

ABSTRAKSI

Ekonomi kreatif merupakan bidang baru yang mulai muncul secara global pada tahun 1990-an dan berada di tahap keempat setelah era ekonomi pertanian, ekonomi industri, serta ekonomi informasi. Di Indonesia, ekonomi kreatif penting untuk dikembangkan karena perannya yang signifikan terhadap perekonomian. Yogyakarta sebagai Kota Seni Budaya dan Kriya memiliki potensi yang besar dalam sektor ekonomi ini, terutama dalam subsektor kerajinan.

Dalam iklim kreatif yang optimal, anak muda di Yogyakarta sangatlah potensial untuk menciptakan inovasi-inovasi dalam industri kreatif. Aktivitas dan komunitas kreatif yang mayoritas beranggotakan anak muda memang banyak bertebaran di kota ini. Mereka terus diharapkan agar dapat menciptakan suatu inovasi dengan identitas Yogyakarta. Namun pengetahuan dan keterampilan dasar bagi penciptaan produk dengan ciri khas Yogyakarta masih dianggap bersifat eksklusif dan kaku. Iklim kreatif yang ada saat ini cenderung mengekspos hasil dan menyembunyikan proses. Adanya sarana edukasi yang mendukung inovasi berkelanjutan bagi produk khas Yogyakarta berikut sarana eksperimen, produksi, dan promosinya dapat membuat iklim kreatif di kota ini semakin produktif dan inovatif.

Untuk itu, Ruang Kreatif Publik dirancang di Yogyakarta sebagai wadah kegiatan kreatif berupa diskusi, edukasi (lokakarya), promosi (pameran dan fungsi komersial), eksperimen, serta produksi dengan penekanan pada proses kreatif dan kaitannya dengan unsur spasial. Ruang Kreatif Publik ini akan berfokus pada subsektor kerajinan yang tidak terlepas dari peran subsektor lain sebagai pendukung terbentuknya inovasi dalam kerajinan tersebut. Adanya Ruang Kreatif Publik diharapkan dapat berperan sebagai lingkungan beriklim inovatif yang dapat diakses secara bebas oleh masyarakat, baik profesional, amatir, maupun awam, sebagai pembentuk *mindset* dan *moodset* kreatif yang merupakan modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif.

ABSTRACT

Creative economy is a new field that emerges globally in 1990s and is the fourth stage after agro-economy, industrial economy, and information-based economy. In Indonesia, creative economy is important to be developed following its significant role in the country's economy. Yogyakarta as a creative city in the crafts and folks art category has a huge potential in this creative sector, especially in developing its strength in crafts subsector.

Within an optimum creative ambience, youngsters in Yogyakarta have a massive chance to create inovations in creative industry. With creative activities and creative communities that are continually developed by the youngsters, they are expected to create innovations which contain a strong Yogyakartaans identity. But unfortunately, the basic knowledge and skill for creating the sacred Yogyakartaans identity is still considered as exclusive and rigid. The creative ambience now known only in exposing the result and hiding the process behind. It could help a lot to create a productive and innovative creative ambience if only there's an educational platform that supports experimentation, production, and promotion process in creating a continuous innovation.

For that matter, Creative Space for Public is designed in Yogyakarta and is expected to play its role as a space for creative activities such as discussion, education (workshop), promotion (exhibition and commercial function), experimentation, and also production; emphasizing the connection between creative process and spatial context. This Creative Space for Public will be focusing in crafts subsector without neglecting the role of other subsector as a support in creating innovations in the crafts subsector itself. Thus, Creative Space for Public in Yogyakarta is expected to be a creative-based environment that is accessible by all citizens from all basis, the proffesionals and the amateurs; as a mindset and moodset creator which is the main thing to posses in creative economy development.