

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Dalam ilmu ekonomi *mainstream*, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi¹. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, yang dimaksud industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, telah mengklasifikasi ulang subsektor industri kreatif dari 14 subsektor menjadi 15 subsektor, yaitu : 1. Periklanan, 2. Arsitektur, 3. Pasar Barang Seni, 4. Kerajinan, 5. Desain, 6. *Fashion*, 7. Video, Film dan Fotografi, 8. Permainan Interaktif, 9. Musik, 10. Seni Pertunjukan, 11. Penerbitan dan Percetakan, 12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak, 13. Televisi dan Radio, 14. Riset dan Pengembangan dan 15. Kuliner.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar industri kreatif adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur yang mewadahi aktivitas jual-beli dengan kegiatan usaha yang fokus pada daya kreasi dan daya cipta.

1.1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Di seluruh dunia, industri kreatif memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi global yang menghubungkan antara kebudayaan, bisnis dan teknologi. Pada tahun 1990-an sebagai akibat dari menurunnya produktivitas mereka di sektor industri, Inggris melakukan gebrakan baru. Calon perdana menteri Inggris waktu itu,

¹ *Pasar*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar> (diunduh pada 26 Februari 2016)

Tony Blair menawarkan program kerja pemerintahan yang bertujuan untuk meningkatkan moral dan kualitas hidup masyarakat. Program tersebut salah satunya adalah dengan mendirikan *National Endowment for Science and the Art* (NESTA) yang bertujuan untuk mendanai pengembangan bakat-bakat muda di Inggris. Setelah resmi menjadi perdana menteri Inggris pada tahun 1997, Tony Blair melalui *Department of Culture, Media and Sports* (DCMS) membentuk *Creative Industries Task Force* yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Inggris.

Melalui gebrakan yang dilakukan oleh Inggris tersebut mempengaruhi negara-negara berkembang untuk turut meramaikan industri kreatif dunia, salah satunya Indonesia. Industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu kekuatan besar yang turut membangun perekonomian negara dan memunculkan harapan besar bagi tumbuhnya sebuah ekonomi baru berbasis kreativitas. Transisi masyarakat dari ekonomi berbasis pertanian menuju berbasis industri telah mengalami percepatan dalam beberapa tahun terakhir dengan masuknya masyarakat ke dalam ekonomi berbasis informasi. Tiba saatnya sekarang kita memasuki era ekonomi kreatif, di mana kreativitas dari seni, inovasi teknologi dan kewirausahaan menghasilkan nilai ekonomi baru. Di sinilah industri kreatif tumbuh menjadi harapan baru, termasuk bagi kebangkitan bangsa Indonesia. Industri kreatif menimbulkan harapan baru bagi ekonomi Indonesia terutama karena sektor ini tidak bergantung pada faktor-faktor produksi konvensional seperti sumber daya alam, sumber daya modal atau *capital* ataupun teknologi tinggi². Industri kreatif mampu menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing di era globalisasi ini dan juga menyejahterakan pelaku di dalamnya. Oleh karena itu wajar saja jika pemerintah maupun masyarakat menaruh perhatian yang cukup serius terhadap bidang industri kreatif.

² Tim Indonesia *Design Power* – Departemen Perdagangan, 2008, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Jakarta, Departemen Perdagangan RI

Tepat setelah tahun 2015 berakhir, Indonesia akan menyambut pelaksanaan pasar bebas Asia Tenggara atau biasa disebut dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat menangkap peluang terbukanya MEA ini. Berdasarkan perhitungan Badan Pusat Statistik, pendapatan domestik bruto ekonomi kreatif disumbang sebagian besar dari subsektor kuliner (32,5%), mode (28,3%), kerajinan (14,4%), dan penerbitan dan percetakan (8,11%). Pada tahun 2013, jumlah industri kreatif tercatat sebanyak 5,4 juta usaha yang menyerap angkatan kerja sebanyak 11,8 juta orang. Sebesar 90% penyerapan tenaga kerja dalam industri kreatif dikontribusikan oleh tiga subsektor yaitu subsektor mode (32,33%), kuliner (31,48%), dan kerajinan (26,2%), sementara sisanya berasal dari dua belas subsektor lainnya. Pertumbuhan jumlah usaha industri kreatif tercatat sebesar 9,68% dengan subsektor industri kreatif yang mengalami pertumbuhan jumlah usaha di atas rata-rata pertumbuhan jumlah usaha nasional (0,9%) adalah seni pertunjukan (3,18%), penelitian dan pengembangan (2,98%), permainan interaktif (2,87%), periklanan (2,86%), film, video dan fotografi (2,74%), musik (2,4%), dan teknologi informasi (2,15%)³. Hal itu menunjukkan bahwa industri kreatif di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional dan perlu pengembangan kedepannya, meskipun belum semua subsektor optimal.

Republik Indonesia merupakan negara kepulauan dengan 34 provinsi yang tergabung di dalamnya, dan Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi tersebut, sebagai daerah dengan otonomi khusus. Keistimewaan budaya dan pariwisata merupakan sektor penting yang dimiliki dalam pembangunan ekonomi dan budaya di provinsi ini. Di masa sekarang, industri kreatif muncul sebagai sektor pembangun ekonomi yang cukup kuat di Daerah

³ *Menangkap Gelombang Ekonomi Kreatif Indonesia di Era MEA*,
http://www.krjogja.com/web/news/read/270043/industri_kreatif_diy_jadi_primadona_baru_ekspor
(diunduh pada 28 Februari 2016)

Istimewa Yogyakarta. Di provinsi ini, industri kreatif, kebudayaan dan pariwisata memiliki hubungan yang saling bersinergi perkembangannya sehingga menjadi penggerak besar dalam pembangunan ekonomi. Antusiasme masyarakat dan wisatawan terhadap industri kreatif sebagai konsumen cukup berimbang dengan jumlah pelaku usaha industri kreatif sebagai produsen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dari peningkatan jumlah usaha kreatif dari tahun 2012-2014 yang tertera dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Industri Kreatif di DIY

No	Tahun Perhitungan	Jumlah Usaha Industri Kreatif
1	2012	33.882
2	2013	34.997
3	2014	36.456

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY

Berdasarkan data dari tabel di atas, setidaknya ada kurang lebih 2.000 jumlah usaha industri kreatif yang tumbuh setiap tahunnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun semakin meningkat jumlahnya, usaha industri kreatif tersebut masih berjalan masing-masing antar lintas subsektornya seperti pernyataan Kasie Industri Logam dan Elektronik DIY, Endang Sri Mulyani "Potensi industri kreatif terus berkembang, namun sayangnya mereka mereka masih jalan masing-masing. Kita berharap kedepan bisa membentuk semacam wadah bersama untuk komunitas kreatif ini sehingga kita juga bisa ikut berkontribusi, misalnya dalam hal Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Perizinan," tutur Anik, sapaan Endang disela-sela Pameran Pengembangan Industri Kreatif DIY di Mal Malioboro, Kamis (6/8/2015). Anik menyampaikan dengan dibentuknya wadah tersebut, maka industri kreatif akan lebih melaju, di pasar internasional terutama⁴. Melihat pernyataan tersebut, keberadaan pasar industri kreatif dibutuhkan sebagai salah satu alternatif wadah atau

⁴ *Industri Kreatif DIY Jadi Primadona Baru Ekspor*,
<https://www.selasar.com/ekonomi/menangkap-gelombang-ekonomi-kreatif-indonesia-di-era-mea>
(diunduh pada 28 Februari 2016)

infrastruktur bersama berbagai industri kreatif yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta supaya saling terintegrasi sehingga antar lintas subsektor industri kreatif yang ada dapat berkembang secara optimal.

Pembangunan pasar industri kreatif hendaknya dibangun di wilayah yang tidak jauh dari pusat perkembangan industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu Kota Yogyakarta. Pada awal tahun 2015, Badan Ekonomi Kreatif Indonesia memberikan penghargaan predikat “Kota Kreatif” kepada Kota Yogyakarta. Pemerintahpun telah berupaya mendaftarkan Kota Yogyakarta bersama dengan Kota Bandung, Solo dan Pekalongan menjadi “Kota Kreatif Dunia” ke UNESCO sejak tahun 2013 lalu. Dengan menyandang predikat tersebut, pemerintah hendaknya harus berupaya untuk mengembangkan industri kreatif dengan menyediakan sarana dan prasarana baik fisik dan non fisiknya. Dari 15 subsektor industri kreatif hanya 4 subsektor saja yang akan fokus digarap oleh pemerintah, yaitu kerajinan, *fashion*, kuliner dan barang seni sedangkan 11 subsektor lainnya belum mendapat penanganan khusus. Padahal semua subsektor industri kreatif dapat ditemukan di Kota Yogyakarta meskipun belum semua berkembang secara optimal. Difasilitasinya beragam subsektor industri kreatif yang potensial di Kota Yogyakarta dalam 1 lokasi akan memungkinkan hubungan saling terintegrasi dan kolaborasi kreatif yang membuat semua subsektor berkembang secara optimal. Terciptanya “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik dapat menciptakan iklim lingkungan yang kreatif bagi pemerintah, produsen dan konsumen.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri antusias masyarakat dan wisatawan sebagai konsumen industri kreatif cukup besar. Fenomena tersebut dibuktikan dengan banyaknya jumlah pengunjung dan *tenant* pada beberapa *event* kreatif yang diselenggarakan di provinsi tersebut. Adapun kegiatan yang berlangsung di dalam acara tersebut meliputi bazar produk *fashion*, makanan, kerajinan, desain, pertunjukkan seni, musik dan lain-lain.

Tabel 1.2 Beberapa Event Industri Kreatif di DIY

No	Nama Event	Waktu Pelaksanaan	Gambaran Acara
1	Pameran Kerajinan di Malioboro Mall  Sumber : www.harianjogja.com (diunduh pada 4 Maret 2016)	23-27 September 2015	Pameran ini diikuti oleh 28 jenis stand industri kreatif. Jenis kerajinan dan <i>fashion</i> yang dijual beragam, mulai dari batik, kayu, logam dan aksesoris. Respon positif masyarakat terhadap pameran ini, mengakibatkan jumlah omset yang didapat sekitar 350 juta rupiah
2	Pameran Artjog 8 di Taman Budaya Yogyakarta  Sumber : www.kanaljogja.com (diunduh pada 4 Maret 2016)	4-28 Juni 2015	Pameran Artjog 8 menampilkan 103 karya dari 87 seniman. Di dalam acara ini industri kreatif yang turut serta antara lain adalah barang seni, musik dan seni pertunjukkan. Kesuksesan artjog 8 dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang mencapai ribuan.
3	Festival Kesenian Yogyakarta 27 di Taman Kuliner Sleman  Sumber : www.jogjasatu.com (diunduh pada 4 Maret 2016)	19 Agustus-3 September 2015	FKY 27 merupakan lanjutan acara tahunan dari dinas pariwisata dan kebudayaan Yogyakarta. FKY 27 menampilkan beragam jenis industri kreatif yang berupa periklanan, arsitektur, barang seni, kerajinan, desain, <i>fashion</i> , video, film dan fotografi, musik, seni pertunjukkan, penerbitan dan kuliner khas Yogyakarta. Antusiasme pengunjung terhadap acara ini mencapai 80.900 orang.

Sumber : Analisis Penulis, 2016

Beberapa event kreatif yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta tersebut menunjukkan kontribusi yang cukup besar terhadap kelangsungan industri kreatif di pusatnya, Kota Yogyakarta. Selain itu, persebaran kegiatan industri kreatif di Kota Yogyakarta memiliki tingkat perkembangan yang berbeda-beda pada masing-masing

kecamatanannya. Berikut ini adalah data persebaran kegiatan industri kreatif di Kota Yogyakarta :

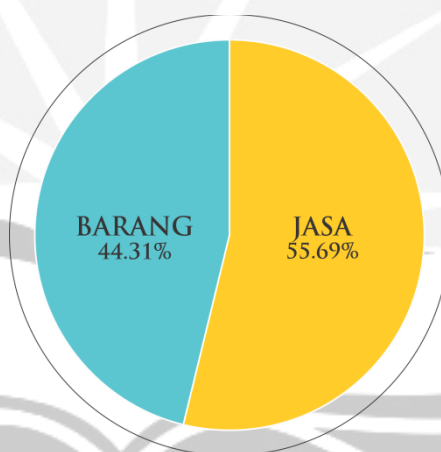
Tabel 1.3 Persebaran Kegiatan Industri Kreatif di Kota Yogyakarta

No.	Kecamatan	Kegiatan Industri Kreatif
1	Danurejan	Periklanan, Arsitektur, Musik, Kerajinan, <i>Fashion</i> , Layanan Komputer dan Piranti Lunak
2	Wirobrajan	Kerajinan, <i>Fashion</i> , Desain, Periklanan, Film, Video dan Fotografi, Musik, Seni Pertunjukkan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak dan Kuliner
3	Umbulharjo	Arsitektur, Kerajinan, Desain, Film, Video dan Fotografi, Musik, Seni Pertunjukkan dan Kuliner
4	Kota Gede	Kerajinan, Desain, <i>Fashion</i> , Kuliner dan Radio dan Televisi
5	Gondomanan	Arsitektur, Kerajinan, Desain, Periklanan, Film, Video dan Fotografi, Barang Seni, Musik, Kuliner, <i>Fashion</i> dan Seni Pertunjukkan
6	Kraton	Kerajinan, <i>Fashion</i> , Musik, Desain, Barang Seni, Musik, Kuliner dan Seni Pertunjukkan
7	Pakualaman	Arsitektur, Kerajinan, Periklanan, Radio dan Televisi, Musik, Kuliner dan Seni Pertunjukkan
8	Gondokusuman	Kerajinan, <i>Fashion</i> , Film, Video dan Fotografi, Radio dan Televisi, Musik, Pasar Barang Seni, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Desain dan Kuliner
9	Mantrijeron	Barang Seni, Kerajinan, Musik, Film, Video dan Fotografi, Kuliner, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Penerbitan dan Percetakan
10	Jetis	Periklanan, Arsitektur, Riset dan Pengembangan, <i>Fashion</i> dan Kuliner
11	Tegalrejo	Desain, Penerbitan dan Percetakan, <i>Fashion</i> dan Kuliner
12	Ngampilan	Radio dan Televisi, Permainan Interaktif, Seni Pertunjukkan dan Kuliner
13	Mergangsan	Periklanan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, <i>Fashion</i> , Kuliner, Penerbitan dan Percetakan
14	Gedongtengen	Barang Seni, Kerajinan, <i>Fashion</i> , Kuliner, Musik dan Seni Pertunjukkan

Sumber : Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah DIY (2014),
diolah kembali oleh penulis (2016)

Persebaran industri kreatif di atas memberi kontribusi dan energi positif bagi para pelaku usaha industri kreatif untuk semakin mengembangkan usahanya, sehingga tidaklah salah jika membangun “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”. Bangunan komersial ini akan menjadi wadah bagi antusiasme masyarakat dan wisatawan sebagai konsumen terhadap industri kreatif di kota ini serta memberi wadah usaha dan wadah kreatif yang berkontribusi positif bagi kesejahteraan pelaku usahanya sebagai produsen.

Melalui fenomena dan data yang telah diuraikan sebelumnya, untuk kepentingan analisis kebutuhan ruang yang ada di pasar industri kreatif harus disesuaikan porsinya dengan perkembangan masing-masing subsektornya. Penggolongan industri kreatif sendiri dapat digolongkan berdasarkan bentuk dari hasil produksinya, yang terbagi dalam 2 kategori dengan 4 subsektor hasil produksi kategori barang, 11 subsektor hasil produksi kategori jasa. Kategori barang adalah subsektor pasar barang seni, kerajinan, kuliner dan *fashion*. Kategori jasa adalah subsektor periklanan, arsitektur, desain, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio dan riset pengembangan. Berikut ini adalah persentase persebaran kegiatan industri kreatif pada setiap kecamatan di Kota Yogyakarta berdasarkan kategorinya :

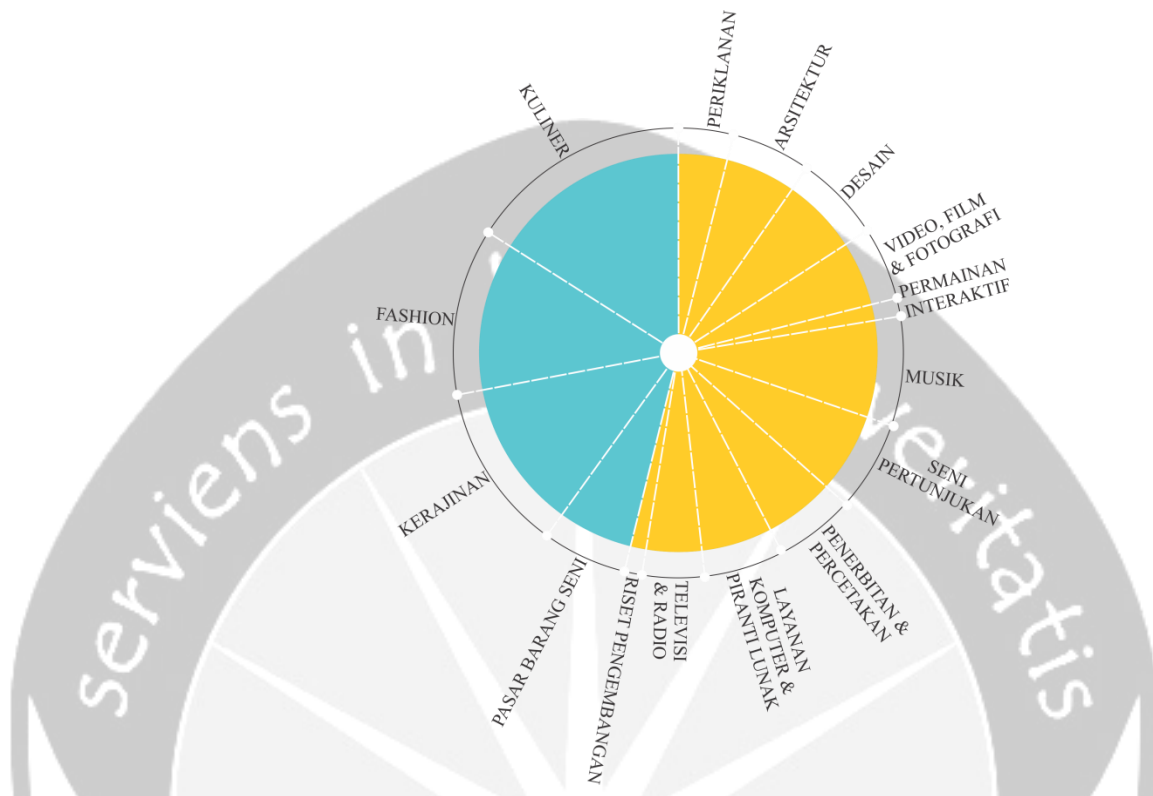


Gambar 1.1 Persentase Persebaran Kegiatan Industri Kreatif di Kota Yogyakarta Berdasarkan Kategorinya

Sumber : Analisis Penulis, 2016

Dari diagram di atas dapat dilihat persentase perbandingan antar kategori industri kreatif barang dan jasa di Kota Yogyakarta, yaitu 44,31% barang berbanding 55,69% jasa. Meskipun kategori barang memiliki persentase yang lebih kecil daripada kategori jasa, namun persebaran kegiatan masing-masing subsektornya memiliki tingkat persebaran kegiatan yang lebih besar dikarenakan hanya 4 subsektor yang termasuk dalam kategori barang. Untuk mengetahui persentase kategori industri kreatif yang lebih detail, berikut ini adalah diagram

persentase perbandingan antar subsektor industri kreatif di Kota Yogyakarta berdasarkan persebaran kegiatannya :



Gambar 1.2 Persentase Persebaran Kegiatan Industri Kreatif di Kota Yogyakarta berdasarkan subsektornya

Sumber : Analisis Penulis, 2016

Diagram persentase antar subsektor industri kreatif di atas menunjukkan perbandingan besar kecilnya persebaran kegiatan mereka per kecamatan di Kota Yogyakarta. Jumlah persentase masing-masing subsektor industri kreatif tersebut pada kategori jasa adalah Periklanan (5,68%), Arsitektur (5,68%), Desain (5,68%), Video, Film dan Fotografi (5,68%), Permainan Interaktif (1,13%), Musik (9,09%), Seni Pertunjukan (7,95%), Penerbitan dan Percetakan (3,40%), Layanan Komputer dan Piranti Lunak (5,68%), Televisi dan Radio (4,54%), Riset dan Pengembangan (1,13%). Pada kategori barang persentase masing-masing adalah Pasar Barang Seni (5,68%), Kerajinan (11,36%), *Fashion* (11,36%) dan Kuliner (15,91%). Berdasarkan data-data tersebut, terdapat 11 jenis subsektor industri kreatif yang dianggap potensial untuk dikembangkan dan diwadahi dalam pasar industri kreatif, yaitu kuliner, *fashion*, kerajinan, pasar barang seni, periklanan,

arsitektur, desain, video, film dan fotografi, musik, seni pertunjukan, dan layanan komputer dan piranti lunak. Seperti yang diungkapkan Wakil Ketua Komisi B DPRD Kota Yogyakarta, Rifki Listianto, industri kreatif adalah kekuatan ekonomi baru di Kota Yogyakarta perlu dikembangkan terutama di bidang *fashion*, periklanan, arsitektur, kerajinan, desain, video, film dan fotografi, musik, seni pertunjukan, serta layanan komputer dan piranti lunak⁵. Data persebaran kegiatan industri kreatif di Kota Yogyakarta tersebut sejalan dengan Wakil Ketua Komisi B DPRD, Rifki Listianto dengan penambahan subsektor kuliner dan pasar barang seni.

Dilandasi dengan data dan fenomena yang telah diuraikan menunjukkan bahwa industri kreatif di Kota Yogyakarta memiliki peranan penting bagi perkembangan ekonomi. Fakta-fakta yang telah diuraikan sebelumnya yang melatar belakangi pengadaan proyek “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”. Keberadaan pasar industri kreatif di provinsi ini diharapkan mampu menjadi wadah interaksi rekreatif dan kreatif bagi konsumen. Bagi produsen industri kreatif, fasilitas ini menjembatani perkembangan usaha dan peningkatan ekonomi mereka kedepannya. Tentu saja bagi pemerintah ini akan mendukung program kerja mereka serta memberi kemudahan dalam hal regulasi terhadap industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Nantinya, “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” ini akan menjadi ruang bagi 11 subsektor industri kreatif tersebut dalam satu lokasi sebagai ruang kreatif publik sehingga dapat memicu berkembangnya subsektor industri kreatif yang ada tersebut dan dapat menciptakan iklim lingkungan yang kreatif.

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

Kota Yogyakarta sebagai sebuah “kota kreatif” harus mampu mengakomodasi dan mengoptimalkan kreativitas masyarakatnya sendiri dengan menciptakan iklim lingkungan yang kreatif. Hal

⁵ *Perkembangan Industri Kreatif Kurang Diperhatikan*,
http://krjogja.com/web/news/read/248968/Perkembangan_Industri_Kreatif_Kurang_Diperhatikan
(diunduh pada 12 Mei 2016)

tersebut akan memicu perkembangan industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya wilayah yang termasuk aglomerasi Kota Yogyakarta seperti sebagian Kabupaten Sleman dan Bantul berkembang secara optimal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi para pelakunya akan meningkat.

Kehadiran “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” diharapkan tidak hanya menjadi sebuah tempat untuk melakukan transaksi jual beli antara konsumen dan produsen saja. Keberadaannya juga harus mampu menjadi sebuah ruang kreatif publik yang interaktif bagi para pelakunya tanpa mengurangi fungsi dasarnya sebagai pasar. Interaksi adalah suatu jenis tindakan yang terjadi ketika dua atau lebih objek mempengaruhi atau memiliki efek satu sama lain. Kombinasi dari interaksi-interaksi sederhana dapat menuntun pada suatu fenomena baru yang mengejutkan⁶. Pasar industri kreatif yang interaktif, berperan dalam memberikan ruang rekreasi yang dapat menyegarkan kembali daya cipta pelakunya. Berperan memberikan stimulan bagi konsumen untuk mempelajari sehingga memungkinkan kedepannya konsumen turut serta dalam mengembangkan industri kreatif. Bagi produsen, pasar industri kreatif yang interaktif berperan untuk menjaga eksistensi dan mengembangkan industri kreatifnya sehingga tidak membosankan bagi konsumen. Dengan demikian “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik yang interaktif dapat mewadahi beragam interaksi dan menyampaikan citra atau makna bangunan yang dapat merangsang terjadinya proses-proses kreatif sehingga meningkatkan iklim ekonomi kreatifnya.

Secara arsitektural, pendekatan yang digunakan dalam perancangan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik adalah tata ruang dan ekspresi bangunan. Tata ruang adalah wujud struktur dan pola ruang. Untuk mengakomodasi kegiatan interaktif yang beragam maka dibutuhkan struktur dan pola ruang yang baik. Oleh karena itu melalui pengolahan prinsip organisasi ruang,

⁶ *Interaksi*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi> (diunduh pada 10 Maret 2015)

sirkulasi ruang dan penyusun ruang dapat dicapai tata ruang yang interaktif. Sementara itu, untuk mendukung proses-proses kegiatan yang terjadi tentu pasar industri kreatif harus mampu memberi pengaruh atau efek bagi produsen dan konsumen untuk berkegiatan di sini terlebih dahulu. Hal tersebut dapat dicapai melalui pengolahan ekspresi bangunan tersebut yang terdiri dari fasad, interior dan massa bangunannya. Komponen perancangan ekspresi bangunan antara lain adalah bentuk, proporsi, irama, material, tekstur dan warna dari bangunan. Ekspresi bangunan yang interaktif, secara fisik dan kasat mata berperan menginteraksikan makna dan citra dari sebuah “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik supaya dapat ditangkap dan diinterpretasi oleh pelakunya sehingga terpengaruh untuk berkegiatan dan merangsang proses kreatif di pasar industri kreatif ini. Melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan tersebut maka dapat mewujudkan karakter dan fungsi “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik yang interaktif.

Untuk mewujudkan aspek interaktif melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan maka dipilih penyelesaian penekanan desain yang sesuai, yaitu arsitektur kontemporer. Arsitektur kontemporer adalah arsitektur yang berkembang seiring dengan perkembangan zaman, mengikuti tren yang *up to date*, bersifat kekinian. Penerapan dalam arsitektur kontemporer menekankan pada aspek kreatif, inovatif, variatif dan fleksibel. Penekanan pada aspek arsitektur ini terwujud melalui prinsip arsitektur kontemporer, yaitu tata ruang yang fleksibel, harmonisasi ruangan yang menyatu (*open plan*), bentuk geometri massa yang unik, bercermin pada kondisi fisik sosial pelakunya dan bangunan yang ekspresif. Prinsip-prinsip pada arsitektur kontemporer inilah yang menjadi kata kunci untuk mewujudkan aspek interaktif melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan pada “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”.

Guna mewujudkan bangunan pasar industri kreatif sebagai ruang kreatif publik dan juga mewadahi fungsi dasarnya sebagai tempat transaksi jual beli, maka karakter interaktif telah disepakati untuk mewujudkan hal tersebut. Pendekatan arsitektur kontemporer melalui prinsip-prinsipnya, digunakan dalam perancangan tata ruang dan ekspresi bangunan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”. Dari segi tata ruang, organisasi ruang dan sirkulasi ruang yang fleksibel memudahkan konsumen untuk melakukan aktivitas atau interaksi dan memungkinkan produsen mengadakan beragam kombinasi aktivitas di dalamnya, serta penyusun ruang yang beradaptasi pada kondisi fisik sosialnya sehingga pelaku di dalamnya dapat berkegiatan dengan nyaman. Sedangkan dari segi ekspresi bangunan, melalui perwujudan eksplorasi bentuk massa dengan geometrik yang unik, fasad dan interior yang ekspresif, proporsi, irama serta kombinasi teknologi dengan material, tekstur dan warna yang inovatif dan variatif dapat memberikan peran interaktif kepada konsumen sehingga mereka terpengaruh untuk berkegiatan dan menggunakan fasilitas pasar industri kreatif sebagai akibat dari interpretasi terhadap fenomena baru yang mereka ciptakan.

Dengan demikian, nantinya “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik yang interaktif dapat terwujud melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

1.2. Rumusan Permasalahan

Bagaimana wujud rancangan Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta sebagai ruang kreatif publik yang interaktif melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan dengan pendekatan arsitektur kontemporer?

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Mewujudkan tata ruang dan ekspresi bangunan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik yang interaktif melalui pendekatan arsitektur kontemporer.

1.3.2. Sasaran

1. Melakukan identifikasi terhadap pengertian Pasar Industri Kreatif sebagai ruang kreatif publik.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis tentang aspek interaktif dalam pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis tentang aspek interaktif dalam pendekatan arsitektur kontemporer.
4. Merumuskan landasan konseptual perencanaan dan perancangan “Pasar Industri kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik yang interaktif melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

1.4. Lingkup Studi

1.4.1. Materi Studi

1.4.1.1. Lingkup Spasial

Elemen perancangan arsitektural yang akan diolah pada bangunan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” sebagai ruang kreatif publik adalah tata ruang dan ekspresi bangunan untuk mencapai karakter interaktif melalui prinsip-prinsip arsitektur kontemporer.

1.4.1.2. Lingkup Substansial

Perencanaan dan perancangan bangunan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta” pada tata ruang dibatasi oleh prinsip organisasi ruang, sirkulasi ruang dan penyusun ruang, kemudian pada ekspresi bangunan dibatasi oleh bentuk, proporsi, irama, material, tekstur dan irama untuk mencapai karakter interaktif dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

1.4.1.3. Lingkup Temporal

Rancangan ini diharapkan dapat menjadi penyelesaian penekanan studi sehingga bermanfaat kurun waktu 20 tahun.

1.4.2. Pendekatan Studi

Pendekatan studi pada landasan konseptual perencanaan dan perancangan “Pasar Industri Kreatif di D.I. Yogyakarta” yang

diselesaikan melalui pengolahan tata ruang dan ekspresi bangunan melalui pendekatan arsitektur kontemporer.

1.5. Metode Studi

1.5.1. Pola Prosedural

1.5.1.1. Metode Deskriptif

Metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan tentang “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”, latar belakang dan fenomena yang terjadi yang mendukung pengadaan proyek tersebut, serta pemecahan permasalahannya secara terjabar.

1.5.1.2. Metode Deduktif

Metode deduktif dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi yang mendukung studi tentang “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”, serta studi tentang pendekatan desain yang dipilih.

1.5.1.3. Metode Komparatif

Metode komparatif dilakukan dengan cara melakukan studi banding terhadap obyek serupa. Metode ini digunakan untuk memperkaya kosakata bentuk dalam merancang serta menemukan dan memilih pemecahan masalah yang tepat untuk konsep rancangan “Pasar Industri Kreatif di D.I.Yogyakarta”.

1.5.1.4. Metode Analisis

Analisis dilakukan dengan mengompilasikan data yang telah dikumpulkan baik tentang pasar industri kreatif, kajian tapak dan konteks wilayah, maupun penekanan rancangan untuk menemukan alternatif pemecahan masalah berupa konsep rancangan.

1.5.2. Tata Langkah



Gambar 1.3 Tata Langkah

Sumber : Analisis Penulis

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang *Latar Belakang Proyek, Latar Belakang Permasalahan, Rumusan Permasalahan, Tujuan dan Sasaran, Lingkup Studi, Metode Studi dan Sistematika Pembahasan.*

BAB II TINJAUAN PASAR INDUSTRI KREATIF

Berisi tentang tinjauan Pasar Industri Kreatif secara umum, yaitu *Pengertian, Visi dan Misi, Fungsi, Tujuan dan Manfaat, Struktur Organisasi, Standar Perancangan di Pasar Industri Kreatif dan Tinjauan Obyek Sejenis.*

BAB III TINJAUAN WILAYAH

Berisi tentang *tinjauan kondisi Provinsi D.I.Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kriteria Pemilihan Lokasi Tapak dan Tinjauan Lokasi Tapak Terpilih.*

BAB IV LANDASAN TEORI

Berisi tentang tinjauan *Karakter Interaktif, Pengolahan Tata Ruang dan Ekspresi Bangunan serta Pendekatan Desain Arsitektur Kontemporer* dalam kaitan dengan perencanaan dan perancangan.

BAB V ANALISIS

Berisi tentang *Analisis Pelaku Kegiatan, Analisis Alur Kegiatan, Analisis Kebutuhan Ruang, Analisis Hubungan Antar Ruang, Analisis Tapak, Analisis Karakter Interaktif, Analisis Pengolahan Tata Ruang, Analisis Pengolahan Ekspresi Bangunan, Analisis Pendekatan Arsitektur Kontemporer, Analisis Perwujudan Penekanan Studi, Analisis Struktur dan Utilitas Bangunan.*

BAB VI KONSEP

Berisi tentang *Konsep Pelaku Kegiatan, Konsep Alur Kegiatan, Konsep Kebutuhan Ruang, Konsep Hubungan Antar Ruang, Konsep Tapak, Konsep Karakter Interaktif, Konsep Tata Ruang dan Ekspresi Bangunan, Konsep Pendekatan Arsitektur Kontemporer, Konsep Perwujudan Penekanan Studi, Konsep Struktur dan Konsep Utilitas Bangunan.*