

BAB II

TINJAUAN UMUM PROYEK DAN LOKASI

2.1 Tinjauan Umum Ekonomi Kreatif

2.1.1 Pengertian Ekonomi Kreatif

Istilah ekonomi kreatif pertama kali dikenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 melalui bukunya “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”. Howkins mendeskripsikan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah sebuah ide/gagasan (Howkins, 2002). Esensi dari sebuah kreativitas adalah gagasan. Melalui sebuah gagasan, seseorang yang kreatif kemudian akan dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Gagasan tersebut merupakan sebuah gagasan yang orisinal serta dapat diproteksi oleh HKI.

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang dimaksud dengan ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan/atau teknologi (*Undang - Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif*, 2019). Urgensi lain undang-undang tersebut adalah untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha serta memperoleh manfaat di dalam menghadapi perubahan kehidupan baik lokal, nasional, maupun global. Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional yang berkelanjutan dan menekankan pada penambahan nilai barang lewat daya pikir serta kreatifitas manusia (Utami et al., 2022).

2.1.2 Pelaku Ekonomi Kreatif

Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif (*Undang - Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif*, 2019).

2.2 Tinjauan Umum Industri Kreatif

2.2.1 Pengertian Industri Kreatif

a. Pengertian Industri Kreatif menurut Dr. Richard Florida

Dalam bukunya yang berjudul “The rise of Creative Class” dan “Cities and the Creative Class” yang berisi tentang industri kreatif dan kelas kreatif. Dr. Richard Florida mengatakan bahwa seluruh umat manusia adalah kreatif, sekalipun hanyalah seorang pekerja di pabrik kaca mata atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat musik (Florida, 2003). Namun perbedaanya adalah pada statusnya, karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut di bidang kreatif dan mendapatkan faedah atau manfaat ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.

b. Pengertian Industri Kreatif menurut Pemerintah Indonesia

Pengertian industri kreatif menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

c. Pengertian Industri Kreatif menurut Hidayat Danny dan Abbas Asmi

Dalam bukunya yang berjudul “Bisnis dan Industri Kreatif”, Hidayat dan Abbas mengatakan bahwa Industri Kreatif merupakan konsep yang berkembang seiring dengan peran kreativitas, inovasi, dan teknologi dalam dunia ekonomi. Industri kreatif mengacu pada kumpulan sektor-sektor ekonomi yang menghasilkan produk dan layanan berdasarkan kreativitas, seni, dan budaya, serta memanfaatkan intelektualitas sebagai aset utama (Hidayat & Abbas, 2024).

d. Pengertian Industri Kreatif menurut Robert Lucas

Menurut Robert Lucas, kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktivitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya (Lucas, 1988).

Berdasarkan pengertian diatas, industri kreatif dapat disimpulkan sebagai sektor ekonomi yang berlandaskan pada pemanfaatan kreativitas,

keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah dan kekayaan intelektual yang berbasis pada warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Industri kreatif tidak hanya berperan dalam menghasilkan produk dan jasa yang bernilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan daya saing nasional di pasar global. Sektor ini meliputi berbagai subsektor seperti seni, budaya, desain, kuliner, dan teknologi digital, serta menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inovatif di Indonesia.

2.2.2 Fungsi Industri Kreatif

Industri kreatif ini merupakan pilar utama dalam pembentukan ekonomi kreatif dan ekonomi kreatif ini sangatlah penting bagi Indonesia karena diyakini ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif bagi tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Industri kreatif juga merupakan salah satu upaya untuk mendukung terbentuknya ekonomi kreatif yang mencakup enam hal yaitu: Kontribusi Ekonomi; Iklim Bisnis, Citra dan Identitas Bangsa, Sumber Daya Terbarukan, Inovasi & Kreativitas, dan Dampak Sosial (Putra & Prakasa, 2013).

2.2.3 Jenis-jenis Industri Kreatif

Merujuk pada Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional tahun 2018-2025, menjelaskan bahwa pengembangan ekosistem usaha di bidang ekonomi kreatif dilaksanakan pada sub sektor sebagai berikut (Untari et al., 2021.):

1. Aplikasi dan Game Developer

Aplikasi adalah suatu proses menghasilkan ide atau gagasan untuk menghasilkan suatu karya yang memiliki nilai tambah, yaitu teknologi sebagai teknik dalam mengumpulkan, memproses, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi untuk memudahkan pengguna saling berinteraksi melalui jaringan komputer.

Game adalah suatu media atau suatu aktivitas yang dapat memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan dan aturan.

2. Arsitektur

Arsitektur adalah wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang.

3. Desain Interior

Desain interior adalah kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.

4. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan ide atau gagasan yang menggunakan bantuan visual.

5. Desain Produk

Desain produk adalah layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.

6. Fesyen

Fesyen adalah suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

7. Film, Animasi, dan Video

Film adalah karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi

Animasi adalah tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa

Video adalah sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

8. Fotografi

Fotografi adalah sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

9. Kriya

Kriya adalah bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

10. Kuliner

Kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan

unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

11. Musik

Musik adalah segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi atau komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

12. Penerbitan

Penerbitan adalah suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, maupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

13. Periklanan

Periklanan adalah bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasaran agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

14. Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan adalah cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton.

15. Seni Rupa

Seni Rupa adalah penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

16. Televisi dan Radio

Televisi adalah kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Radio adalah kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur berkesinambungan.

2.3 Tinjauan Umum Pusat Industri Kreatif

2.3.1 Pengertian Pusat Industri Kreatif

Definisi dari pusat industri kreatif adalah tempat yang mewadahi berbagai jenis kegiatan yang mendukung perkembangan industri kreatif (Putra & Prakasa, 2013).

2.3.2 Fungsi Pusat Industri Kreatif

Berdasarkan definisi dari pusat industri kreatif yaitu sebagai tempat yang mewadahi berbagai jenis kegiatan yang mendukung industri kreatif. Maka segala fasilitas di dalamnya harus dapat mendukung kegiatan tersebut. Berikut ini adalah beberapa kegiatan yang dapat mendukung kinerja industri kreatif (Putra & Prakasa, 2013):

a. Workshop

Workshop disebut juga sebagai bengkel dapat diartikan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan belajar mengajar keterampilan.

b. Pertunjukan

Pertunjukan merupakan kegiatan yang menjadi ajang untuk menunjukkan kreativitas serta hasil daripada industri kreatif itu sendiri.

c. Seminar

Kegiatan seminar dapat diselenggarakan oleh masing-masing subsektor industri kreatif yang dapat mengundang masyarakat umum.

d. Edukasi

Edukasi tentang industri kreatif dapat diwujudkan melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh berbagai subsektor yang dapat dihadiri oleh para masyarakat.

2.3.3 Fasilitas Pusat Industri Kreatif

Berikut ini adalah beberapa fasilitas yang terdapat di dalam pusat industri kreatif:

a. Ruang Galeri

Ruang galeri merupakan ruangan yang berfungsi sebagai tempat untuk mengadakan pameran dan galeri yang diadakan oleh masing-masing sub sektor terkait.

b. Ruang Auditorium

Ruang auditorium adalah pertemuan dalam jumlah besar. Kapasitas minimal ruang auditorium adalah 200 tempat duduk.

c. Ruang Workshop

Ruang workshop merupakan ruangan yang mendukung fungsi kegiatan praktik keterampilan.

2.4 Tinjauan Umum Lokasi

2.4.1 Kondisi Administratif dan Geografis Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta atau DIY merupakan daerah istimewa setingkat provinsi di Indonesia yang merupakan peleburan dari Negara Kesultanan Yogyakarta dan Negara Kadipaten Pakualaman dengan ibu kota di Kota Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di bagian selatan Pulau Jawa, dan berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah dan Samudra Hindia. Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki luas 3.185,80 km² ini terdiri atas satu kota, dan empat kabupaten, yang terbagi lagi menjadi 78 kapanewon/kemantren, dan 438 kelurahan. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terletak pada 7°33' – 8°12' Lintang Selatan dan 110°00' – 110°50' Bujur Timur.

Provinsi DIY berbatasan dengan beberapa kabupaten di wilayah Jawa Tengah, yakni:

- a. Wilayah utara berbatasan dengan Kabupaten Magelang dan Kabupaten Klaten.
- b. Wilayah timur berbatasan dengan Kabupaten Klaten dan Wonogiri.
- c. Wilayah Selatan berbatasan dengan Samudra Hindia.
- d. Wilayah barat berbatasan dengan Kabupaten Purworejo.

2.4.2 Kondisi Administratif dan Geografis Kabupaten Sleman

Kabupaten Sleman merupakan salah satu dari 4 Kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman memiliki Ibukota di Kapanewon Sleman yang merupakan pusat pemerintahan kabupaten.

Kabupaten Sleman juga terdapat banyak institusi pendidikan tinggi di Yogyakarta, seperti Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, dan lain-lain. Secara geografis Kabupaten Sleman terletak diantara $110^{\circ} 33' 00''$ dan $110^{\circ} 13' 00''$ Bujur Timur, $7^{\circ} 34' 51''$ dan $7^{\circ} 47' 30''$ Lintang Selatan.

Secara administratif Kabupaten Sleman terdiri dari 17 kecamatan, yang memiliki 86 desa dan 1212 dusun. Wilayahnya berbatasan dengan semua kabupaten yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga Provinsi Jawa Tengah.

Berikut adalah batas wilayah Kabupaten Sleman:

- a. Wilayah utara berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah.
- b. Wilayah timur berbatasan dengan Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.
- c. Wilayah selatan berbatasan dengan Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunungkidul Provinsi DIY.
- d. Wilayah barat berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo, DIY.

Menurut Pemerintah Kabupaten Sleman, berdasarkan karakteristik sumberdaya yang ada, wilayah Kabupaten Sleman terbagi menjadi 4 wilayah, yaitu:

1. Wilayah lereng Gunung Merapi yang merupakan sumber daya air dan ekowisata yang berorientasi pada kegiatan gunung Merapi dan ekosistemnya.
2. Wilayah timur yang merupakan tempat peninggalan purbakala (candi) yang merupakan pusat wisata budaya dan daerah lahan kering serta sumber bahan batu putih.

3. Wilayah tengah yang merupakan pusat pendidikan, perdagangan dan jasa.
4. Wilayah barat yang merupakan daerah pertanian lahan basah yang tersedia cukup air dan sumber bahan baku kegiatan industri kerajinan mendong, bambu serta gerabah.

2.4.3 Kondisi Administratif dan Geografis Kecamatan Depok

Kecamatan Depok merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman. Kecamatan Depok merupakan kawasan yang terdiri dari 3 Desa dan 58 Dusun. Secara geografis Kecamatan Depok terletak di 7.46'43" LS dan 110.23'21" BT dengan luas 3,5 hektar. Terdapat berbagai kurang lebih 23 perguruan tinggi di Kecamatan Depok. Keberadaan berbagai perguruan tinggi di Kecamatan Depok menghadirkan ribuan pelajar, mahasiswa dan pendatang yang berdomisili di daerah ini.

Wilayah administratif di Kecamatan Depok yaitu:

- a. Desa Caturtunggal
- b. Desa Maguwoharjo
- c. Desa Condongcatur

2.5 Tinjauan Proyek Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta

2.5.1 Subsektor Pada Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta

Pembangunan pusat industri kreatif di Kabupaten Sleman sangat diperlukan mengingat Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan potensi ekonomi kreatif yang besar dan beragam, khususnya dalam subsektor musik,

kuliner, fashion, fotografi, dan seni pertunjukan. Kabupaten Sleman sebagai bagian dari Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki keunggulan dalam kreativitas masyarakatnya yang didukung oleh keberadaan banyak perguruan tinggi dan komunitas seni yang aktif. Hal ini menjadikan Sleman sebagai lokasi strategis untuk pengembangan pusat industri kreatif yang dapat menjadi wadah bagi pelaku usaha kreatif dalam mengembangkan produk dan inovasi mereka.

Sub sektor kuliner dan fashion merupakan kontributor utama dalam perekonomian kreatif Yogyakarta, dengan kuliner sebagai subsektor yang paling dominan diikuti oleh fashion. Selain itu, subsektor musik, fotografi, dan seni pertunjukan juga memiliki peran penting dalam memperkaya ekosistem industri kreatif di Yogyakarta, dengan berbagai event dan festival yang rutin digelar sebagai pemantik perkembangan ekonomi kreatif di daerah ini. Oleh karena itu, pusat industri kreatif yang mendukung kelima subsektor tersebut sangat penting untuk menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, seperti ruang produksi, pelatihan, ruang pameran, serta akses pemasaran dan jejaring bisnis.

Pusat industri kreatif di Sleman juga akan berperan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan dan pengembangan keahlian, sehingga pelaku industri kreatif dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan pasar global. Selain itu, keberadaan pusat ini dapat memperkuat koordinasi antar pelaku industri kreatif dan mendorong kolaborasi lintas subsektor, sehingga menciptakan ekosistem yang sinergis dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pembangunan pusat industri kreatif di Kabupaten Sleman merupakan langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Yogyakarta, meningkatkan daya saing produk lokal, serta memperkuat posisi Yogyakarta sebagai kota kreatif yang inovatif dan berbudaya.

2.5.2 Analisis Pemilihan Sub Sektor Pada Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta

Pemilihan lima subsektor ekonomi kreatif dalam perancangan ini didasarkan pada pemetaan potensi daerah, keterkaitan fungsional antara sub sektor, dan urgensi ketersediaan wadah bagi komunitas di Yogyakarta. Berdasarkan data statistik dan tren perkembangan industri, berikut adalah analisis urgensi pemilihan kelima subsektor tersebut:

a. Sub Sektor Kuliner

Kuliner merupakan sub sektor dengan kontribusi ekonomi terbesar di Yogyakarta, menyumbang angka dominan dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) kreatif daerah. Urgensi pemilihan subsektor ini terletak pada fungsinya sebagai jangkar ekonomi dan sosial. Dalam pusat industri kreatif, kuliner tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pendukung, tetapi sebagai daya tarik yang menjamin keberlangsungan sirkulasi pengunjung secara harian.

b. Sub Sektor Musik

Yogyakarta memiliki ekosistem musik yang sangat dinamis, namun banyak pelaku musik independen yang masih kesulitan mengakses ruang produksi dan pameran yang terintegrasi. Menurut Kemenparekraf (2024), musik adalah salah satu subsektor unggulan di DIY. Urgensinya adalah menyediakan wadah bagi aktivitas musik yang selama ini masih bersifat parsial, sehingga tercipta ruang kolaborasi antara musisi dengan sub sektor lainnya.

c. Sub Sektor Fashion

Fashion merupakan salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Yogyakarta, terutama dengan munculnya merek lokal yang menggabungkan elemen tradisional dan modern. Urgensi pemilihan fashion adalah untuk memfasilitasi siklus produksi dari desain hingga pameran. Sub sektor fashion memberikan nilai estetika visual yang kuat pada aktivitas bangunan.

d. Sub Sektor Fotografi

Di era digital, fotografi menjadi kebutuhan fundamental bagi pemasaran seluruh subsektor kreatif lainnya (kuliner, fashion, dan seni pertunjukan). Urgensi subsektor ini terletak pada perannya sebagai penyedia jasa dokumentasi profesional bagi pelaku industri kreatif di Yogyakarta. Fasilitas studio

fotografi dalam rancangan bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk kreatif lokal agar lebih kompetitif di pasar global.

e. Sub Sektor Seni Pertunjukan

Sebagai Kota Budaya, seni pertunjukan adalah jiwa dari kreativitas Yogyakarta. Namun, ruang pertunjukan yang ada saat ini seringkali formal dan kurang aksesibel bagi komunitas muda. Urgensi pemilihan subsektor ini adalah untuk menghidupkan kawasan melalui pertunjukan rutin yang menggabungkan aspek visual dan audio, sekaligus menjadi ruang kolaborasi antar sub sektor kreatif.

2.5.3 Fungsi Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta

Fungsi dari Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta adalah sebagai tempat yang mampu mewadahi kegiatan antar penggiat usaha industri kreatif dari pengrajin kepada konsumen secara langsung. Selain itu berfungsi juga sebagai:

- Tempat memamerkan karya kerajinan kreatif setiap individu atau kelompok (Ruang Pameran).
- Sebagai tempat mengumpulkan karya (Ruang Galeri).
- Tempat jual-beli transaksi antar penggiat industri kreatif dan konsumen (Kios Penjualan)
- Sebagai tempat berkumpulnya para penggiat industri kreatif, pengamat industri kreatif, pelajar, wisatawan, dan masyarakat umum.

2.5.4 Pengguna Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta

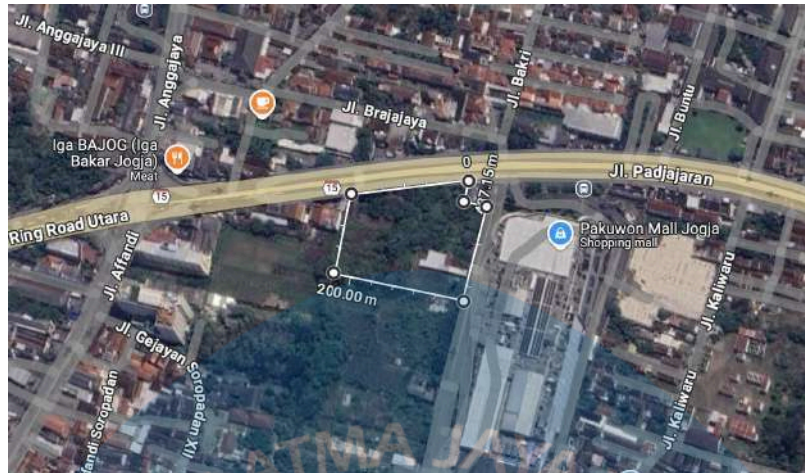
Pelaku pengguna Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Penggiat Industri Kreatif: Merupakan orang yang mempunyai kreatifitas dalam membuat dan menghasilkan sebuah karya yang dapat dipamerkan, di pertunjukan, dan diperjual belikan kepada pengunjung atau konsumen.
2. Pengelola: Pegawai atau pekerja yang dipekerjakan untuk mengurus dan mengelola mengenai administrasi, segala kegiatan yang melibatkan penggunaan tempat baik dari segi teknis, kebersihan, perawatan dan penanggung jawaban kegiatan yang mencakup lingkungan Pusat Industri Kreatif.
3. Pengunjung: terdiri dari pengamat seni, kolektor, pelajar, wisatawan, masyarakat umum, serta penggiat industri kreatif.

2.6 Tinjauan Tapak

2.6.1 Tinjauan Lokasi Tapak

Lokasi tapak berada di Jl. Ring Road Utara No.6, Kaliwaru, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tapak berada di sebelah barat salah pusat perbelanjaan terbesar di Yogyakarta.



Gambar 2.1. Gambar Lokasi Tapak

Sumber: Google Maps

Berikut adalah batas batas wilayah pada tapak:

- Utara : Jl. Ring Road Utara
- Timur : Mall Pakuwon
- Selatan : Lahan Kosong
- Barat : Ruko dan lahan kosong

2.6.2 Kriteria Pemilihan Tapak

Dalam perancangan Pusat Industri Kreatif di Yogyakarta, pemilihan tapak menjadi tahap krusial yang akan sangat mempengaruhi keberhasilan desain dan operasional bangunan. Berikut adalah kriteria yang menjadi acuan dalam pemilihan tapak:

1. Aksesibilitas

Tapak harus mudah dijangkau oleh berbagai moda transportasi, baik umum maupun pribadi. Sehingga tapak juga memiliki akses jalan yang memadai untuk mendukung mobilitas pengguna, pengunjung, dan logistik. Selain itu tapak juga harus

dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, kawasan pendidikan, kawasan wisata, atau pusat komunitas kreatif di Yogyakarta.

2. Ketersediaan Lahan

Luas lahan harus memadai untuk menampung seluruh fungsi utama dan pendukung pusat industri kreatif, termasuk ruang terbuka, area workshop, area pertunjukan, dan fasilitas umum. Sehingga memungkinkan adanya pengembangan di masa mendatang (fleksibilitas jangka panjang).

3. Kondisi Lingkungan Fisik

Tapak Memiliki kualitas lingkungan yang baik, seperti pencahayaan alami, ventilasi, dan pemandangan yang mendukung suasana kreatif. Selain itu tapak juga berada di lingkungan yang aman dari bencana alam seperti banjir.

4. Dukungan Infrastruktur

Di sekitar tapak harus tersedia fasilitas utilitas dasar seperti listrik, air bersih, dan jaringan komunikasi. Serta dekat dengan fasilitas pendukung seperti penginapan, rumah makan, dan fasilitas umum lainnya.

5. Regulasi

Tapak harus sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Yogyakarta dan tidak berada di kawasan yang dilarang untuk pembangunan atau kawasan lindung.

2.6.3 Regulasi Tapak

Regulasi yang terdapat pada lokasi tapak berdasarkan peraturan Pemerintah Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- GSB = 8 meter
- KDB = 70%
- KLB = 14
- KDH = 20%
- KTB = 20 meter

