

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 PENGERTIAN JUDUL

Adapun judul yang saya ajukan adalah :

PERANCANGAN *CREATIVE HUB* UNTUK GENERASI MILENIAL DI LIPPO VILLAGE

Dengan pengertian atau definisi sebagai berikut :

- Perancangan
proses, cara, perbuatan merancang (Sumber: kbbsi.web.id)
- *Creative Hub*
Tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif dan berperan sebagai penghubung yang menyediakan ruang dan dukungan untuk menjalin koneksi, pengembangan bisnis dan keterlibatan masyarakat dalam sektor kreatif, budaya dan teknologi
(Sumber: Creative HubKit, 2018)
- Untuk
Kata depan untuk menyatakan bagi. (Sumber: <https://kbbsi.web.id/untuk>)
- Generasi
Sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. (Sumber: Kupperschmidt, 2000)
- Milenial
Populasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000.
(Sumber: *Generation Theory* oleh Karl Mannheim, 1923)
- Di
Kata depan untuk menandai tempat .
(Sumber: <https://kbbsi.web.id/di>)

- Lippo Village

Lippo Village adalah komunitas multiras di Tangerang, berlokasi 23 km sebelah barat Jakarta, Indonesia.

(Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Lippo_Village)

Sehingga pengertian dari “Perancangan *Creative Hub* untuk Generasi Milenial di Lippo Village” adalah sebagai berikut :

Pusat kegiatan kreatif, yaitu sebuah wadah bagi para generasi milenial untuk menjelajahi ide, mengembangkan, dan menghasilkan karya di bidang industri kreatif yang berlokasi di Lippo Village, kabupaten Tangerang.

I.2 LATAR BELAKANG

I.2.1 Keadaan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang memiliki kinerja ekonomi paling hebat. Tahun 2015 lalu, kita mencatatkan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) 4,79%, lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4%. Iklim yang positif ini tentunya menjadi momen yang tepat bagi pemerintah untuk mengokohkan fondasi perekonomian, terutama pada sektor riil. Salah satu sektor riil yang sangat layak menjadi prioritas adalah ekonomi kreatif. Presiden Joko Widodo optimistis bahwa ekonomi kreatif kelak menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Bahkan pada Oktober 2019, Jokowi mengangkat ekonomi kreatif yang semula dinaungi oleh Badan Ekonomi Kreatif menjadi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia. Karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Badan ekonomi kreatif menetapkan ada 16 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan.

Berdasarkan **Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif** yang mengatakan bahwa bahwa bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang ekonomi yang perlu didorong, diperkuat, dan dipromosikan sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Mendukung peraturan tersebut, maka diperlukan pengembangan pembangunan pusat kegiatan kreatif yang dapat menunjang kegiatan-kegiatan di bidang industri kreatif.

Creative Hub mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2017 dengan dibangunnya Jakarta Creative Hub (JCH) pada tahun 2017, setelah itu disusul oleh kota-kota lain seperti Bandung dan Sukabumi. Menurut Creative HubKit (2018), Creative Hub adalah tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif dan berperan sebagai penghubung yang menyediakan ruang dan dukungan untuk menjalin koneksi, pengembangan bisnis dan keterlibatan masyarakat dalam sektor kreatif, budaya dan teknologi.

I.2.2 Peran Banten dalam Ekonomi Kreatif

Perancangan *Creative Hub* ini rencananya akan berlokasi di Provinsi Banten. Hal tersebut mengacu pada survei yang dirilis oleh Badan Ekonomi Kreatif RI pada bulan Maret 2017 bahwa Banten menjadi salah satu daerah pengekspor ekonomi kreatif ke Amerika Serikat dan berbagai negara di Eropa serta Asia. Nilai ekspor ekonomi kreatif Provinsi Banten mencapai US\$ 3,04 miliar atau 15,66% dari total nilai ekspor ekonomi kreatif yang mencapai US\$ 19,4 miliar. Dimana nilai ekspor ekonomi kreatif menurut sub sektor fashion (56%), kriya (37%) dan kuliner (6%).

Berdasarkan prediksi bahwa pada tahun 2020-2030 akan ada bonus demografi dengan jumlah penduduk berusia 20 – 40 tahun di Banten sebanyak 4.392.793 jiwa, maka untuk mendapatkan keuntungan harus diupayakan melalui peningkatan pendidikan yang berkualitas, kemampuan kognitif, dan kecakapan hidup yang tinggi, berketerampilan teknis, produktif dan berdaya saing. Berkenaan dengan hal tersebut, Pemerintah Provinsi Banten dalam **Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2017-2022**

menetapkan prioritas pembangunan pada peningkatan sumber daya manusia khususnya peningkatan aksesibilitas dan pendidikan yang berkualitas.

Masih terkait hal tersebut, Andika Hazrumy selaku Wakil Gubernur Banten mengatakan, Pemerintah Provinsi Banten telah menetapkan Peraturan Daerah Provinsi Banten Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pembangunan Kepemudaan, dimana untuk mendukung Program Kepemudaan melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) paling sedikit 2% total APBD. Menurutnya, melalui program pembangunan kepemudaan, potensi dan peran pemuda dalam pembangunan terus ditingkatkan melalui penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan kepemudaan.

I.2.3 Pentingnya Generasi Milenial

Bonus demografi pada dasarnya tidak terlepas dari generasi milenial. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, rasio ketergantungan Indonesia tahun 2015 sebesar 49,20 secara tidak langsung memiliki makna bahwa %tase jumlah penduduk usia produktif mencapai sekitar 67,02% dari jumlah penduduk keseluruhan. Selanjutnya, jika %tase jumlah penduduk usia produktif ini dikaitkan dengan %tase generasi milenial tahun 2017 yang sebesar 33,75% dari jumlah penduduk keseluruhan. Ini berarti bahwa sumbangan generasi milenial dalam membentuk struktur jumlah penduduk usia produktif tergolong cukup tinggi, karena sekitar 50,36% dari jumlah penduduk usia produktif pada dasarnya merupakan generasi milenial.

Sebagai penduduk terbesar, tentunya generasi milenial akan berperan besar pada era bonus demografi. Generasi ini yang akan memegang kendali atas roda pembangunan khususnya di bidang perekonomian yang diharapkan akan mampu membawa bangsa Indonesia menuju ke arah pembangunan yang lebih maju dan dinamis. Intinya, generasi milenial adalah modal besar untuk mewujudkan kemandirian bangsa dalam segala aspek. Sebagai modal besar pembangunan suatu bangsa, diharapkan generasi milenial memiliki potensi lebih unggul dibandingkan generasi-generasi sebelumnya.

I.3 RUMUSAN PERSOALAN DAN PERMASALAHAN

I.3.1 Persoalan

Memperhatikan uraian di atas, maka persoalan yang diangkat untuk dijadikan dasar perancangan *creative hub* yaitu :

- a. Bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang ekonomi yang perlu didorong, diperkuat, dan dipromosikan sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional
- b. Kurangnya tempat yang mewadahi kegiatan industri kreatif di Banten
- c. Menanggapi akan terjadinya tahun-tahun bonus demografi, maka perlu meningkatkan pendidikan yang berkualitas, kemampuan kognitif, kecakapan hidup yang tinggi, berketerampilan teknis, produktif dan berdaya saing.

I.3.2 Permasalahan

Dari persoalan di atas, maka permasalahan yang diharapkan mampu diatasi dalam proses perancangan *creative hub* adalah :

- a. Bagaimana konsep perancangan yang harus diterapkan agar dapat sesuai dengan karakteristik para generasi milenial (Y) ?
- b. Bagaimana menentukan tapak yang sesuai untuk lokasi perancangan *creative hub*?
- c. Bagaimana pemilihan struktur, konstruksi, dan utilitas yang sesuai dengan konsep perancangan *creative hub* yang telah ditentukan?

I.4 TUJUAN DAN SASARAN

I.4.1 Tujuan

- a. Merancang sebuah *creative hub* dengan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pekerja industri kreatif, pun aspek arsitekturalnya menyesuaikan karakteristik pengguna sehingga timbul rasa nyaman dan aman.
- b. Merancang sebuah *creative hub* yang dapat dijadikan sebagai salah satu pilihan bagi para generasi milenial untuk berkegiatan dan menjadi produktif

- c. Merancang sebuah *creative hub* untuk meningkatkan perekonomian wilayah Banten

I.4.2 Sasaran

Adapun sasaran perancangan *creative hub* ini diperuntukkan untuk masyarakat Banten dengan usia produktif yang sudah terjun ke dunia industri kreatif, dan juga terbuka bagi masyarakat awam yang memiliki minat dan bakat di dunia industri kreatif.

I.5 LINGKUP DAN BATASAN PEMBAHASAN

Proses pembahasan maupun perancangan *creative hub* dibatasi menggunakan pendekatan arsitektur hijau sebagai sarana terwujudnya konsep arsitektur yang mampu bersinergi dengan lingkungan sekitarnya.

I.6 METODOLOGI PERANCANGAN

I.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan *creative hub* ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- a. Studi Literatur

Mencari data dan teori tentang ekonomi kreatif, industri kreatif, *creative hub*, pendekatan arsitektur hijau dan pembahasan lain yang terkait.

- b. Observasi langsung

Mengadakan pengamatan langsung pada bangunan *creative hub* dengan menggunakan alat bantu observasi seperti alat pencatat, alat perekam foto.

- c. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung dengan narasumber yang terkait.

I.6.2 Metode Analisis

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif dan metode deskriptif analisis, metode analisis kualitatif adalah metode pemaparan kondisi eksisting yang terjadi di lapangan. Metode ini dilakukan melalui

observasi lapangan dan wawancara. Metode deskriptif analisis diaplikasikan dengan menggambarkan keadaan di lapangan dan melakukan analisis terhadap objek yang diteliti dengan pendekatan historis baik dari referensi literatur, observasi, maupun keterangan dari narasumber.

I.7 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan latar belakang diambilnya judul serta beberapa hal mendasar yang nantinya digunakan sebagai acuan awal maupun dasar pengembangan dalam perancangan *creative hub*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tinjauan teoritis (tinjauan umum dan tinjauan khusus) mengenai perancangan *creative hub*.

BAB III DATA DAN FAKTA

Pada bab ini berisi data dan fakta bangunan serupa yang telah ditetapkan sebagai acuan perancangan.

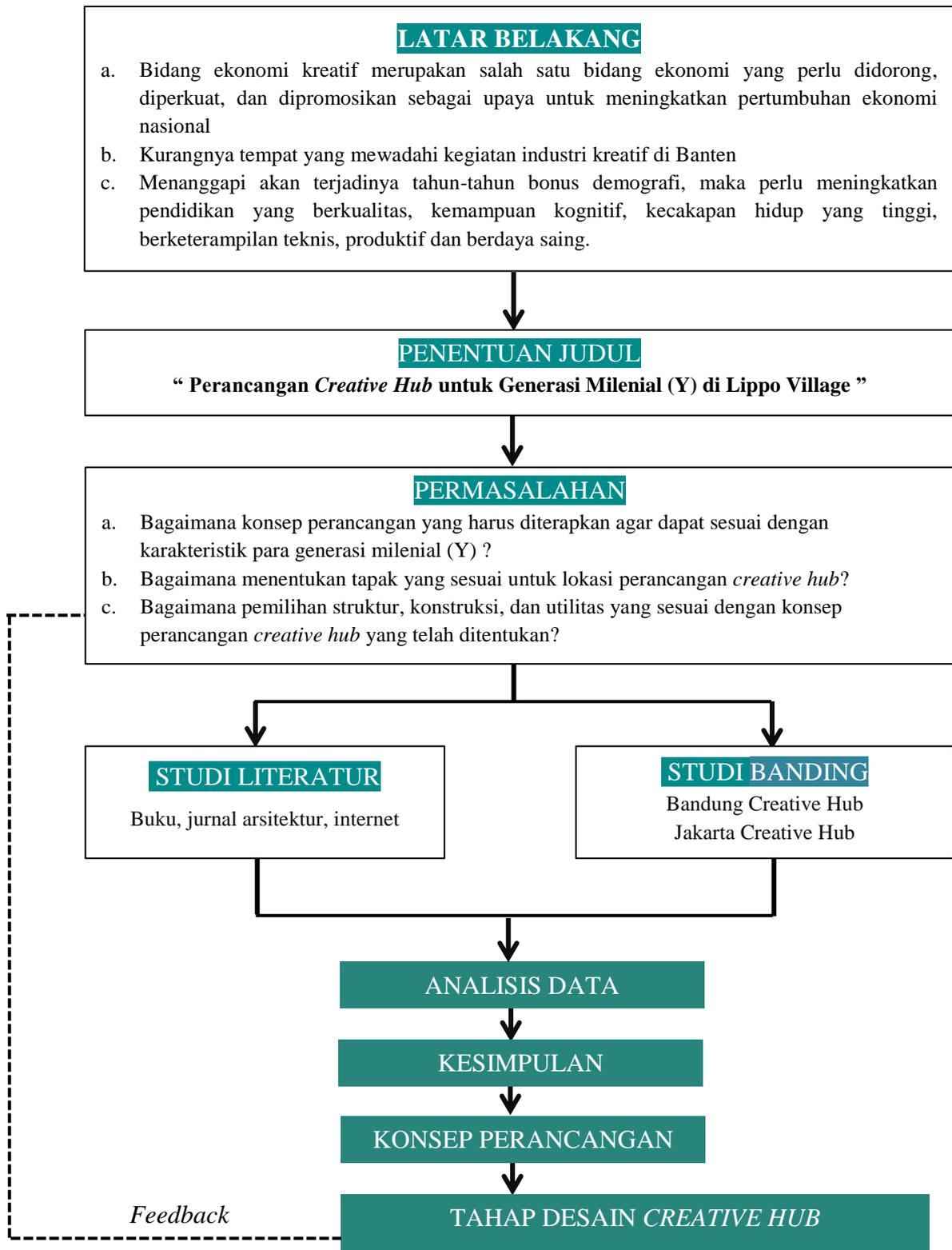
BAB IV ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tahapan analisis dari seluruh data – data yang di dapat dari bab – bab sebelumnya untuk kemudian ditarik kesimpulannya.

BAB V KONSEP PERANCANGAN

Pada bab terakhir ini pembahasan bertujuan pada konsep perancangan yang dihasilkan dari kesimpulan – kesimpulan yang di dapat dari hasil analisa pada bab sebelumnya.

I.8 KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Pemikiran Penulis, 2019