

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Munculnya sebuah era dimana meningkatnya kebutuhan terhadap inovasi, ketrampilan dan kreatifitas bersamaan dengan perkembangan media teknologi, informasi, dan komunikasi berdampak terhadap ekonomi negara dalam bidang industri kreatif. Indonesia tercatat mengalami peningkatan ekspor ekraf selama tahun 2010 sampai 2016, peningkatan yang di alami sejak periode 2010 sampai 2016 secara rata-rata sebesar 6.93% pertahun. Pada tahun 2015 Indonesia mulai menetapkan globalisasi atau pasar global, dan pada awal tahun 2016 berlakunya ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi sebuah peluang untuk terus meningkatnya ekraf Indonesia menjadi lebih baik.

Melihat peluang tersebut Indonesia membentuk Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tahun 2015 lalu sebagai usaha awal untuk mengembangkan perekonomian negara melalui industri kreatif. Visi dari Bekraf itu sendiri ialah untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai kekuatan ekonomi yang baru di Indonesia. Untuk mencapai tujuan dari visi tersebut, Bekraf memiliki misi membangun ekosistem ekonomi kreatif yang mampu mendorong pertumbuhan jumlah usaha ekonomi kreatif, meningkatkan nilai tambah perusahaan, serta mendorong produk kreatif Indonesia berjaya di pasar global (Indonesia K. B., 2017).

Didalam Peraturan Presiden no.72 Tahun 2015 Ekonomi kreatif dibagi menjadi 16 subsektor yaitu Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Film / Animasi / Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Fesyen, Aplikasi / Game Developer, Penerbitan, Periklanan, Televisi dan Radio, Seni pertunjukan, dan Seni Rupa (Indonesia P. R., 2015). Dari keenambelas subsektor tersebut terdapat peran penting oleh generasi muda sebagai pelaku industri kreatif di dalamnya.

Medan sebagai ibukota dari Sumatera Utara merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia yang memiliki pertumbuhan jumlah penduduk yang semakin meningkat tiap tahunnya. Tercatat 2.209.408 jumlah penduduk di Kota Medan pada tahun 2016 dan 1.562.149 dari angka tersebut merupakan penduduk usia produktif. Dari jumlah penduduk tersebut yang 70% nya merupakan penduduk usia produktif menunjukkan bahwa adanya potensi sebagai pelaku industri kreatif dari segi sumber daya manusianya. Pertumbuhan ekonomi di Kota Medan sendiri pun meningkat secara perlahan setiap tahunnya dan industri kreatif merupakan salah satu faktor yang ikut berperan dalam pertumbuhan ekonomi tersebut. Pada tahun 2016 tercatat Kota Medan memiliki 226.233 unit UMK dan 8.184 unit UMB, (Badan Pusat Statistik, 2018), namun kurangnya

wadah sebagai penunjang industri kreatif di kota medan dapat menghambat pertumbuhan industri kreatif lokal untuk menjadi lebih maksimal.

Oleh karena itu diperlukannya sebuah wadah sebagai penunjang industri kreatif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Medan. Wadah tersebut diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan industri kreatif, menciptakan lingkungan masyarakat yang kreatif, dan menginspirasi industri kreatif lokal agar dapat bersaing dalam pasar global, di mana wadah tersebut dapat dikenal dengan isitlah Medan Creative Hub.

## **1.2. Tujuan dan Sasaran**

### **1.2.1. Tujuan**

Tujuan penelitian ini ialah merancang sebuah desain wadah sebagai penunjang industri kreatif di Kota Medan. Wadah tersebut di harapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif, menghubungkan para pelaku industri kreatif dan menciptakan lingkungan masyarakat yang kreatif, dan menginspirasi industri kreatif lokal agar dapat bersaing dalam pasar global

### **1.2.2. Sasaran**

Sasaran penelitian ini ialah membentuk sebuah creative hub yang ideal sesuai dengan potensi industri kreatif di Kota Medan dan meningkatkan Ekonomi Kreatif dalam bidang Industri kreatif di Kota Medan

## **1.3. Manfaat**

Manfaat dari perancangan Creative Hub di Kota Medan adalah sebagai berikut;

1. Membuat sebuah wadah penunjang pelaku industri kreatif dimana wadah tersebut mampu mengembangkan industri kreatif di Kota Medan.
2. Meningkatkan perekonomian Kota Medan melalui Industri Kreatif.
3. Menghubungkan pelaku industri kreatif dan menciptakan lingkungan masyarakat yang kreatif.

## **1.4. Lingkup Bahasan**

Ruang lingkup perencanaan dan perancangan Medan Creative Hub yaitu menjadikan Medan Creative Hub sebagai fasilitas utama yang mampu mengembangkan industri kreatif di Kota Medan seusai dengan potensi industri kreatif yang ada.

### 1.5. Metode Pembahasan

Metode Pembahasan dalam penyusunan LP3A ini penulis menggunakan 3 metode pembahasan yaitu Metode Deskriptif, Metode Dokumentatif, dan Metode Komparatif.

- **Metode Deskriptif**, yaitu dengan melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara : studi pustaka/ studi literatur, data dari instansi terkait, wawancara dengan narasumber, observasi lapangan serta *browsing* internet.
- **Metode Dokumentatif**, yaitu mendokumentasikan data yang menjadi bahan penyusunan penulisan ini. Cara pendokumentasian data adalah dengan memperoleh gambar visual dari foto-foto yang di hasilkan.
- **Metode Komparatif**, yaitu dengan mengadakan studi banding terhadap bangunan Creative Hub yang sudah ada.

Dari data - data yang telah terkumpul, dilakukan identifikasi dan analisa untuk memperoleh gambaran yang cukup lengkap mengenai karakteristik dan kondisi yang ada, sehingga dapat tersusun suatu Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur bangunan Medan Creative Hub

### 1.6. Sistematika Pembahasan

Kerangka bahasan laporan perencanaan dan perancangan Tugas Akhir dengan judul Medan Creative Hub adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang, tujuan dan sasaran, manfaat, metode penulisan dan sistematika bahasan yang mengungkapkan permasalahan secara garis besar serta alur pikir dalam menyusun Landasan Program Perencanaan dan Perancangan (LP3A).

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Membahas mengenai literatur tentang tinjauan umum dan referensi yang terkait dengan bangunan Creative Hub yang sudah ada serta hasil studi banding yang telah dilakukan.

#### **BAB III TINJAUAN LOKASI**

Membahas tentang tinjauan Kota Medan, serta menguraikan data – data fisik dan nonfisik seperti letak geografi, luas wilayah, kondisi topografi, iklim, demografi, tinjauan umum site.

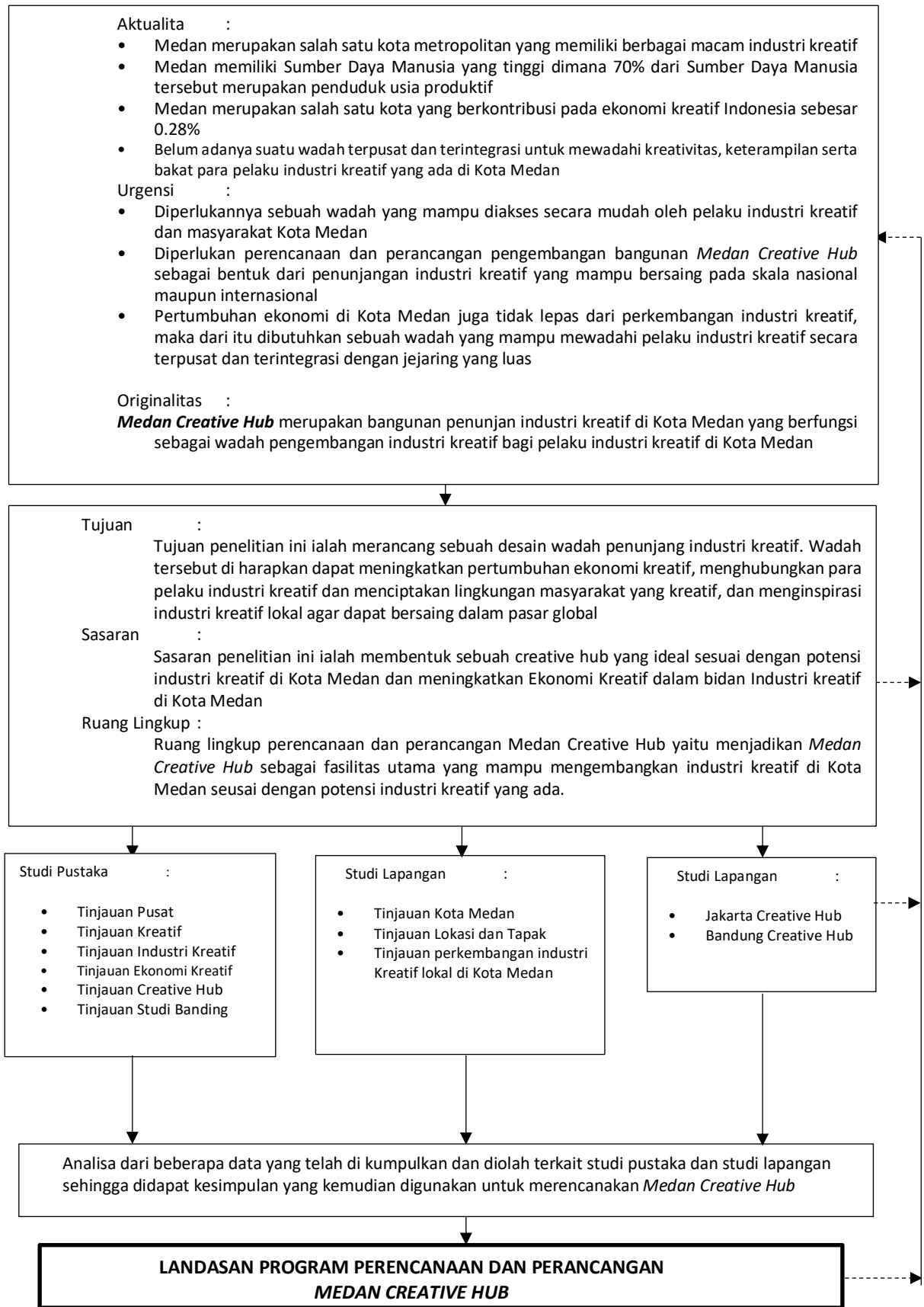
#### **BAB IV BATASAN DAN ANGGAPAN**

Membahas ruang lingkup yang berupa batasan dan anggapan pada perencanaan dan perancangan Medan Creative Hub

#### **BAB V PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

Membahas pendekatan program ruang dan besaran program ruang Medan Creative Hub

**Tabel 1.1 Alur Pikir**



**FEEDBACK**