BE KRAF

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia

PERAN ARSITEKTUR SEBAGAI INFRASTRUKTUR EKONOMI KREATIF

Hari Sungkari

Deputi Infrastruktur

BADAN EKONOMI KREATIF

Bandung, 3 Agustus 2017

BADAN EKONOMI KREATIF

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 6 TAHUN 2015TENTANG

BADAN EKONOMI KREATIF

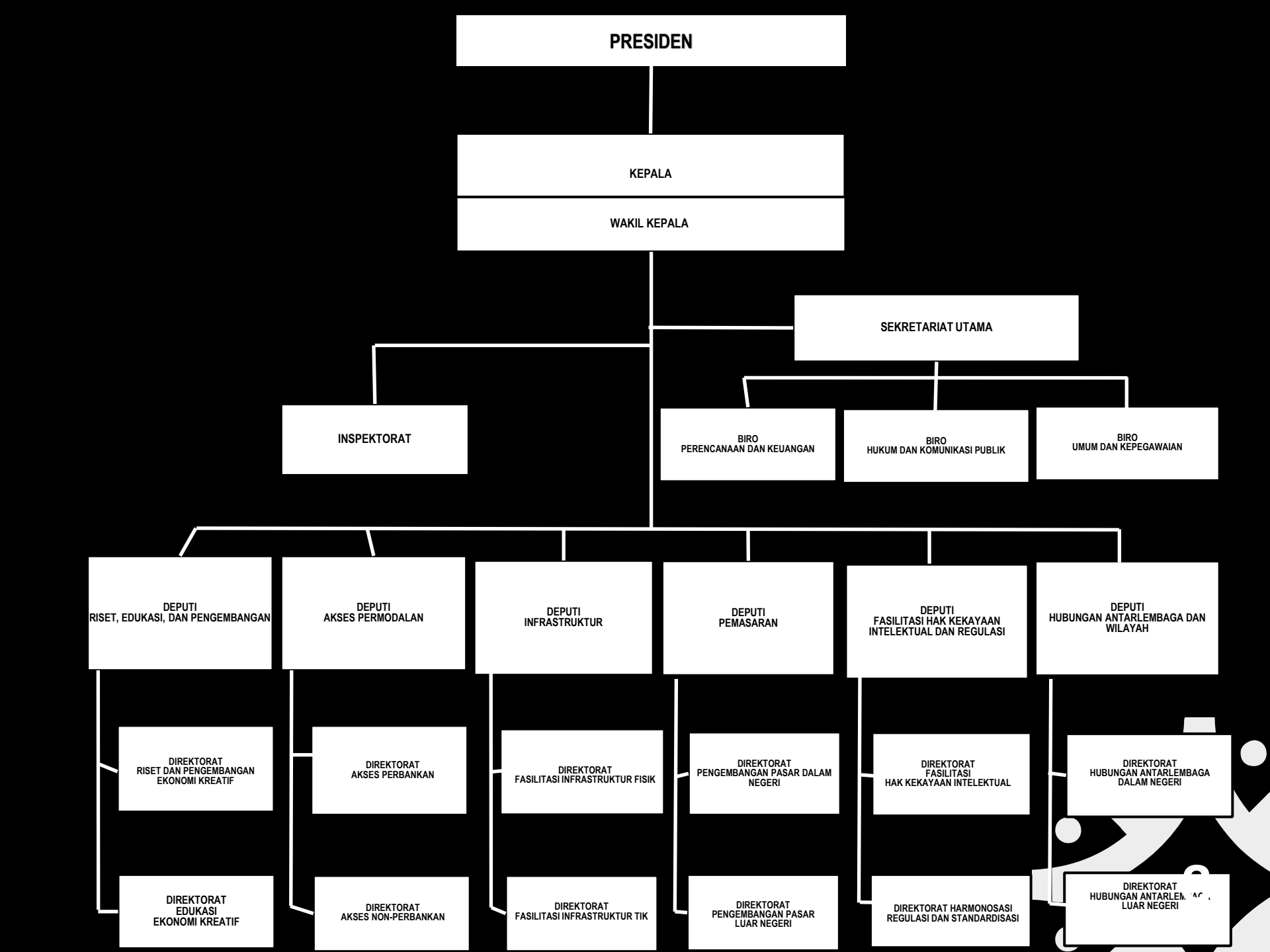
Jo

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 72 TAHUN 2015 TENTANG

BADAN EKONOMI KREATIF

SUB SEKTOR EKONOMI KREATIF

1. aplikasi dan game,
2. arsitektur,
3. desain interior,
4. desain komunikasi visual,
5. desain produk,
6. fashion,
7. film, animasi, dan video,
8. fotografi,
9. kriya,
10. kuliner,
11. musik,
12. penerbitan,
13. periklanan,
14. seni pertunjukan,
15. seni rupa,
16. televisi dan radio


PRESIDEN
KEPALA
WAKIL KEPALA
SEKRETARIAT UTAMA
INSPEKTORAT
BIRO
PERENCANAAN DAN KEUANGAN
BIRO
HUKUM DAN KOMUNIKASI PUBLIK
BIRO
UMUM DAN KEPEGAWAIAN
DEPUTI
RISET, EDUKASI, DAN PENGEMBANGAN
DEPUTI
AKSES PERMODALAN
DEPUTI
INFRASTRUKTUR
DEPUTI
PEMASARAN
DEPUTI
FASILITASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DAN REGULASI
DEPUTI
HUBUNGAN ANTARLEMBAGA DAN WILAYAH
DIREKTORAT
RISET DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
DIREKTORAT
AKSES PERBANKAN
DIREKTORAT
FASILITASI INFRASTRUKTUR FISIK
DIREKTORAT
PENGEMBANGAN PASAR DALAM NEGERI
DIREKTORAT
FASILITASI
HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DIREKTORAT
HUBUNGAN ANTARLEMBAGA DALAM NEGERI
DIREKTORAT
EDUKASI
EKONOMI KREATIF
DIREKTORAT
AKSES NON-PERBANKAN
DIREKTORAT
FASILITASI INFRASTRUKTUR TIK
DIREKTORAT
PENGEMBANGAN PASAR LUAR NEGERI
DIREKTORAT HARMONOSASI REGULASI DAN STANDARDISASI
DIREKTORAT
HUBUNGAN ANTARLEMBAGA LUAR NEGERI

Riset, Edukasi dan Pengembangan

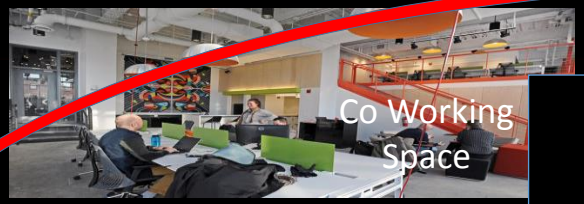
Hubungan Antara Lembaga dan Daerah

Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual

Akses Permodalan

Akses Pemasaran

KREASI → PRODUKSI → DISTRIBUSI → KONSUMSI → KONSERVASI



Co Working Space



Infrastruktur





BUSINESS INCUBATOR



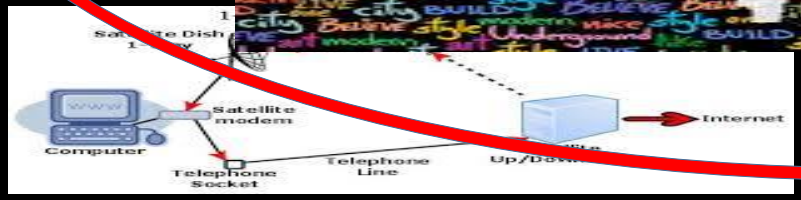
DESA KREATIF







KABUPATEN dan KOTA KREATIF



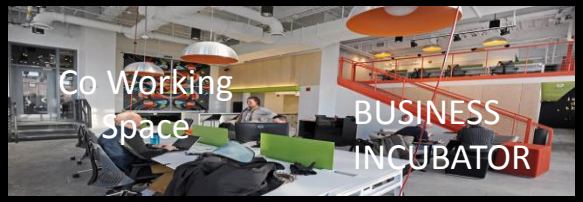


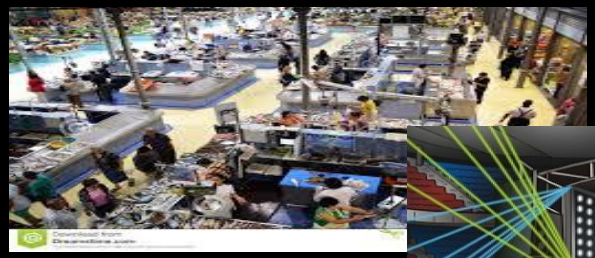




Regulasi

KREASI → PRODUKSI → DISTRIBUSI → KONSUMSI → KONSERVASI









Infrastruktur





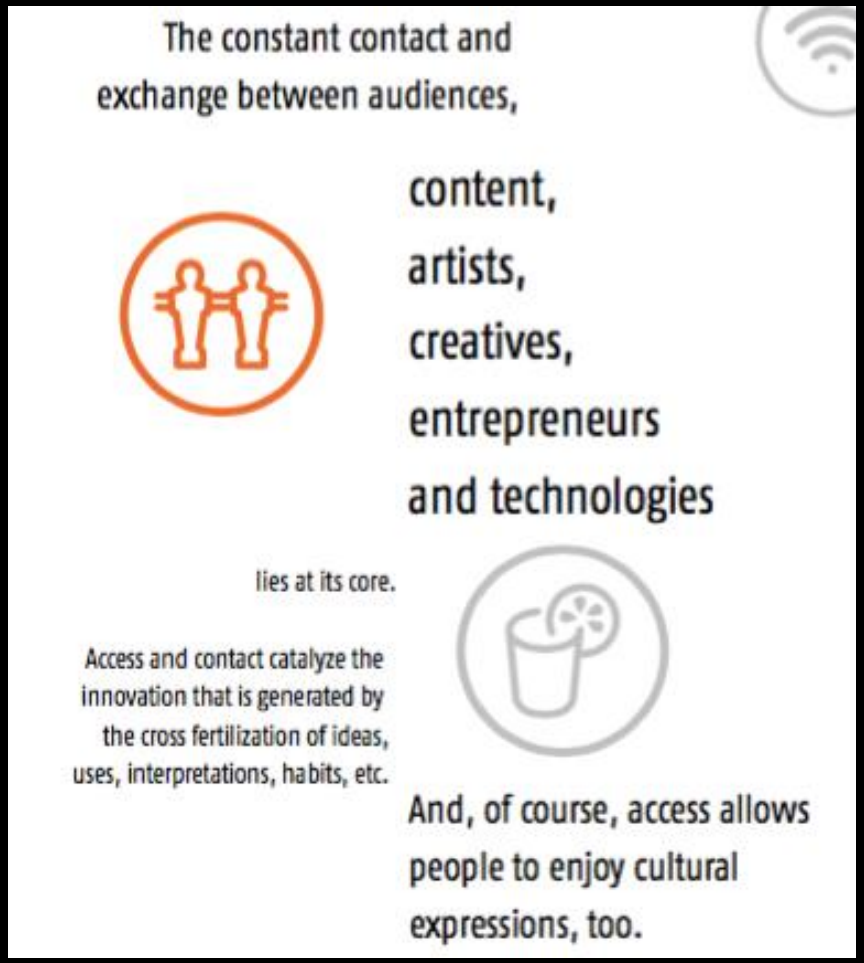
KABUPATEN dan
KOTA KREATIF

- Creative Industries, location matters, but place is the major influence on growth and competitiveness.

- Place differs from location because it encapsulates a set of social, environmental and cultural factors

- Creative businesses develop and grow through place and in turn help to transform place.

Ruang Kreatif



Sumber: Orange Economy, 2013

- Inti dari ketersediaan Ruang Kreatif yaitu adanya **keterhubungan dan pertukaran yang konstan** di antara pengguna, konten, para pelaku kreatif, wirausahawan, dan teknologi.

- Adanya **akses dan keterhubungan** tersebut akan **mempercepat laju inovasi** yang dihasilkan dari “perkawinan silang” dari berbagai ide, pemanfaatan, interpretasi, kebiasaan, dsb

Ruang Kreatif



- Seluruh aktivitas yang terjadi di ruang kreatif harus “terhubung” dengan **infrastruktur**, baik secara fisik (jalan, taman, stadium, airport, pusat perbelanjaan, dsb) ataupun TIK (FO, antena, wifi, dsb).
- Dengan tersedianya kedua jenis infrastruktur tersebut, maka para pelaku kreatif akan dapat mengembangkan ide baru, memperkaya, dan menyemarakkan ruang yg ada melalui kreasi mereka.

Sumber: Orange Economy, 2013

- Cities have always needed creativity to work as markets, trading and production center, with their critical mass of entrepreneurs, artists, intellectuals, students, administrators and power-brokers.

- They have mostly been the places where races and cultures mix and where interaction creates new ideas, artifacts and institutions. And they have been the places which allow people room to live out their ideas, needs, aspirations, dreams, projects, conflicts, memories, anxieties, loves, passions, obsessions and fears.

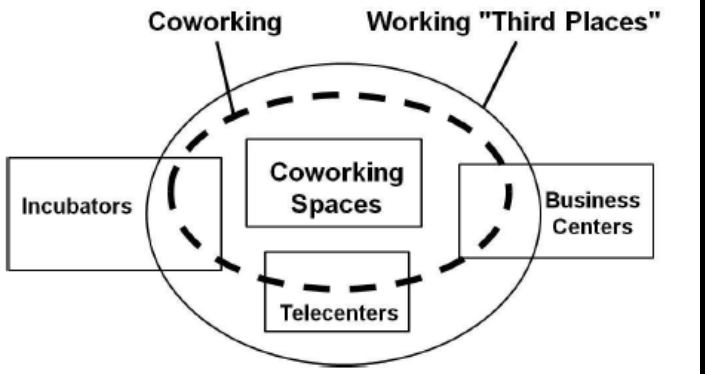
- the industries of the twenty first century will depend increasingly on the generation of knowledge through creativity and innovation matched with rigorous systems of control.

Key Infrastructural Conditions for Creative Industries Growth and Competitiveness

- A strong and specialised Higher Education Sector
- An innovative further and school education sector, plus a strong informal learning sector
- Global partnerships and trade initiatives
- Diversity advantage
- Strong spaces of cultural consumption connecting spaces of production

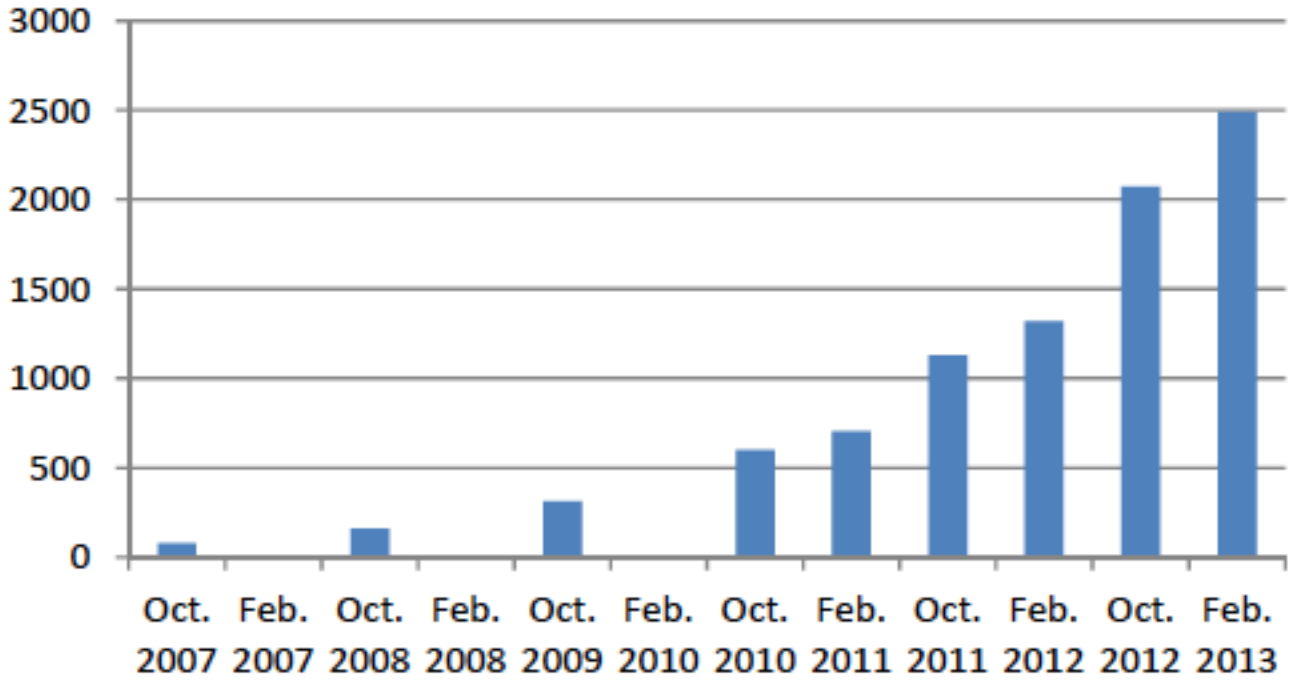
Building new places of the creative economy
The rise of coworking spaces

Figure 1. Third places and the hybridization of workplace



Bruno MORISET
Associate Professor of Geography and Planning
UMR 5600 EVS – University of Lyon
bruno.moriset@univ-lyon3.fr

Figure 3. Estimated number of coworking spaces worldwide (adapted from *Deskmag*)



Kontribusi BEKRAF

Bantuan Pemerintah

- Revitalisasi Ruang
- Sarana Ruang Kreatif
- Sarana TIK






TAMAN KULINER
CONDONGCATUR


SLEMAN
CREATIVE
SPACE

UNIVERSITAS AL-MUSLIM, BIREUN, NANGGROE ACEH DARUSSALAM





Revitalisasi Kawasan





YOGYAKARTA INDUSTRIAL PARK

MASTERPLAN - ZONING

