

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Istilah ekonomi kreatif mulai terdengar luas pada tahun 2001 melalui sebuah buku berjudul *'The Creative Economy: How People Make Money from Ideas'*. Buku karya John Howkins ini terinspirasi dari keadaan ekonomi di Amerika Serikat dimana Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) menjadi komoditas ekspor nomor satu dengan nilai 414 Milliar Dollar. Seolah sebagai tren baru di awal abad ke-21, proses berpikir kreatif sebagai aset Sumber Daya Manusia (SDM) telah menghasilkan beragam ide gagasan bernilai berupa barang dan jasa dalam menjawab segudang permasalahan serta tantangan manusia modern di banyak negara, tak terkecuali di Indonesia.

Selang setahun kemudian, Kementrian Dalam Negeri Republik Indonesia melakukan studi terhadap ekonomi kreatif, dan pada tahun 2006 menempatkan ekonomi kreatif dengan 14 subsektor di peringkat 7 dari 10 sektor penyumbang PDB terbesar, dengan nilai Rp 104,638 triliun. Hasil studi yang signifikan memberikan indikasi potensi baru perekonomian Indonesia sehingga pada tahun 2008, terbitlah Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015 yang kemudian diberikan payung hukum oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dalam Instruksi Presiden RI Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Kemudian pada tahun 2015, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, Presiden Joko Widodo membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Dalam menjalankan tugasnya, Bekraf bertanggung jawab terhadap pengembangan ekonomi kreatif sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap eksploitasi sumber daya alam.

Memasuki masa kerjanya di tahun ke-5, Bekraf telah menorehkan berbagai pencapaian seperti meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif dari 922,59 T (tahun 2016) menjadi 1.009 T (tahun 2017) terhadap PDB Indonesia, menyerap tenaga kerja kreatif sebesar 4,13% pada tahun 2017, berhasil menyelenggarakan *World Conference on Creative Economy (WCCE)* di Bali, serta membangkitkan ekosistem ekonomi kreatif di berbagai daerah seperti Jakarta (Jakarta Creative Hub), Bandung (Bandung Creative Hub), dan Surabaya (GERDHU, Surabaya Creative Hub). Dengan program kerja jangka panjang dan capaian yang relatif meningkat, Bekraf baru membuka 93 formasi pada tahun 2017. Untuk mencapai kinerja yang maksimal, Bekraf harus membuka setidaknya 100 formasi tiap tahun dari total kebutuhan 540 Aparatur Sipil Negara (ASN). Selain itu, kantor Bekraf saat ini masih menempati tiga lantai di gedung Kementrian BUMN dimana sebelumnya pernah digunakan oleh Garuda Indonesia dan Danareksa sejak tahun 1986. Perbedaan visi-misi, kapasitas pekerja, pola aktivitas kerja, dan tatanan ruang dari pemerintahan pada umumnya menjadi poin-poin penting diperlukannya pembangunan infrastruktur fisik berupa Bekraf Creative Office. Sebuah kantor dengan pendekatan tatanan ruang yang kreatif, representatif, ikonik dan terintegrasi dengan Jakarta Creative Hub diharapkan dapat menunjang kinerja Bekraf dalam meregulasi, mengkolaborasikan ke-16 subsektor, serta mengembangkan perekonomian kreatif Indonesia di masa mendatang.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan creative office?
2. Bagaimana hubungan antara pola aktivitas dan kapasitas pekerja dengan tatanan ruang?
3. Bagaimana mewujudkan kantor yang representatif dan ikonik dengan visi dan misi Bekraf?
4. Integrasi seperti apakah yang akan diwujudkan dengan Jakarta Creative Hub?

## 1.3 Tujuan

1. Mengetahui pengertian kantor kreatif secara umum beserta presedennya
2. Mengamati, mengidentifikasi dan menyusun tatanan kebutuhan ruang secara kreatif agar sesuai dengan pola aktivitas dan kapasitas pekerja
3. Menggali dan merangkai ide gagasan yang dapat mewujudkan kantor yang ikonik serta representatif dengan keberadaan Bekraf di DKI Jakarta
4. Menjabarkan aktivitas dan ruang Jakarta Creative Hub yang dapat digabung dengan Bekraf Creative Office

## 1.4 Manfaat

### 1.4.1 Subjektif

Memenuhi salah satu persyaratan mata kuliah Tugas Akhir periode 146 pada Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro yang nantinya digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan proses Perencanaan dan Perancangan Desain *Bekraf Creative Office* di Provinsi DKI Jakarta.

### 1.4.2 Objektif

Perencanaan dan perancangan Bekraf Creative Office dapat memberi manfaat kepada pemerintah terkait, pekerja kreatif dan masyarakat umum sebagai berikut:

1. Memberikan ruang kerja yang representatif dengan fungsi dan pola aktivitas kepala deputy, pelaksana dan pegawai Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)
2. Meningkatkan kinerja dan capaian Bekraf terhadap perekonomian kreatif Indonesia di masa mendatang
3. Mewujudkan integrasi antara creative office sebagai badan pengelola dengan creative hub sebagai pusat kegiatan pekerja kreatif baik profesional maupun freelance
4. Memberikan edukasi dan pelayanan yang transparan kepada masyarakat umum mengenai kegiatan ekonomi kreatif dengan sarana dan prasarana yang memadai
5. Menjadi bangunan kantor ikonik yang merepresentasikan kreativitas di Provinsi DKI Jakarta

## 1.5 Ruang Lingkup

### 1.5.1 Lingkup Substansial

Perencanaan dan perancangan *Bekraf Creative Office* memperhatikan kaidah aspek arsitektural dalam menghadirkan ruang kerja yang sesuai dengan fungsi badan pengelola tingkat pusat serta selaras dengan konteksnya sebagai bangunan ikonik yang representatif bagi lingkungan sekitar.

### **1.5.2 Lingkup Spasial**

Secara administratif, perencanaan dan perancangan *Bekraf Creative Office* berada pada zona pe Kantoran di Provinsi DKI Jakarta.

## **1.6 Metode Pembahasan**

Terdapat 3 metode yang digunakan dalam penyusunan proposal *Bekraf Creative Office*, yaitu Metode Deskriptif, Metode Dokumentatif, dan Metode Komparatif

### **1.6.1 Metode Deskriptif**

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari studi pustaka mengenai tipologi objek rancangan, standar regulasi serta data-data yang diperoleh dari internet

### **1.6.2 Metode Dokumentatif**

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan atau observasi, pengambilan gambar di lapangan, dan melakukan wawancara dengan narasumber

### **1.6.3 Metode Komparatif**

Metode pengumpulan data dengan melakukan perbandingan terhadap studi pustaka, hasil wawancara dan objek studi banding guna dijadikan referensi atau acuan dalam perencanaan dan perancangan

## **1.7 Sistematika**

Sistematika pembahasan proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan pemahaman fenomena, konteks dan permasalahan yang mempengaruhi perencanaan dan perancangan objek arsitektur berjudul *Bekraf Creative Office* yang dijabarkan dalam latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup, metode dan sistematika pembahasan yang runtut.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi beragam literatur dari berbagai sumber yang memuat pengetahuan mengenai objek perancangan meliputi pengertian objek, fasilitas, dan regulasi sehingga dapat dijadikan sebuah acuan atau referensi dalam perencanaan dan perancangan.

### **BAB III DATA**

Kumpulan data yang didapatkan dengan melakukan studi dan observasi lapangan yang kemudian dijabarkan ke dalam informasi tapak eksisting, pemilihan tapak alternatif, dan tapak terpilih.

### **BAB IV PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Menguraikan hasil analisa pendekatan program perencanaan dan perancangan berdasarkan pemahaman EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiency) dan tolok ukur hemat energi dan hemat air.

## BAB V PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR BERBASIS EDGE

Menguraikan konsep dasar perencanaan seperti program ruang eksisiting, program ruang ideal, perhitungan data bangunan, penggambaran zonasi, penggambaran transformasi gubahan massa, perhitungan tolok ukur hemat energi, perhitungan tolok ukur hemat air, grafik hasil akhir penghematan energi dan air berdasarkan EDGE dan persyaratan maupun ketentuan perancangan yang akan digunakan.

### DAFTAR PUSTAKA