

PENERAPAN PLACEMAKING DALAM PERANCANGAN CREATIVE HUB DI SURAKARTA

Diantara Nur Alam, Avi Marlina

Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret
Surakartadiantaranura@student.uns.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan industri kreatif memberikan kontribusi besar bagi perekonomian di Indonesia, termasuk di Kota Surakarta. Kota Surakarta mendapat julukan sebagai Kota Kreatif dengan Seni Pertunjukan sebagai subsektor unggulan melalui program PMK3I pada tahun 2019. Surakarta saat ini juga diusulkan untuk menjadi bagian dari Jaringan Kota Kreatif (Creative Cities Network) di UNESCO, dengan fokus pada seni pertunjukan dan kerajinan tradisional pada tahun 2023. Namun demikian, di Surakarta masih kurang interaksi antar pelaku industri kreatif sehingga kolaborasi belum optimal antar pelaku kreatif dan ruang kreatif belum optimal. Oleh karena itu, pembentukan Creative Hub menjadi langkah strategis untuk merespons tantangan ini. Creative Hub diharapkan menciptakan suatu lingkungan yang merangsang pertukaran ide, kolaborasi lintas sektor, dan interaksi yang lebih aktif di antara pelaku industri kreatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, diawali dengan tahap identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, dan menghasilkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan. Hasil dari penelitian ini berupa implementasi teori placemaking yang meliputi Access & Linkage (Akses & Konektivitas), Uses & Activities (Kegunaan & Aktivitas), Sociability (Interaksi Sosial), serta Comfort & Image (Kenyamanan & Citra Tempat) yang dapat mengoptimalkan ruang kreatif dan menciptakan tempat yang memiliki makna.

Kata kunci: creative hub, ekonomi kreatif, industri kreatif, placemaking, Kota Surakarta.

1. PENDAHULUAN

Tahun 2018, tercatat bahwa industri kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian nasional Indonesia. Industri kreatif di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekraf berkontribusi sebesar Rp1.211 triliun kepada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2019 yang berkontribusi sebesar Rp1.105 triliun.

Pertumbuhan industri kreatif di Kota Surakarta menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2015, pertumbuhan sektor industri kreatif di Kota Surakarta mencapai 5,46%, meningkat dari 5,24% pada tahun 2014 (Bangsawan, 2017). Hal ini menunjukkan perkembangan yang positif dalam industri kreatif di kota tersebut. Selain itu, keberadaan para pelaku ekonomi kreatif di Surakarta juga terus meningkat, mencakup berbagai subsektor seperti arsitektur, desain komunikasi visual, kriya, kuliner, dan lainnya. Dengan adanya pertumbuhan yang signifikan, pemberdayaan industri kreatif melalui instrumen hukum perizinan ekonomi kreatif menjadi hal yang penting untuk mendukung perkembangan industri kreatif di Kota Surakarta.

Kota Surakarta, sebagai kota kreatif, menawarkan berbagai keunggulan dalam seni pertunjukan dan budaya. Kota Surakarta mendapat julukan sebagai Kota Kreatif dengan Seni Pertunjukan sebagai subsektor unggulan melalui program PMK3I pada tahun 2019. Dilansir dari

kompas.com pada tahun 2023, Surakarta diusulkan untuk menjadi bagian dari Jaringan Kota Kreatif (Creative Cities Network) UNESCO, dengan fokus pada seni pertunjukan dan kerajinan tradisional.

Surakarta, sebagai kota yang kaya akan warisan budaya dan seni, memancarkan kreativitas yang melimpah. Meskipun demikian, paradoksnya terletak pada kenyataan bahwa interaksi antara pelaku industri kreatif di kota ini masih tergolong minim. Keberadaan potensi kreatif yang berlimpah di Solo tidak seluruhnya dieksploitasi secara optimal, dan hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam kolaborasi antar pelaku kreatif. Minimnya interaksi ini dapat mengakibatkan ketidakmaksimalan pemanfaatan bakat dan inovasi yang ada di masyarakat. Surakarta memiliki 170 Ruang Kreatif yang banyak dimanfaatkan (Marihastuti, 2019). Tetapi berdasarkan studi oleh lembaga penelitian Prima Prakarsa Maju Bersama (PPMB) bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 48% ruang kreatif tidak memenuhi standar fasilitas perkotaan, variasi komunitas dan produk pada industri kreatif dan perlu banyak perbaikan untuk menjadi ruang kreatif.

Pembentukan Creative Hub menjadi langkah strategis untuk merespons tantangan ini. Melalui Creative Hub, diharapkan tercipta suatu lingkungan yang merangsang pertukaran ide, kolaborasi lintas sektor, dan interaksi yang lebih aktif di antara pelaku industri kreatif. Dengan cara ini, Surakarta dapat meresapi potensinya secara lebih holistik dan memberdayakan keberagaman kreatif yang ada untuk meningkatkan daya saingnya sebagai pusat kreativitas di Indonesia.

Creative Hub ini akan menerapkan konsep ruang kreatif. Menurut (Lloyd, 2009) sebuah ruang dapat dikatakan sebagai ruang kreatif jika ruang tersebut dapat menciptakan suasana ruang yang dapat menjaga fokus, mempertahankan atensi, serta menstimulasi ide kreatif pengguna sehingga ruang tersebut dapat membentuk perilaku kreatif.

Pendekatan *placemaking* pada *creative hub* menjadi langkah yang strategis dalam upaya mengoptimalkan ruang kreatif dan merangsang pertumbuhan ekosistem kreatif di Surakarta. *Creative Hub* tidak hanya akan menjadi sebuah pusat kolaborasi dan inovasi, tetapi juga sebuah ruang publik yang merangkul dan mengakomodasi kebutuhan para pelaku kreatif di Surakarta. Dengan melibatkan partisipasi aktif dari komunitas kreatif, *creative hub* diharapkan menjadi tempat yang menginspirasi, memfasilitasi pertukaran ide, dan merayakan keberagaman seni dan budaya. Menurut Steuteville, dalam (Putri, 2021) *placemaking* menjadi cara untuk mencapai tujuan dalam membentuk tempat yang berkualitas, yaitu suatu bangunan, lokasi, atau ruang yang memiliki makna tempat yang kuat. Menurut (Project for Public Space, 2016), terdapat 4 (empat) unsur *placemaking* yaitu *Access & Linkage* (Akses & Konektivitas), *Uses & Activities* (Kegunaan & Aktivitas), *Sociability* (Interaksi Sosial), serta *Comfort & Image* (Kenyamanan & Citra Tempat).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan *Creative Hub* dengan pendekatan *Placemaking* di Surakarta, yaitu deskriptif kualitatif yang diawali dengan tahap identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, dan menghasilkan rumusan konsep perencanaan dan perancangan.

Tahap awal melibatkan identifikasi masalah, di mana perencanaan dimulai dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif di Surakarta. Hasil observasi tersebut menimbulkan potensi serta masalah yang kemudian dirumuskan menjadi isu permasalahan.

Tahap kedua yaitu pengumpulan data, baik data primer maupun sekunder. Data primer diperoleh dengan observasi tapak dan mengumpulkan data eksisting. Data sekunder diperoleh melalui

studi literatur, mengumpulkan data berasal dari teori yang sesuai serta studi preseden sebagai acuan dalam menyusun konsep perencanaan dan perancangan.

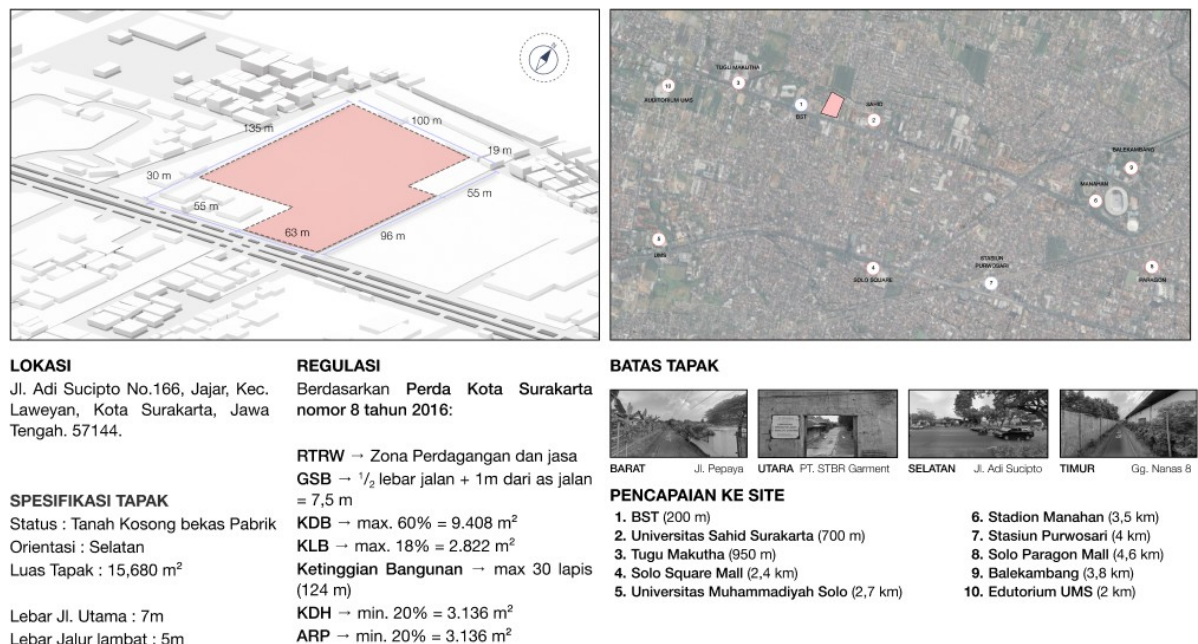
Tahap ketiga yaitu analisis data. Data yang diperoleh kemudian di analisis dan disintetis berdasarkan kriteria desain yang sudah ditetapkan yaitu hubungan antara prinsip ruang kreatif dan *placemaking* yang dipengaruhi oleh aspek fisik arsitektural. Analisis desain meliputi analisis pengguna dan kegiatan, kebutuhan ruang, hubungan ruang serta organisasi ruang. Selain itu, terdapat analisis lokasi tapak, analisis klimatologi pada tapak, analisis zonasi, analisis gubahan massa dan tampilan bangunan serta analisis struktur dan utilitas bangunan.

Tahap keempat yaitu perumusan konsep desain berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Konsep desain kemudian menjadi acuan dalam perencanaan dan perancangan *creative hub* dengan menerapkan kriteria *placemaking* di Surakarta. Konsep desain meliputi konsep tapak, konsep ruang, konsep bentuk dan tampilan, konsep struktur, dan konsep utilitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan *Creative Hub* yang bertujuan untuk mewadahi para pelaku industri kreatif yang dapat mendukung segala aspek dalam kegiatan kreatif seperti mengembangkan ide, karya, inovasi serta menjadi tempat untuk berkolaborasi antar pelaku kreatif untuk mensejahterakan masyarakat dan mewujudkan cita-cita Kota Surakarta menjadi Kota Kreatif.

Lokasi tapak *Creative Hub* berada di Jl. Adi Sucipto No.166, Jajar, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Tapak merupakan lahan kosong bekas pabrik dengan luas 15,680 m². Lokasi ini dipilih berdasarkan berbagai faktor, seperti kemudahan akses menuju tapak, lokasi tapak yang berada dekat dengan pusat kota, serta sesuai dengan RTRW kota Surakarta, yaitu zona perdagangan dan jasa.



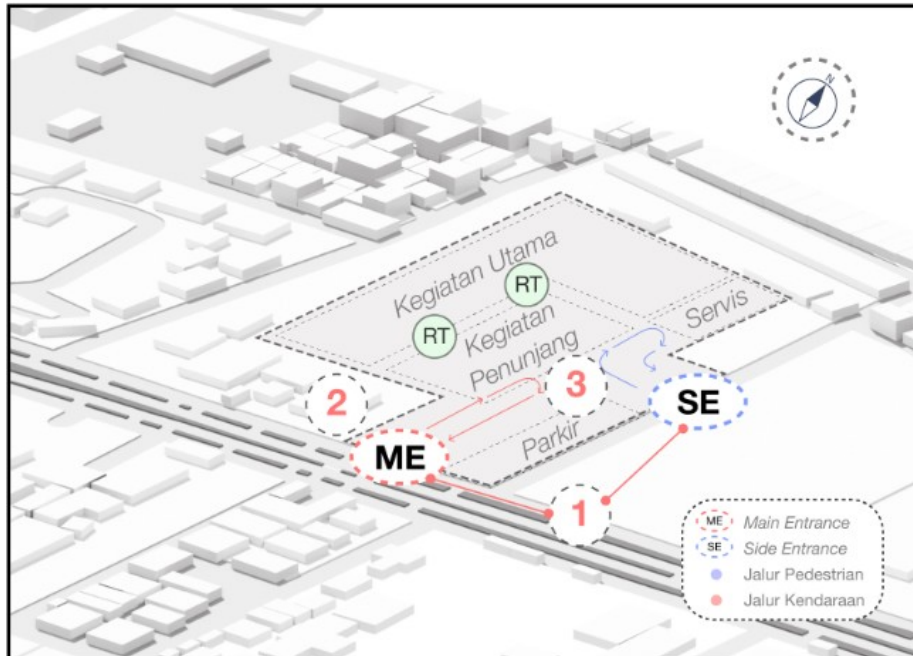
Gambar 1
Lokasi Tapak Perancangan

Perancangan *Creative Hub* dengan pendekatan *placemaking* menjadi langkah yang strategis dalam upaya mengoptimalkan ruang kreatif dan merangsang pertumbuhan ekosistem kreatif di Surakarta. *Placemaking* memiliki unsur yaitu *Access & Linkage* (Akses & Konektivitas), *Uses & Activities* (Kegunaan & Aktivitas), *Sociability* (Interaksi Sosial), serta *Comfort & Image*

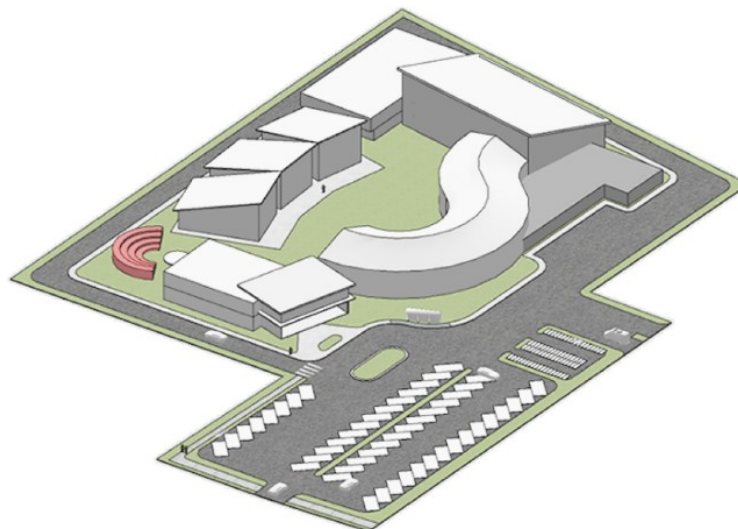
(Kenyamanan & Citra Tempat).

Konsep aksesibilitas, sirkulasi dan konektivitas pada tapak (*Access & Linkage*)

Aspek *access & linkage* menciptakan ruang publik yang saling berhubungan dan terakses dengan baik. Hal ini mempengaruhi pencapaian suatu tempat, keterhubungan antara tempat tersebut dengan area sekitarnya, sirkulasi dalam tapak serta keamanan dan kenyamanan akses.



Gambar 2
Rencana Aksesibilitas dan Keterhubungan antar Massa pada Tapak

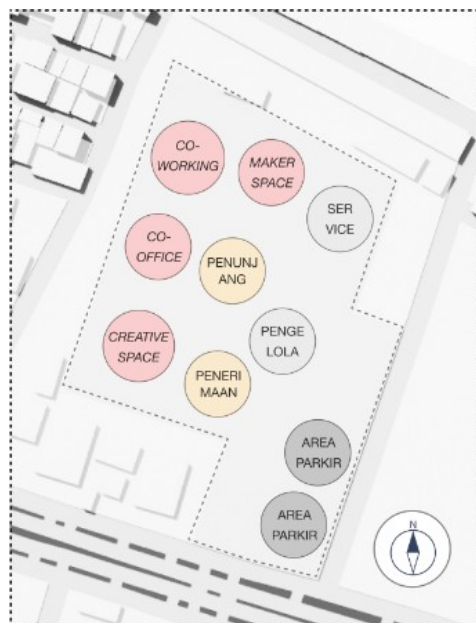


Gambar 3
Rencana Aksesibilitas dan Keterhubungan antar Massa pada Tapak

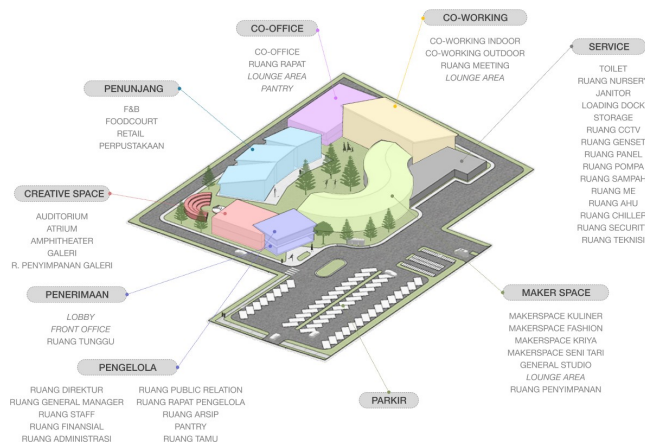
Konsep aksesibilitas dan sirkulasi pada tapak diimplementasikan dengan memisahkan sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan umum serta sirkulasi di dalam tapak yang dipengaruhi oleh selasar dan juga ruang terbuka berupa taman sebagai penghubung antar massa. Peletakan *main entrance* berada di sisi selatan tapak karena mudah diakses dari jalur utama & *side entrance* berada di sisi timur tapak. Sirkulasi pedestrian yang diarahkan menuju massa utama dan sirkulasi kendaraan umum yang diarahkan langsung dari pintu masuk ke area parkir.

Konsep kegiatan utama dan penunjang pada tapak (*Uses & Activities*)

Pembagian elemen fungsi dan aktivitas pada site merupakan penerapan aspek *uses & activity* pada kriteria *placemaking*. Tujuan dari pembagian ini adalah untuk optimalisasi penggunaan ruang publik dengan mempertimbangkan karakteristik pengguna dan mengelompokkan kegiatan yang serupa. Dengan memperhatikan kebutuhan dan preferensi pengguna, *placemaking* dapat menciptakan ruang publik yang lebih inklusif, ramah lingkungan, dan serta responsif terhadap kebutuhan pengguna.



Gambar 4
Rencana Pembagian Elemen Fungsi dan Aktivitas pada Tapak

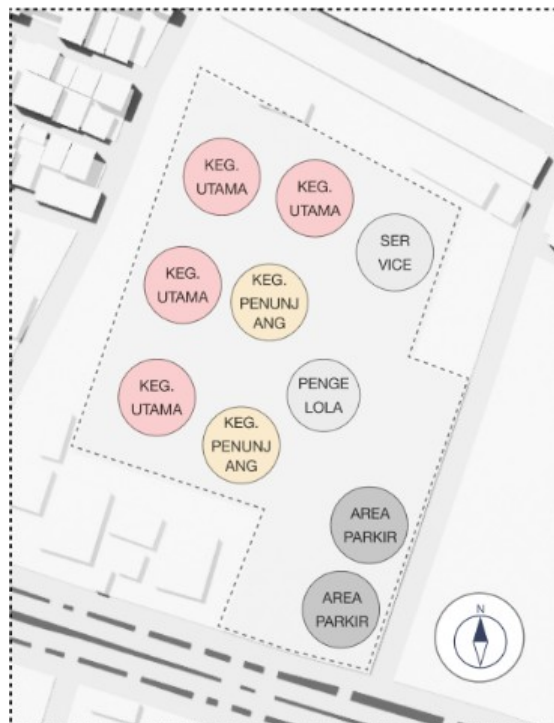


Gambar 5
Rencana Pembagian Elemen Fungsi dan Aktivitas pada Tapak

Konsep pembagian unsur fungsi dan aktivitas pada site dirancang berdasarkan ragam pengguna dan kelompok kegiatan. Fokus kegiatan dibagi menjadi kegiatan kreasi yang meliputi kelompok kegiatan *co-office* serta *creative space*, produksi yang meliputi kelompok kegiatan *maker space*, pemasaran yang meliputi kelompok kegiatan penunjang yaitu retail, dan hiburan yang meliputi kelompok kegiatan penunjang dan ruang terbuka hijau. Pembagian elemen fungsi dan aktivitas diperoleh berdasarkan analisis pengguna, tapak dan peruangan.

Konsep kegiatan di tapak & ruangan untuk mendorong interaksi sosial (*Sociability*)

Berdasarkan aspek *sociability*, *placemaking* harus memaksimalkan ruang publik dengan memperhatikan kebutuhan berbagai kelompok pengguna yang dapat merangsang interaksi sosial dan membangun rasa komunitas di antara penggunanya.

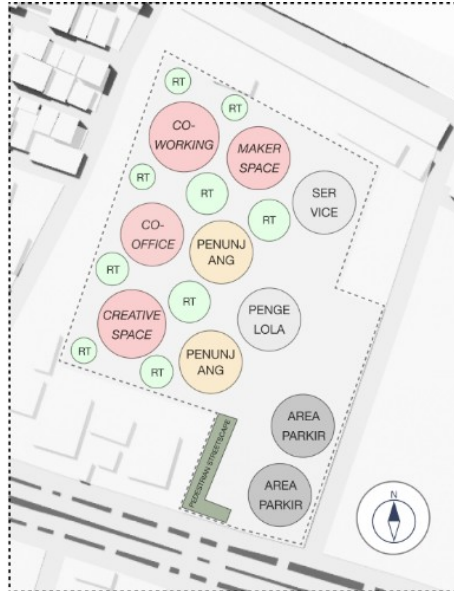


Gambar 6
Rencana Zoning Ruang pada Tapak

Aspek *sociability* diimplementasikan dengan adanya ruang-ruang yang bersifat komunal serta penataan memperhatikan *zoning* ruang dengan menggabungkan beberapa jenis aktivitas yang beragam sehingga dapat membentuk interaksi antar pengguna. Zoning ruang didapatkan berdasarkan analisis tapak yang dibagi menjadi zona public, semi-publik, privat dan servis.

Konsep kenyamanan dan citra tempat (*Comfort & Image*)

Aspek *comfort & image* menciptakan ruang publik yang nyaman dan memberikan kesan yang menarik. Kenyamanan mencakup persepsi tentang keamanan, kebersihan, dan ketersediaan tempat duduk. Ruang terbuka sebagai penghubung antar massa sebagai area hijau yang merupakan respons terhadap matahari dan angin dalam rangka memberikan penyejukan



Gambar 7
Rencana Zoning Ruang pada Tapak

Aspek *comfort & image* diimplementasikan dengan mengolah aspek kebisingan, pencahayaan dan penghawaan pada tapak dengan merespon kebutuhan dan kenyamanan pengguna, menghadirkan area terbuka hijau, serta pengolahan pedestrian dengan merancang sebuah *streetscape* yang secara utuh dirancang untuk pedestrian dan unsur elemen peneduh seperti vegetasi pohon yang digunakan pada sekitar jalan pedestrian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pendekatan *placemaking* pada *creative hub* menjadi langkah yang strategis dalam upaya mengoptimalkan ruang kreatif dan merangsang pertumbuhan ekosistem kreatif di Surakarta. *Creative Hub* tidak hanya akan menjadi sebuah pusat kolaborasi dan inovasi, tetapi juga sebuah ruang publik yang merangkul dan mengakomodasi kebutuhan para pelaku kreatif di Surakarta.

Penerapan konsep *placemaking*, yaitu *access & linkage* diterapkan dengan mendesain pola aksesibilitas pada site yang memisahkan sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan umum serta sirkulasi didalam tapak yang dipengaruhi oleh selasar dan juga ruang terbuka berupa taman sebagai penghubung antar massa. *Uses & activities* diterapkan dengan pembagian unsur fungsi dan aktivitas pada site dirancang berdasarkan ragam pengguna dan kelompok kegiatan. *Sociability* diterapkan dengan merancang ruang yang bersifat komunal serta penataan memperhatikan zoning ruang dengan menggabungkan beberapa jenis aktivitas yang beragam sehingga dapat membentuk interaksi antar pengguna. *Comfort & Image* diterapkan dengan menghadirkan area terbuka hijau, serta pengolahan pedestrian dengan merancang sebuah *streetscape* serta penggunaan unsur elemen peneduh seperti vegetasi pohon yang digunakan pada sekitar jalan pedestrian. Penerapan *placemaking* pada bangunan *creative hub* di Surakarta juga mencakup seluruh aspek perancangan arsitektural, mulai dari tapak, ruang, bentuk dan tampilan, struktur, dan utilitas.

REFERENSI

- Bangsawan, M. I. (2017). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kota Surakarta Melalui Instrumen Hukum Perizinan Industri Kreatif. *Perizinan di Era Citizen Friendly*, 318.
- Lloyd. (2009). *Creative Space*. Diambil kembali dari Catalystranchmeetings: <http://www.catalystranchmeetings.com/Thinking-Docs/Creative-Space-by-Peter-Lloyd.pdf>
- Marihastuti, N. (2019). *Ruang Kreatif*. Diambil kembali dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta: <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destination-category/ruang-kreatif/>
- Project for Public Space. (2016). *Project for Public Space*. Diambil kembali dari <https://www.pps.org/>
- Putri, A. R. (2021). Pusat Kegiatan Warga (Civic Center) sebagai Upaya Revitalisasi Bekas Rumah Sakit Kadipolo dengan Pendekatan Placemaking di Surakarta. *Senthong*.