkan oleh para pelaku usahanya. Sementara itu *Creative Hub* yang sebelumnya sudah berdiri di kota Semarang belum memenuhi kebutuhan tersebut serta lokasi site yang kurang mendukung untuk proses jual beli membuat perancangan baru perlu dilakukan dengan elemen desain seperti berikut:

a. Umum

- Tema umum: Perancangan Semarang *Creative Hub* ini diharapkan dapat menghasilkan lingkungan yang mendukung para pelaku ekonomi kreatif untuk

bisa mengembangkan kemampuannya di berbagai bidang kreatif yang terdapat di daerah tersebut.

- Suasana yang diharapkan: Penerapan fungsi dan visual ruang yang mampu meningkatkan proses kegiatan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM di kota Semarang.

b. Organisasi Ruang dan Layout

- Penataan ruang dan Fasilitas: Perancangan *creative hub* yang memperhatikan fungsi utama dan fungsi pendukung agar lebih sesuai dengan kebutuhan para pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang.
- Sirkulasi: Sirkulasi diharapkan dapat memperhatikan berbagai alur kegiatan yang dilakukan pada *creative hub*.
- Hubungan antar ruang: Hubungan antar ruang diharapkan dapat memperhatikan aspek jenis kegiatan, pengguna, dan kebutuhan ruang pada setiap bidang ekonomi kreatif yang berlaku di Semarang *Creative Hub*.

c. Persyaratan Umum Ruang

- Pencahayaan: Pencahayaan diharapkan dapat memaksimalkan cahaya alami dari luar bangunan untuk memberikan kesan ruang terbuka namun tetap memperhatikan fungsi dari setiap ruangan.
- Penghawaan: Penghawaan perlu memperhatikan kenyamanan thermal pada setiap ruangnya dikarenakan lokasi bangunan yang berada di daerah dengan suhu tinggi.
- Akustik: Penerapan elemen akustik pada ruangan dengan memperhatikan jenis kegiatan yang dilakukan pada setiap ruangnya.
- Keamanan: Penerapan sistem keamanan melalui pertimbangan untuk memberikan rasa aman kepada pengguna di *creative hub*.
- Sign System: Signed di desain dan diterapkan pada *creative hub* diharapkan untuk bisa memberikan informasi serta mempermudah pengguna dalam melakukan aktifitasnya.

d. Konsep Visual

- Konsep Warna: Konsep warna yang diterapkan akan memperhatikan setiap jenis kegiatan yang dilakukan pada setiap ruang agar dapat menstimulasi mood penggunanya.

- Konsep Bentuk: Konsep bentuk dikaitkan dengan unsur lokalitas Semarang sehingga perancangan diharapkan dapat menjadi media untuk melestarikan budaya daerah.
- Konsep Material: Penerapan konsep material berkaitan dengan unsur lokalitas Semarang namun tetap memperhatikan kegiatan penggunaannya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang ada pada perancangan ini ialah:

- a. Bagaimana perencanaan dan perancangan interior Semarang *Creative Hub* yang dapat memenuhi kebutuhan ruang sesuai dengan sub-sektor ekonomi kreatif yang berlaku?
- b. Bagaimana perencanaan dan perancangan interior yang dapat yang mendukung para pelaku ekonomi kreatif untuk bisa mengembangkan kemampuannya dalam menunjang kebutuhan usahanya?
- c. Bagaimana mewujudkan perencanaan dan perancangan interior Semarang *Creative Hub* sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang?
- d. Bagaimana penerapan desain interior yang dapat menstimulasi kreativitas bagi para pelaku ekonomi kreatif?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan

Tujuan dilakukannya perancangan baru Semarang *Creative Hub* adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan fasilitas untuk mewadahi para pelaku ekonomi kreatif agar dapat mengembangkan usahanya sehingga dapat mendorong perekonomian di kota Semarang.
- b. Menciptakan ruangan di *Creative Hub* yang memperhatikan fungsi utama dan pendukungnya agar dapat menunjang kegiatan dan kebutuhan penggunaannya dengan baik.
- c. Menciptakan fasilitas ruang yang didasari oleh kebutuhan para pelaku UMKM di daerah tersebut agar kelak bangunan dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat di kota Semarang.

1.4.2 Sasaran

Sasaran dari perencanaan dan perancangan interior Semarang Creative Hub adalah sebagai berikut:

- a. Memfasilitasi para pelaku usaha kreatif dalam sektor kuliner, kriya dan fashion untuk mengembangkan usahanya.
- b. Merencanakan dan merancang fasilitas ruang secara tepat dan sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam sektor ekonomi kreatif di kota Semarang.
- c. Merencanakan dan merancang interior Semarang *Creative Hub* yang dapat menstimulasi kreativitas bagi para pelaku ekonomi kreatif agar dapat terus berkembang dan memajukan perekonomian kota Semarang.

1.5 Batasan Perancangan

Batasan perancangan pada Semarang *Creative Hub* ini dijabarkan sebagai berikut:

- a. Objek perancangan adalah Semarang *Creative Hub* yang memiliki fungsi sebagai tempat bagi para pelaku ekonomi kreatif khususnya untuk 3 sub-sektor dengan jumlah pelaku terbanyak yang meliputi sektor kuliner, kriya dan *fashion* untuk mengembangkan usahanya.
- b. Luas bangunan perancangan yang sesungguhnya adalah 3.500 m² meliputi 3 massa bangunan yang berisikan 4-5 lantai. Akan tetapi perancangan akan dibatasi menjadi 1.039 m² dengan cakupan 3 massa bangunan pada lantai 1 dan 2nya.
- c. Semarang *Creative Hub* berlokasi di Jl. MT Haryono – Jl. Patimura, Semarang Utara ini merupakan bangunan bersifat fiktif hasil karya tugas akhir Ciptety Trisya Pramesti seorang mahasiswa arsitektur Universitas Diponegoro.
- d. Perancangan ruang akan memperhatikan fungsi utama dan fungsi pendukung melalui acuan jumlah pelaku usaha sub-sektor ekonomi kreatif terbanyak di kota Semarang yang meliputi dari sektor kuliner, kriya (kayu dan kulit), serta *fashion*.

1.6 Manfaat Perancangan

a. Manfaat bagi Masyarakat / Komunitas

Lokasi Semarang Creative Hub berjarak ± 500 m dari kota Lama Semarang yang merupakan pusat wisata dan pusat kreatif. Lokasi tersebut sangat berkaitan dengan fungsi bangunan yang ditujukan untuk mewadahi para pelaku ekonomi kreatif agar

dapat mengembangkan kreativitasnya sehingga kelak dapat memberikan manfaat dalam hal meningkatkan perekonomian di Kota Semarang melalui industri kreatif.

b. Manfaat Bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan

Pembahasan mengenai teori penelitian hingga hasil desain dari perancangan interior Semarang Creative Hub ini dapat dijadikan sumber kajian studi bagi institusi. Pembahasan tersebut juga dapat menjadi bahan tinjauan bagaimana mengaplikasikan perancangan melalui pendekatan yang diterapkan.

c. Manfaat bagi Keilmuan Interior

Memberikan pemahaman seputar perancangan interior area publik untuk mewadahi para pelaku ekonomi kreatif di Semarang Creative Hub.

1.7 Metode Perancangan

Tahapan metode perancangan yang digunakan untuk perancangan Semarang Creative Hub sebagai berikut:

1.7.1 Tahap Pengumpulan Data

a. Observasi dan Studi Banding

Perancangan yang akan dilakukan merupakan perancangan baru sebuah Creative Hub yang terletak di Semarang dan bersifat fiktif. Sehingga observasi dilakukan melalui Studi Banding dengan menganalisis langsung ke Bandung Creative Hub, Sumedang Creative Center dan Malang Creative Center. Pada tahap observasi dan Studi Banding ini dapatkan hasil berupa data kebutuhan dan kualitas ruang, fasilitas yang tersedia, aktivitas pengguna, hubungan antar ruang, hingga karakter masing - masing ruangnya.

b. Wawancara

Metode yang dilakukan pada saat wawancara menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang merupakan perpaduan dari wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, sehingga pertanyaan yang ditanyakan berupa kombinasi antara pertanyaan yang sudah disiapkan dan pertanyaan spontan.

Wawancara dilakukan dua kali yaitu wawancara pada saat studi banding dan wawancara kepada para pelaku UMKM yang meliputi sektor kuliner, kriya dan fashion.

Pada saat studi banding wawancara dilakukan secara offline, dan untuk wawancara para pelaku UMKM wawancara dilakukan secara online.

Pada saat wawancara studi banding di Sumedang Creative Center didapatkan hasil wawancara bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan oleh pengelola berupa kurangnya pengunjung yang datang. Hal tersebut terjadi karena bangunan masih terbilang baru dan belum sepenuhnya rampung, sehingga fasilitas penunjang belum banyak tersedia dan ini lah yang menjadikan sedikitnya pengunjung datang ke Sumedang Creative Center. Permasalahan yang lain yaitu kurangnya signed baik diluar maupun didalam bangunan. Contohnya seperti tidak adanya tanda area parkir dan tanda yang menunjukkan dimana letak suatu ruangan itu ada sehingga membingungkan pengunjung yang datang.

Sementara untuk wawancara yang dilakukan kepada para pelaku UMKM sektor kuliner, kriya dan fashion didapatkan hasil bahwa ketiga sektor tersebut memerlukan fasilitas untuk pengembangan produk dari segi pemasaran serta tempat untuk memamerkan produk dan mewadahi proses jual beli agar masyarakat dapat melihat langsung kualitas produk yang dijual.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan pada saat observasi dan studi banding ke Bandung Creative Hub serta Sumedang Creative Hub. Hal tersebut dilakukan sebagai bahan pelengkap data agar memperkuat penelitian. Dokumentasi yang diambil meliputi data setiap ruangnya baik dari segi penataan furniture, elemen interior, aktivitas pengguna, hingga permasalahan yang ditemukan pada beberapa area.

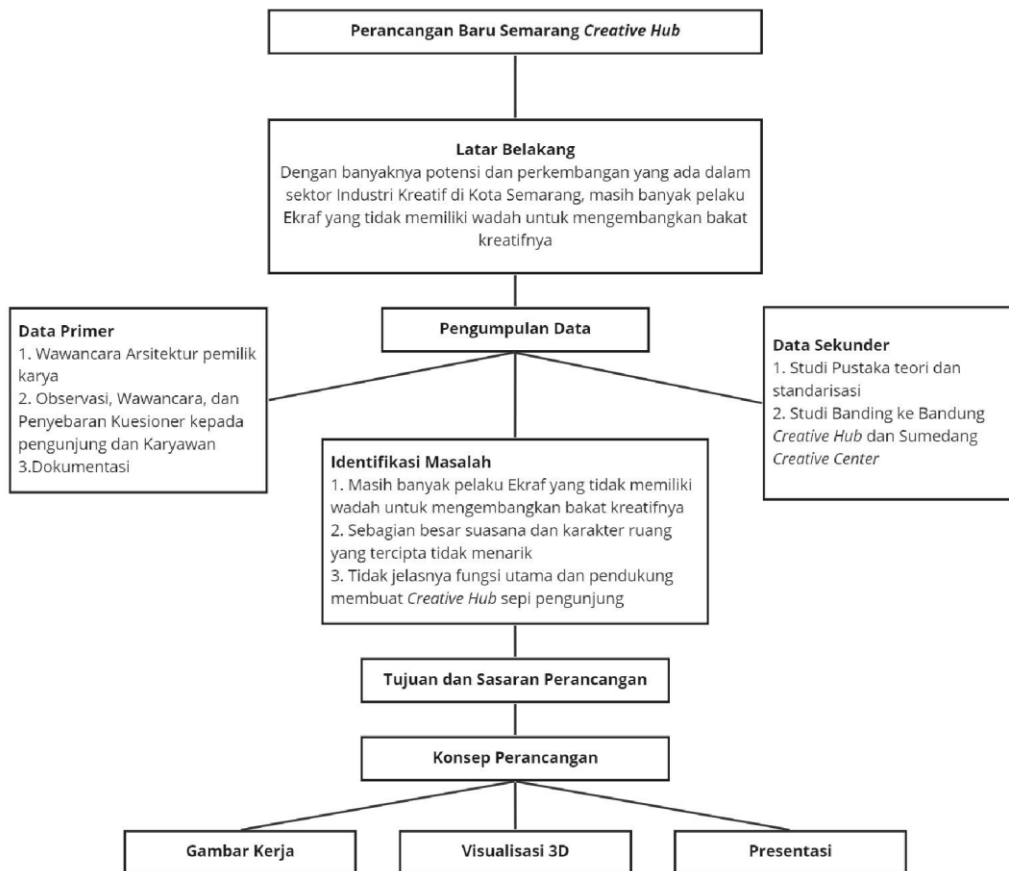
d. Studi Literatur

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi literatur yang kemudian akan dijadikan acuan dalam proses perancangan interior Semarang Creative Hub. Studi literatur yang digunakan bersumber dari buku, jurnal, dan publikasi daring dengan topik standarisasi dan topik lainnya yang dapat menunjang kebutuhan perancangan.

e. Analisa Data

Data yang sudah terkumpul dari hasil studi banding, wawancara hingga studi literatur kemudian diolah dan dianalisa agar nantinya ditemukan hal – hal berupa fakta, kebutuhan hingga permasalahan yang ada sehingga dapat dijadikan acuan untuk perancangan baru Semarang Creative Hub.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir
Sumber: Analisa Pribadi

1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada proposal ini antara lain sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi uraian-uraian latar belakang pengangkatan perancangan interior Creative Co-working Space di Bandung, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN

Berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur mulai dari kantor secara umum hingga co-working space serta kajian literatur mengenai pendekatan, analisa studi kasus bangunan sejenis, dan analisa data proyek.

BAB III: KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR

Berisi uraian-uraian tema perancangan, konsep perancangan, organisasi ruang, layout, bentuk, material, warna, pencahayaan dan penghawaan, keamanan dan akustik beserta pengaplikasiannya pada Co-working Space.

BAB IV: KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang dan elemen interior.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi tentang kesimpulan dan saran.