



STRATEGI PENGEMBANGAN KOTA KREATIF DI INDONESIA

(PERSPEKTIF PEMAJUAN KEBUDAYAAN)

**STRATEGI PENGEMBANGAN
KOTA KREATIF DI INDONESIA:
PERSPEKTIF PEMAJUAN KEBUDAYAAN**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PERBUKUAN
PUSAT PENELITIAN KEBIJAKAN**

2020

STRATEGI PENGEMBANGAN KOTA KREATIF DI INDONESIA: PERSPEKTIF PEMAJUAN KEBUDAYAAN

Penulis:

Ihya Ulumuddin, M.Si. (kontributor utama)
Sugih Biantoro, M.Hum. (kontributor anggota)
Khairur Raziqin, ME (kontributor anggota)
Novirina R.U (kontributor anggota)

ISBN: 978-602-0792-93-4

Penyunting:

Dr. Ali Akbar, S.S., M.Hum
Kaisar Julizar, S. Sos

Tata Letak:

Erni Hariyanti, S.Psi

Desain Cover:

Genardi Atmadiredja, S.Sn., M.Sn.

Penerbit:

Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan,
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Redaksi:

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Gedung E Lantai 19
Jalan Jenderal Sudirman-Senayan, Jakarta 10270
Telp. +6221-5736365
Faks. +6221-5741664
Website: <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id>
Email: puslitjakbud@kemdikbud.go.id

Cetakan pertama, 2020

PERNYATAAN HAK CIPTA

© Puslitjakdikbud/Copyright@2020

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA SAMBUTAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah selesainya laporan penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan (Puslitjakdikbud). Dalam kesempatan ini, saya selaku Kepala Puslitjakdikbud secara khusus menyambut baik atas terselesaikannya penelitian dan penulisan buku tentang “Strategi Pengembangan Kota Kreatif di Indonesia: Perspektif Pemajuan Kebudayaan”.

Dalam kesempatan ini, selaku Kepala Puslitjakdikbud, saya menyampaikan terima kasih kepada tim peneliti atas kerja kerasnya sehingga penelitian dan penulisan laporan ini dapat selesai tepat pada waktunya. Juga kepada berbagai pihak yang mendukung proses penelitian ini. Kiranya penelitian dan penulisan ini dapat berguna bagi semua pihak. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2020

Kepala Pusat,

Irsyad Zamjani, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berbagai karunia, rahmat dan berokah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian Tahun 2019 program Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tentang “Strategi Pengembangan Kota Kreatif di Indonesia: Perspektif Pemajuan Kebudayaan”, khususnya yang mengkaji 2 (dua) kota yang telah terdadar dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO (UCCN) (Kota Pekalongan dan Kota Bandung) maupun terhadap 2 (dua) kota yang sedang berproses menuju UCCN, Kota Solo dan Kota Ambon.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan menyelesaikan penulisan laporan penelitian ini karena adanya bantuan dari banyak banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan berokah-Nya yang selalu memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.
2. Serta rekan-rekan Tim Penyusun.

Saya menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat saya harapkan untuk kesempurnaan laporan penelitian ini. Semoga hasil laporan penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang dan Perumusan Masalah	1
B. Tujuan.....	2
C. Sasaran.....	2
D. Keluaran	3
E. Ruang lingkup/batasan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Ekonomi Kreatif.....	5
B. Kota Kreatif.....	7
C. Lanskap Budaya	8
D. Kota Kreatif dalam Kerangka Pemajuan Kebudayaan.....	10
BAB III METODE PENELITIAN	13
A. Pendekatan.....	13
B. Subjek Penelitian.....	14
C. Fokus dan Lokus	14
D. Teknik pengumpulan data	15
E. Teknik pengolahan dan analisis data.....	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
A. Kota Pekalongan sebagai Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan	17
B. Kota Bandung sebagai Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan	26
C. Kota Solo Menuju Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan	35
D. Kota Ambon Menuju Kota Kreatif Dunia Berwawasan Pemajuan Kebudayaan	40
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Rekomendasi	50
DAFTAR PUSTAKA	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Perumusan Masalah

Kota Kreatif di seluruh dunia yang dikenal dengan UCCN (UNESCO Creative Cities Network) kini gencar di dorong oleh UNESCO. Ini merupakan bagian dari program SDGs (*Sustainable Development Goals*), khususnya mengenai kota yang berkelanjutan. Tujuannya, ialah menjadikan kebudayaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam pembangunan, khususnya di wilayah perkotaan. Ide-ide ini terpengaruh oleh kajian-kajian perkotaan yang mengidentifikasi pentingnya komunitas kreatif untuk berperan dalam pembangunan perkotaan, seperti Manuel Castells (1982, 2000, 2010, 2016), Richard Florida (2004 dan 2006), Greffe (2011) dan masih banyak lagi.

Menanggapi hal ini, sejak tahun 2011, Ekonomi Kreatif sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari pembangunan nasional di Indonesia. Bahkan, pada tahun 2015, dibentuklah Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang berfungsi untuk mendorong industri kreatif di Indonesia. Bekraf mendefinisikan ekonomi kreatif yakni ekonomi yang digerakkan oleh kreatifitas yang berasal dari pengetahuan dan ide yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk mencari solusi inovatif terhadap permasalahan yang dihadapi (2016). Menurut Bekraf, ada 16 subsektor ekonomi kreatif yaitu, aplikasi dan pengembang game; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; televisi dan radio. Kemudian terkait kota kreatif, bekraf juga mendorong kerjasama aktif antar empat aktor yaitu pemerintah, komunitas, akademisi, dan pelaku usaha ekonomi kreatif.

Bekraf pada tahun 2017 melalui laman portal resminya merilis 10 kota kreatif di Indonesia antara lain; Padang, Surabaya, Malang, Banyuwangi, Surakarta, Yogyakarta, Bandung, Pekalongan, Jakarta, dan Bali. Penyusunan daftar kota kreatif ini disandarkan pada beberapa elemen, seperti sejarah, budaya, kreatifitas warga, dukungan pemerintah daerah/kota, infrastruktur, potensi kota, serta pengakuan internasional. Pada tahun 2014, UNESCO menetapkan Pekalongan sebagai kota kreatif bidang kriya dan seni tradisional. Kemudian pada tahun berikutnya, Bandung menyusul menjadi kota kreatif dunia bidang desain (<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-1/>; <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-2/>).

Berdasarkan gambaran di atas, diketahui bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan kota kreatif dalam upaya mensejahterakan masyarakat perkotaan. Oleh karenanya, akan dilakukan penelitian mengenai upaya strategis pengembangan kota kreatif dengan menggunakan konsep *Cultural Landscapes* yang dikembangkan oleh Greffe (2011). Konsep tersebut kemudian dioperasionalkan lebih jauh oleh Simsek (2017) untuk mendapatkan ukuran yang lebih mendetail. Selain itu, Pemerintah Indonesia juga sudah menerbitkan UU No. 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan yang memiliki tekanan kepada pemerintah daerah untuk memainkan peran pembinaan terhadap pemajuan kebudayaan.

Saat ini sudah ada dua kota di Indonesia yang diakui oleh UNESCO sebagai kota kreatif dunia, yaitu Pekalongan dan Bandung. Penelitian ini ingin mengkaji beberapa kota agar menghasilkan bahan kajian berupa langkah-langkah strategis dalam mengembangkan kota kreatif yang mendukung pemajuan kebudayaan.

Penelitian ini ditekankan untuk menjawab beberapa pertanyaan seperti; Bagaimana peran pemerintah daerah (kota) dalam mewujudkan kota kreatif? Bagaimanakah strategi yang digunakan oleh pemerintah daerah (kota) untuk memajukan kota kreatif yang selaras dengan tujuan pemajuan kebudayaan?

B. Tujuan

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui sejauh mana peran pemerintah daerah (kota/kabupaten) dalam upaya untuk mewujudkan kota kreatif.
2. Merumuskan strategi pengembangan kota kreatif di Indonesia yang sesuai dengan tujuan pemajuan kebudayaan.

C. Sasaran

Sasaran kajian ini adalah Pemerintah Daerah yang mengembangkan Kotanya sebagai kota kreatif, khususnya yang berbasis pada sektor kebudayaan. Selain Pemerintah Daerah, pemangku kepentingan yang terkait seperti; komunitas, pelaku bisnis, dan akademisi yang dapat menunjang terwujudnya kota kreatif di masing-masing wilayah juga merupakan subjek penelitian.

D. Keluaran

Keluaran dari penelitian ini adalah beberapa alternatif atau opsi kebijakan bagi para pengambil keputusan di pemerintah daerah dalam menetapkan rencana strategis, yang berkaitan dengan program UNESCO Creative Cities Network (UCCN), khususnya yang berbasis budaya. Selain untuk pemerintah daerah, juga sebagai alternatif kebijakan untuk mendukung pengembangan kota kreatif, khususnya bagi para pengambil kebijakan di lingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, termasuk untuk bahan kebijakan bagi para pengambil keputusan di Badan Ekonomi Kreatif.

E. Ruang lingkup/batasan

Penelitian ini dibatasi hanya mengkaji empat kota di Indonesia, yaitu; Kota Pekalongan, Kota Bandung, Kota Surakarta, dan Kota Ambon. Empat kota ini merupakan kota yang telah terdaftar dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO, dan yang akan diusulkan dalam Daftar UCCN. Kota-kota tersebut juga telah diuji petik oleh Bekraf melalui Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Keempat kota itu memiliki konteks budaya yang khas baik dari sisi kultural maupun bentuk ekonomi kreatif yang dikembangkan. Diharapkan dengan sebaran tersebut dapat menjadikan hasil penelitian ini komprehensif untuk direfleksikan kepada kota-kota yang lain, terutama yang akan mengembangkan diri ke dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Ekonomi Kreatif

Menurut kementerian Perdagangan (2008, dalam Bekraf 2016) ekonomi kreatif dimaknai sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan dengan kreativitas dan iklim perekonomian yang berdaya saing serta memiliki sumberdaya yang terbarukan. Kemudian Bekraf melakukan perubahan definisi, yaitu ekonomi yang digerakkan oleh kreatifitas yang berasal dari pengetahuan dan ide yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk mencari solusi inovatif terhadap permasalahan yang dihadapi (2016). Selanjutnya, merumuskan empat elemen sumber daya manusia yang menjadi aktor aktif dalam mendorong kemajuan ekonomi kreatif; pemerintah, akademisi, komunitas, serta pelaku usaha yang disebut dengan *quadruple-helix*. Sebagaimana yang sudah disinggung sebelumnya, Bekraf merumuskan ada 16 sub-sektor dari industri kreatif yaitu; aplikasi dan pengembang game; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; televisi dan radio.

16 sub sektor ekonomi kreatif yang ditetapkan oleh Bekraf, sesungguhnya menyesuaikan dengan apa yang ditetapkan oleh UNESCO. Hal ini dipahami, karena memang pemerintah Indonesia mereferensikan kerangka konseptual dan operasionalnya dari lembaga PBB tersebut. Namun perlu diketahui bahwa selain UNESCO ada beberapa referensi lain yang menjelaskan tentang sub sektor ekonomi kreatif. Hal ini tergambar dari tabel di bawah ini.

Figure 1.1 Different classification systems for the cultural and creative industries

1. DCMS Model		2. Symbolic Texts Model		3. Concentric Circles Model	
Advertising Architecture Art and antiques market Crafts Design Fashion Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Video and computer games		Core cultural industries Advertising Film Internet Music Publishing Television and radio Video and computer games Peripheral cultural industries Creative arts Borderline cultural industries Consumer electronics Fashion Software Sport		Core creative arts Literature Music Performing arts Visual arts Other core cultural industries Film Museums and libraries Wider cultural industries Heritage services Publishing Sound recording Television and radio Video and computer games Related industries Advertising Architecture Design Fashion	
4. WIPO Copyright Model		5. UNESCO Institute for Statistics Model		6. Americans for the Arts Model	
Core copyright industries Advertising Collecting societies Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Visual and graphic art Partial copyright industries Architecture Clothing, footwear Design Fashion Household goods Toys		Interdependent copyright industries Blank recording material Consumer electronics Musical instruments Paper Photocopiers, photographic equipment Industries in core cultural domains Museums, galleries, libraries Performing arts Festivals Visual arts, crafts Design Publishing Television, radio Film and video Photography Interactive media Industries in expanded cultural domains Musical instruments Sound equipment Architecture Advertising Printing equipment Software Audiovisual hardware		Advertising Architecture Arts schools and services Design Film Museums, zoos Music Performing arts Publishing Television and radio Visual arts	

Sumber: Puscasu (2016)

Ada beberapa sektor yang dikelompokkan menjadi bagian dari rumpun ekonomi kreatif, bangunan seni dan budaya, media, aplikasi, music, fashion, seni rupa, dan seni pertunjukan. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hanya UNESCO yang memberikan ruang kepada kebudayaan tradisional masuk ke dalam kategori ekonomi kreatif. Ada satu sub-sektor yang belum masuk ke dalam bidang tersebut, yaitu gastronomi, atau kuliner. Keragaman ini sesungguhnya merupakan hal yang wajar, karena setiap negara atau lembaga memiliki latar belakang sosial, kultural serta potensi ekonomi yang berbeda-beda.

Dalam kajian ini definisi yang digunakan merujuk pada Puscasu (2016). Ia mendefinisikan ekonomi kreatif menjadi segala sesuatu yang diproduksi secara artistik dan kreatif-ilmiah dan memiliki potensi ekonomi serta memiliki

dampak positif terhadap pembangunan wilayah dan nasional. Dengan definisi tersebut, diharapkan kajian ini tidak hanya berfokus pada ukuran-ukuran yang diberikan oleh UNESCO namun juga terhadap pembangunan wilayah dan nasional.

B. Kota Kreatif

Perkembangan konsep Kota Kreatif tidak lepas dari inisiatif UNESCO yang diluncurkan pada tahun 2004 dengan nama UNESCO Creative Cities Network atau disingkat UCCN. Program ini juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari SDG's yang salah satu poinnya adalah kota dan komunitas yang berkelanjutan. Tujuannya ialah *“strengthen cooperation with and among cities that have recognized creativity as a strategic factor of sustainable development as regards economic, social, cultural and environmental aspects”*. Dengan demikian diketahui bahwa ada batasan konseptual antara ekonomi kreatif dengan kota kreatif yang sama-sama dikembangkan oleh UNESCO. Dalam dokumen yang lain dalam portal resmi UNESCO, kota kreatif dimaknai dengan *“the principal breeding grounds for the emergence and development of cultural and creative industries”*.

Kota Kreatif versi UCCN ditujukan untuk membangun kerjasama antar kota-kota di dunia yang memiliki komitmen untuk mengembangkan pembangunan kota berkelanjutan dengan pendekatan kebudayaan. Jejaring tersebut diproyeksikan akan membentuk kerjasama untuk mempromosikan kreativitas dan industri kreatif, serta penguatan elemen kultural dalam pembangunan berkelanjutan di perkotaan. Dalam UCCN, hanya ada tujuh ranah kreatif yang diajukan, yaitu; kriya dan kesenian tradisional, design, film, kuliner, literature, media kreatif, dan musik.

Dari sisi akademik, khususnya kajian sosiologi diketahui kajian kota kreatif sudah terlacak sejak tahun 80an, khususnya melalui kajian Manuel Castells. Melalui *City, Class, and Power* (1982), Castells mengkaji kota dengan perspektif kuasa, dalam hal ini yang dikembangkan ialah kuasa modal dan kuasa negara. Castells menekankan pentingnya perspektif ekologis yang tidak menafikan peran dari masyarakat dalam upaya pembangunan kota. Dalam kajian yang lain, Castells (2000, 2010, 2016) mulai menambahkan elemen jejaring dan komunikasi dalam konteks urban. Hal ini dipahami karena arus jejaring dan komunikasi semakin cepat dan mudah dilakukan antar tempat-tempat di dunia, terutama melalui jaringan atau internet. Dengan demikian, globalisasi kini sudah menunjukkan wajah yang paling nyata.

Kajian selanjutnya, dilakukan oleh Florida (2004 dan 2006) membaca perubahan besar pasca perkembangan teknologi informasi, Florida mengatakan bahwa ke depan pertumbuhan ekonomi akan digantungkan kepada kelompok kreatif. Menurutnya, dalam era teknologi informasi ini profesi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi kreatif sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, akan menjadi inti dari pertumbuhan ekonomi. Sedangkan, profesi yang bersandar pada pengetahuan semata hanya akan menjadi komponen sekunder yang memiliki fungsi penunjang semata.

<i>Creative City orientations →</i>	<i>Culture-centric</i>	<i>Econ-centric</i>
Creative City values	Central value = arts, culture, and community wellbeing, access and inclusion	Central value = urban economic sustainability and wellbeing through creative initiatives/industries
Definition of creative city	Place of diverse and inclusive arts and culture	Place of economic innovation, creative talent, and creative industries

Tabel di atas, merupakan jabaran dari Smith dan Warfield (2008) tentang masalah problematika terkait dengan konsep kota kreatif. Dalam konteks UNESCO diketahui bahwa lembaga tersebut mencoba memadukan kedua nilai, namun dalam pandangan Florida, ia menekankan pada sisi ekonomi. Belakangan, diketahui konsepsi Florida yang mengedepankan sisi ekonomi banyak dikritik karena bagi beberapa kota, pandangan itu terbukti gagal. Bahkan pada tahun 2017, Florida meluncurkan buku terbaru *The New Urban Crisis* (tirto.id, 2017) yang merupakan bentuk permohonan maafnya terhadap kesalahannya menganalisa tentang ekonomi kreatif. Oleh karena itu, dalam studi ini yang disebut dengan kota kreatif ialah perspektif UNESCO yang memadukan nilai kultural dan ekonomi dalam bingkai pembangunan berkelanjutan.

C. Lanskap Budaya

Secara umum, lanskap budaya dimaknai dengan suatu bentang alam/bangunan yang khas terbentuk karena aktivitas manusia. Greffe (2011) memberikan penjelasan bahwa lanskap budaya tidak hanya terkait dengan suatu wilayah yang bisa dinikmati secara visual. Dalam kajian tersebut, ia menawarkan konsep lanskap budaya sebagai instrumen budaya dan politik. Dalam kajian sebelumnya, Greffe (2009) juga menjelaskan bagaimana lanskap budaya juga memiliki peran dalam mempengaruhi pembangunan wilayah, khususnya dari sisi ekonomi. Oleh karenanya, Simsek (2017) menjelaskan bahwa lanskap

budaya dalam konteks kota kreatif memiliki tiga dimensi, dimensi pembangunan infrastruktur, dimensi ekonomi, serta dimensi sosio-kultural.

Kajian Simsek (2017) merupakan upaya mendefinisikan kajian Greffe dan Kakiuci (2015) yang sudah mengupayakan operasionalisasi konsep lanskap budaya berdasarkan kajian-kajian empirik di beberapa kota di dunia. Setidaknya, ada beberapa indikator yang ada dalam upaya membangun kota kreatif dengan pendekatan lanskap budaya, sebagaimana berikut.

Grefee dan Kakiuci (2015)	Simsek (2017)
<i>The land – use dimension</i>	<i>Improving appearances of the cultural landscape through excavation and preservation activities</i>
<i>Coping with technological innovation</i>	<i>Capacity building for local development</i>
<i>Protecting intellectual property rights</i>	<i>Contributing to local planning policies</i>
<i>International openness</i>	<i>Developing network relations and collaboration</i>
<i>The transmission of know-how</i>	<i>Attracting exogenous investment</i>
<i>Business succession</i>	<i>Increase in the number of visitors and income generation</i>
	<i>Businesses growth in the service sector and supporting the development of entrepreneurs</i>

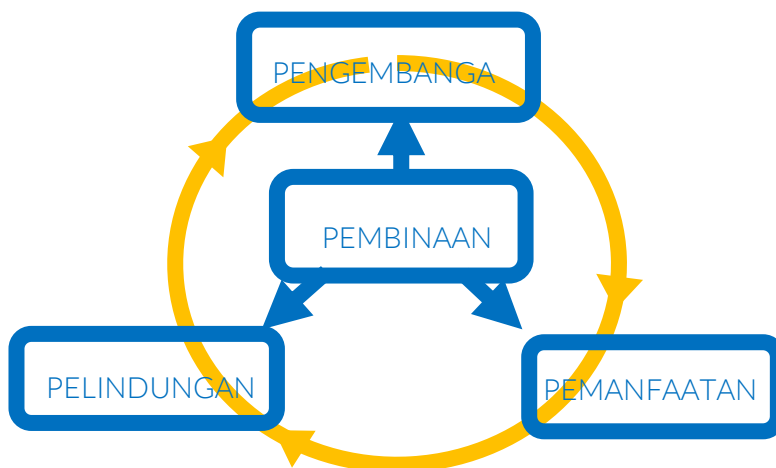
Berdasarkan tabel di atas diketahui bagaimana konsepsi tentang lanskap budaya dikembangkan. Namun, ada perbedaan mendasar mengenai indikator yang dikembangkan dalam dua kajian di atas. Diketahui Greffe dan Kakiuci (2015) lebih menekankan pada penekanan budaya, hal ini dipahami karena pendekatan yang dibangun memang merupakan revisi dari pendekatan ekonomi yang dikembangkan oleh Florida. Di sisi lain, Simsek (2017) karena mengambil lokasi studi di Ephesus yang merupakan lokasi pariwisata dunia yang menyajikan berbagai bangunan bersejarah menekankan pada sisi kesejahteraan masyarakat di wilayah sekitar.

Kajian ini berusaha mengkaji kota kreatif dengan pendekatan lanskap budaya yang akan bekerja dengan kerangka tiga dimensi sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya. Ketiga dimensi tersebut ialah pembangunan fasilitas/infrastruktur, dimensi ekonomi, serta dimensi sosial budaya. Tabel di

atas akan membantu untuk menjadi panduan dalam melihat situasi yang ada di beberapa kota di Indonesia yang kaji.

D. Kota Kreatif dalam Kerangka Pemajuan Kebudayaan

Sebelumnya sudah dibahas tentang pendekatan lanskap budaya sebagai kerangka konsep untuk mengkaji kota kreatif. Dalam pembahasan tersebut, diketahui bahwa kebudayaan digunakan sebagai fondasi pengembangan ekosistem kota yang selanjutnya dapat diarahkan untuk pemajuan budaya itu sendiri atau kepada pembangunan ekonomi kreatif. Tentunya, kedua bagian tersebut merupakan dua bagian yang tidak bisa dipisahkan bagi masyarakat perkotaan. Selaras dengan kerangka konsep tersebut, diketahui saat ini pemerintah Indonesia sudah membuat strategi pemajuan kebudayaan sebagai konsep besar dalam pembangunan kebudayaan di Indonesia, yang mana kota kreatif merupakan bagian dari itu.



Pemajuan kebudayaan itu sendiri merujuk pada Undang-Undang No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan. Definisi pemajuan kebudayaan dalam undang-undang tersebut ialah “upaya meningkatkan ketahanan budaya dan kontribusi budaya Indonesia di tengah peradaban dunia melalui pelindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan kebudayaan”. Dalam dokumen tersebut, disebutkan ada sepuluh objek kebudayaan, yaitu; tradisi lisan; manuskrip; adat istiadat; ritus; pengetahuan tradisional; teknologi tradisional; seni; bahasa; permainan tradisional; dan olahraga tradisional.

Dalam undang-undang tersebut diamanahkan agar pemerintah kabupaten/kota membuat pokok pikiran pemajuan kebudayaan yang pembuatannya

melibatkan ahli dalam bidang terkait. Pokok pikiran tersebut berisi; identifikasi terkini dari kondisi objek pemajuan kebudayaan; identifikasi sumber daya manusia, lembaga dan pranata kebudayaan; identifikasi sarana dan prasarana kebudayaan; identifikasi potensi dan masalah pemajuan kebudayaan; analisis dan rekomendasi untuk pemajuan kebudayaan. Dokumen pokok pikiran tersebut kemudian disampaikan kepada pemerintah provinsi dan dilanjutkan kepada pemerintah pusat untuk dijadikan dokumen 'strategi kebudayaan'. Dengan demikian, melalui undang-undang ini, pemerintah ingin perumusan kebijakan kebudayaan berbasis pada keunggulan dan masalah yang ada pada tingkat kabupaten/kota.

Selain itu, Undang-undang pemajuan kebudayaan juga menekankan Kemendikbud dan institusi terkait di tingkat provinsi dan kabupaten/kota untuk memainkan peran utama, yaitu dalam hal pembinaan. Dengan demikian, Kemendikbud harus aktif membangun komunikasi dan koordinasi dengan instansi yang terkait, baik di tingkat pusat maupun daerah dalam upaya memastikan pemajuan kebudayaan berlangsung di setiap jenjang pemerintahan. Di sisi lain, Kemendikbud juga harus membangun hubungan dengan komponen dari pihak masyarakat sipil dan juga dunia usaha yang terkait sebagai upaya pemajuan kebudayaan.

Dengan demikian, studi ini akan lebih diarahkan untuk melihat beberapa kota di Indonesia yang sudah menjalankan upaya pemajuan kebudayaan. Dalam beberapa studi yang sudah dilakukan sebelumnya diketahui biasanya setiap kota fokus pada satu objek kebudayaan seperti; Pekalongan dengan pemajuan batiknya, dan sebagainya. Studi ini lebih diarahkan dalam upaya pemajuan kebudayaan yang tujuannya antara lain; menguatkan kelembagaan kebudayaan pada tingkat nasional dan daerah, menguatkan kedudukan Indonesia di mata Internasional, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta melindungi keanekaragaman hayati dan ekosistem.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang melihat gambaran secara holistik dari objek penelitian dalam menjelaskan fenomena sosial yang diteliti. Penelitian kualitatif menginterpretasikan data dengan cara memberi makna terhadap data yang diperoleh, juga menerjemahkannya, atau menjadikannya bisa dimengerti (Neuman, 2013: 201). Pendekatan penelitian kualitatif ini menekankan proses dan makna serta peneliti lebih menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, dalam hal ini terjadi hubungan yang erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti¹. Pendekatan ini dipandang tepat karena studi ini ingin memahami bagaimana peneliti dapat menyusun rencana strategis dari berbagai pandangan stakeholder terkait dengan bagaimana membangun kota kreatif berbasis pada pemajuan kebudayaan.

Berkaitan dengan hal di atas, pendekatan ini berusaha mengungkapkan program dan kegiatan yang dapat memperkuat penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi produk dan jasa budaya pada tingkat lokal; peningkatan akses dan partisipasi pada kehidupan berbudaya termasuk apresiasi terhadap produk budaya; serta pengintegrasian industri kreatif dan budaya ke dalam strategi pengembangan lokal, sehingga penelitian ini nantinya dapat mengeksplorasi lebih dalam, dan dapat menyampaikannya dengan bahasa narasi yang tidak rigid yang terlingkup dalam tiga dimensi, baik dimensi fasilitas/infrastruktur, ekonomi, maupun sosial budaya. Menurut Neuman (1991; Lusiana, 2011), pendekatan ini memiliki tiga karakteristik, yaitu: *pertama*, perspektifnya non positivistis (*a nonpositivist perspective*), maksudnya fokus pada makna subyektif, definisi simbol dan lainnya; *kedua*, logika disusun berdasarkan praktik (*a logic in practice*); *ketiga*, bersifat non linear (*a nonlinear path*). Mengikuti ketiga karakteristik tersebut, diharapkan pendekatan ini mampu mengurai dan menjelaskan secara lebih dalam. Kemudian turunan dari pendekatan ini adalah metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif, seperti tulisan, perkataan dan perilaku subyek yang diteliti. Kemudian strategi

¹ Denzin, Norman K dan Yvonna S Lincoln, 2009; Lusiana, Christopheria Vera, 2011. Hal 31.

yang digunakan dalam metode kualitatif ini menggunakan studi kasus yang merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu (Stake, 1995; Creswell, 2010:20)

B. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah aparaturnya pemerintah daerah, komunitas kota kreatif, akademisi, dan pelaku usaha ekonomi kreatif. Karena merekalah yang dapat mengungkapkan dan merumuskan usulan kebijakan yang dapat menjamin keberadaan dan pengembangan kota kreatif berbasis pemajuan kebudayaan di wilayahnya masing-masing. Sementara yang menjadi sampel adalah yang mewakili unsur-unsur di atas, baik dari kalangan aparaturnya pemerintah daerah, komunitas kota kreatif, akademisi, dan pelaku usaha ekonomi kreatif. Pemilihan sampel tersebut dipilih secara *purposive*.

C. Fokus dan Lokus

Fokus kajian ini lebih ke substansi yang ingin diungkap, diantaranya adalah mengenai beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai program strategis dalam pengembangan kota kreatif, diantaranya adalah mengenai kondisi sosial, budaya, kreatifitas warga, dukungan pemerintah daerah, infrastruktur dan potensi kota sebagai kota kreatif yang mendukung pemajuan kebudayaan.

Sementara itu yang menjadi lokus atau lokasi dari penelitian ini adalah tersebar di wilayah tertentu. Pada penelitian ini akan mengkaji empat kota di Indonesia, yaitu; Kota Pekalongan, Kota Bandung, Kota Surakarta, dan Kota Ambon. Empat kota ini merupakan kota/kab. yang telah diuji petik oleh Bekraf melalui Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Empat kota ini merupakan kota yang telah terdaftar dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO, dan sebagian adalah kota yang akan diusulkan dalam Daftar UCCN. Keempat kota itu memiliki konteks budaya yang khas baik dari sisi kultural maupun bentuk ekonomi kreatif yang dikembangkan. Diharapkan dengan sebaran tersebut dapat menjadikan hasil penelitian ini komprehensif untuk direfleksikan kepada kota-kota yang lain, terutama yang akan mengembangkan diri ke dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan antara lain:

1. Studi kepustakaan, yaitu menelaah berbagai tulisan atau artikel terdahulu tentang obyek penelitian yang dimaksud. Studi kepustakaan juga sangat bermanfaat untuk memperkaya wawasan peneliti, memperkuat teori dan model analisis yang akan digunakan pada langkah berikutnya.
2. Observasi/pengamatan, dilakukan di lokasi penelitian. Observasi dimaksudkan untuk mencatat berbagai hal yang penting berkaitan dengan tujuan penelitian, seperti tentang kondisi geografi lokasi penelitian, demografis atau hal-hal yang berkaitan dengan kependudukan serta masalah sosial budaya yang didukungnya.
3. Wawancara, teknik pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui wawancara mendalam (*depth interview*) dengan narasumber dan responden terpilih secara *purposive*. Untuk itu disiapkan pedoman wawancara berstruktur artinya pertanyaan diarahkan agar diperoleh data dan informasi sesuai tujuan penelitian. Selain wawancara berstruktur, narasumber dan informan diberi kesempatan untuk menyampaikan hal-hal lain yang relevan dengan maksud penelitian. Hal ini dilakukan karena seringkali peneliti memperoleh hal-hal yang di luar dugaan dan penting untuk dicatat.
4. Diskusi Kelompok Terpumpun (DKT/FGD), yaitu dengan menyelenggarakan pertemuan dan diskusi dengan nara sumber dan berbagai perwakilan aparatur pemerintah daerah, komunitas kota kreatif, akademisi, dan pelaku usaha ekonomi kreatif. Diskusi ini dimaksudkan untuk memverifikasi dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya, sekaligus untuk mengisi kekosongan dari analisa data sekunder sebelumnya. Di dalam pertemuan ini sangat dimungkinkan adanya revisi dari data yang telah dikumpulkan.

E. Teknik pengolahan dan analisis data

Pada subbab analisis data ini dilakukan dengan menerapkan tahap-tahap pengodean terbuka (*open coding*), dilanjutkan dengan pengodean berporos (*axial coding*), dan diteruskan dengan pengodean terpilih (*selected coding*) (Strauss & Corbin, 2003; Suryati, 2009: 51). Dalam hal ini analisis dilakukan selama langkah proses pengodean data berlangsung. Hal ini selaras dengan apa

yang disampaikan Moleong (2006; Suryati, 2009), yakni “bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”. Peneliti melihat keterkaitan dari berbagai tema dan konsep, kemudian menghubungkannya dengan karakteristik masing-masing informan. Berikutnya peneliti menganalisis keterkaitan antara pertanyaan-pertanyaan penelitian dengan data yang diperoleh serta konsep-konsep yang digunakan sebagai alat analisa. Hal tersebut dilakukan secara berulang-ulang sampai didapatkan kesimpulan akhir. Catatannya dalam kesimpulan akhir itu akan memperlihatkan keterkaitan antara data dengan konsep, data bisa memperkaya konsep atau data bertentangan dengan konsep sehingga akan menghasilkan konsep yang baru (Neuman, 1991; Alamsyah, 2007: 49-50).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kota Pekalongan sebagai Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan

1. Batik dalam Dinamika Sosio-Ekonomi Kota Pekalongan

Kota Batik di Pekalongan, Bukan Jogja, Bukan Solo. Salah satu lirik lagu yang dibawakan Slank ini menggambarkan situasi yang sesungguhnya. Industri Batik di Kota ini begitu superior, tak terkejar oleh kota lain. Sayangnya, masih banyak yang belum tau bahwa Kota Pekalongan memproduksi lebih dari 75% jumlah batik nasional. Segala perlengkapan untuk membuat batik sangat mudah sekali diperoleh, hal ini menyebabkan usaha pertumbuhan industri UMKM pun terus meningkat. Dengan demikian, Kota Pekalongan dan wilayah penyangganya menjadi pusat industri tekstil yang menjanjikan. Kini, Pekalongan tidak hanya dikenal sebagai penghasil batik, namun juga penghasil kain printing motif batik serta *jeans*.

Perlu diketahui bahwa sebelumnya, Kota Pekalongan sudah berkontribusi dalam meraih dua sertifikat UNESCO terkait dengan Batik dan Museum Batik. Batik Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 ditetapkan dalam daftar *Intangible Cultural Heritage* (ICH) UNESCO, hari penetapan tersebut kini diperingati oleh bangsa Indonesia sebagai Hari Batik. Meskipun terdapat kontribusi kota lain dalam proses pendaftaran Batik Indonesia ke UNESCO, namun peran Pemerintah Kota Pekalongan sangat menonjol. Hal ini ditambah lagi dengan terdaftarnya “Pendidikan dan Pelatihan Warisan Budaya Batik untuk Anak SD, SMP, SMA, SMK dan Politeknik dalam kerja sama dengan Museum Batik di Pekalongan” dalam kategori *best practice* Pelestarian Warisan Budaya Takbenda pada tahun yang sama dengan penobatan batik dalam daftar ICH UNESCO.

Museum Batik didirikan pada tahun 2005 atas inisiasi dari para pengusaha batik yang berhimpun di dalam KADIN (Kamar Dagang dan Industri) bersama dengan Yayasan Batik Indonesia. Ditengah persaingan usaha antar sesama pengusaha batik, beberapa bentuk sinergi juga terlihat dari lembaga keuangan yang kini menjadi kekuatan yang tidak bisa dianggap sepele. Sejak awal kemerdekaan dibentuklah GKBI (Gabungan Koperasi

Batik Indonesia) yang hingga kini tetap eksis membatu permodalan bagi para pengusaha batik, bahkan merambah ke industri lainnya. Kemudian ada pula KOSPIN JASA, koperasi simpan pinjam yang berkantor pusat di Pekalongan yang juga merambah ke daerah-daerah lain disekitar kota Pekalongan bahkan hingga ibukota negara dengan nilai aset triliunan rupiah.

Di Pekalongan, batik tidak hanya menarik dilihat dari kacamata ekonomi, namun juga dari sisi sosial-budaya. Berbeda dengan Batik di Yogyakarta dan Solo yang terkait dengan Kraton, di Kota ini Batik mengalami alkulturasi budaya dengan Barat, khususnya Belanda, Arab, dan juga Tiong Hua. Dua kampung batik yang ada di Kota Pekalongan yang masih eksis hingga saat ini yaitu Kampung Kauman dan Kampung Pesindon. Dua kapun tersebut merupakan representasi secara historis bahwa ada kaitan erat batik dengan kelompok etnis Arab dan Tiong Hua, batik bukan hanya diproduksi oleh etnis Jawa. Hal ini tentunya menyebabkan dari sisi motif dan warna batik pekalongan lebih beragam.

Batik di Pekalongan juga masuk dalam pendidikan formal. Ditingkat sekolah menengah, ada SMK Negeri 3 Pekalongan yang memiliki jurusan batik. Untuk ditingkat SD dan SMP pemerintah kota menerapkan mata pelajaran batik sebagai muatan lokal yang wajib diajarkan oleh semua siswa. Kemudian, ditingkat perguruan tinggi ada dua jurusan yang membuka program studi batik untuk jenjang diploma 3 yaitu UNIKAL (Universitas Pekalongan) dan Politeknik PUSMANU Kedua perguruan tinggi tersebut berkomitmen untuk mempertahankan program studi teknik batik. Di sisi pendidikan informal, Kota Pekalongan begitu banyak alternatif yang tersedia untuk peminat yang ingin menjadi perajin batik. Museum Batik, Paguyuban Kampung Batik, serta beberapa pengerajin batik membuka diri untuk mencetak pengerajin baru bukan hanya dari kota Pekalongan dan sekitarnya, tetapi juga untuk Warga Negara Asing. Hal ini peneliti lihat sendiri saat penelitian berlangsung, terdapat belasan mahasiswa Universiti Kelantan Malaysia yang sedang belajar batik dengan Zahir.

2. Proses Pekalongan Menjadi Kota Kreatif Dunia

Tidak cukup dengan perannya dalam mendapatkan 2 sertifikat UNESCO, pada tahun 2014, Pekalongan ditetapkan sebagai Anggota Jejaring Kota Kreatif UNESCO atau yang dikenal dengan UCCN (UNESCO Creative Cities Network) dalam bidang *Crafts and Folk Art*. Pada saat pengajuan

ke UCCN, Pemerintah Kota Pekalongan memainkan peranan utama. Salah satu pejabat di BAPPEDA (Badan Perencanaan Daerah) Kota Pekalongan yang saat itu terlibat aktif dalam penyusunan proposal ke UCCN mengatakan “berbeda dengan Kota Bandung yang lebih terlibat aktif itu komunitasnya, kalau Kota Pekalongan itu Pemerintah Kotanya. Kita menyiapkan syarat administrasi dan lapangannya untuk mendukung komponen kota kreatif”.

Selaras dengan pernyataan di atas, salah satu ASN (Aparatur Sipil Negara) Kota Pekalongan lain yang juga terlibat dalam tim mengatakan “Waktu itu kita kesulitan sekali untuk mendapatkan informasi terutama terkait dengan kategorisasi. Sehingga dibentuklah tim khusus yang ditugaskan untuk menyiapkan proposal kota kreatif”. Sebelum memutuskan untuk masuk dalam kategori *Crafts and Folk Art*, awalnya tim memilih kategori *design*. Pemilihan *Crafts and Folk Art* ini berdasarkan kajian yang mendalam oleh tim khusus yang terdiri dari ASN dan akademisi yang sebelumnya juga terlibat dalam pembuatan dossier Batik Indonesia dan Diklat Batik sebagai Warisan Budaya Takbenda (*Intangible Cultural Heritage*) UNESCO.

Mengisi formulir UCCN membutuhkan keahlian khusus dan kesabaran, terutama dalam memilih kategori kota kreatif. Komunikasi yang intensif dengan pihak UNESCO menjadi salah satu elemen penting yang menyebabkan Kota Pekalongan dapat bergabung dalam jejaring kota kreatif UNESCO. Diketahui pada tahun tersebut, format proposal yang dibuat UNESCO sempat ada perubahan. Kota Pekalongan dalam hal ini mengajak pihak akademisi dan ahli yang sebelumnya pernah juga menyusun dossier Batik Indonesia dan Diklat Batik yang bekerja sama dengan Museum Batik di Pekalongan. Pengalaman tersebut memiliki arti penting sehingga proposal tersebut diterima oleh UNESCO.

Dari pengalaman tim ahli, ia meyakini bahwa “Batik itu DNA-nya kota Pekalongan. Saya tau betul janji-janji yang ada di dalam proposal kota kreatif. Dan saya tidak khawatir, kita tidur pun warga Pekalongan terus memproduksi Batik” kata salah satu akademisi yang menjadi anggota tim. Sebagaimana yang dijelaskan, dalam bagian sebelumnya, memang Kota Pekalongan merupakan penghasil batik terbesar di Indonesia bahkan di dunia. Potensi ini dipahami dengan baik oleh pemerintah Kota Pekalongan, maka sejak tahun 2011 sudah mengenalkan diri sebagai *The*

World's City of Batik yang diperkuat melalui Peraturan Walikota Pekalongan Nomor 30 Tahun 2011.

Dalam proses pendaftaran Kota Pekalongan untuk menjadi anggota Jejaring Kota Kreatif UNESCO kurang melibatkan komunitas. Peran komunitas lebih menonjol dalam hal pelengkap urusan administratif. Pelibatan komunitas yang intensif dilakukan dua tahun setelah penetapan Kota Kreatif oleh UNESCO. Hal ini disebabkan diperlukannya sebuah wadah komunitas yang mendukung program-program yang ada di dalam kota kreatif. Wadah tersebut diberi nama Forum Kota Kreatif Pekalongan atau *Pekalongan Creative City Forum (PCCF)*. PCCF sebagai wadah komunitas kreatif di dalamnya terdiri dari berbagai elemen masyarakat seperti akademisi, pengusaha, seniman, pengerajin batik, dan juga ASN.

Salah satu konsekuensi menjadi anggota UCCN ialah Kota Pekalongan harus terlibat aktif dalam jejaring kota kreatif UNESCO di Dunia. Kini pihak Pemerintah kota Pekalongan aktif mengirim delegasi dalam pertemuan dengan jejaring kota kreatif lainnya di dunia dalam kegiatan pertemuan tahunan. Pertemuan tahunan terakhir tahun 2019, perwakilan pemerintah kota Pekalongan hadir di Fabriano, Italia untuk berbagi pengalaman dan juga menjadi bagian yang menyeleksi kandidat Jejaring Kota Kreatif UNESCO dalam domain *Crafts and Folk Art*. Di sisi lain, PCCF berafiliasi dengan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) untuk meningkatkan jumlah kota kreatif di Indonesia yang disebut juga dengan *Indonesia Creative Cities Network (ICCN)* atau Jejaring Kota Kabupaten Kreatif Indonesia. Selama ini, PCCF terus mendorong penguatan ICCN agar mendekati standar kota kreatif yang dibuat oleh UNESCO (UCCN).

3. Tantangan Pemerintah Kota Pekalongan dalam Penguatan Kota Kreatif

Kota Pekalongan merupakan kota pertama di Indonesia, bahkan di wilayah Asia Tenggara yang menjadi anggota Jejaring Kota Kreatif UNESCO. Sebagai pionir, Kota Pekalongan belajar keras untuk bisa menyesuaikan diri menyandang predikat prestisius tersebut. Dalam keterbatasan tersebut, sudah ada beberapa prestasi yang sudah diraih. **Pertama**, ialah laporan tahunan yang dibuat oleh Kota Pekalongan dinilai sangat baik (*very satisfied*) oleh UNESCO. Hal ini mendandakan bahwa pemerintah kota sudah menjalankan berbagai prasyarat yang harus dilakukan sebagai anggota jejaring kota kreatif UNESCO. **Kedua**, Kota Pekalongan sudah telah membangun kerjasama dengan kota kreatif dunia

lainnya dibidang literasi, Heidelberg, Jerman untuk membuat produk hiasan yang memadukan puisi-puisi karya sastrawan Heidelberg dengan kain batik. Kerja sama ini berdampak kepada pembelajaran bagi para pengerajin batik di Pekalongan, karena ada standar internasional yang harus dipenuhi seperti ramah lingkungan, tidak mempekerjakan anak, dan lain-lain. Dalam pertemuan tahunan UCCN berikutnya, produk tersebut akan dipamerkan sebagai bentuk praktik baik yang sinergi dengan kota kreatif UNESCO lainnya.

Selain raihan prestasi, tentunya ada pula tantangan yang perlu dijawab oleh pihak pemerintah Kota Pekalongan. Tantangan **pertama** yang harus dihadapi ialah terkait dengan pergantian kepemimpinan walikota. Walikota dalam konteks otonomi daerah memiliki peran yang sangat dominan untuk menentukan arah kebijakan dari suatu kota, termasuk dalam upaya pengembangan kota kreatif. Semenjak proses pendaftaran UCCN hingga medio tahun 2019, walikota Pekalongan berganti sebanyak tiga kali. Pergantian walikota pertama karena terkait dengan suksesi elektoral. Kemudian walikota yang baru terpilih selama menjabat kurang dari dua tahun meninggal dunia kemudian digantikan oleh wakil walikotanya. Berdasarkan informasi yang diperoleh selama penelitian beberapa komunitas menganggap kepedulian walikota saat ini masih di bawah periode sebelumnya dalam mengembangkan kota kreatif. Salah satu kebijakan yang disesalkan oleh komunitas ialah terkait dengan pengambilalihan Museum Batik yang awalnya berada di bawah pengelolaan oleh komunitas kini dikelola oleh Pemerintah Kota Pekalongan. Sayangnya, pengambilalihan ini justru tidak membuat museum semakin berkembang justru malah menunjukkan tren penurunan.

Kedua ialah terkait dengan regulasi. Tantangan ini tentunya sangat terkait dengan tantangan yang pertama. Disebabkan kurangnya keberpihakan dalam upaya pengembangan kota kreatif menyebabkan sampai saat ini Pemerintah Kota Pekalongan belum memiliki dasar hukum yang kuat. Salah satu pejabat di BAPPEDA mengatakan “ke depan kita akan menyiapkan *road map* kota kreatif yang akan tertuang dalam RPJMD tahun 2021-2024”. Saat ini pihak yang bertanggungjawab mengkoordinasikan program kota kreatif ialah bidang perekonomian di bawah Sekretaris Daerah. Lebih jauh salah satu ASN yang terlibat intensif dalam program Kota Kreatif menjelaskan peran dan fungsi dari SOTK (Satukan Organisasi dan Tata Kerja) yang ada di Kota Pekalongan:

“Disperindagkop terkait dengan pelatihan, Bappeda untuk penganggaran, bagian perekonomian Sekda itu koordinatornya, BKD terkait anggaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk program bagi komunitas, Dinas Pendidikan untuk muatan lokal mata pelajaran batik, Diskominfo yang konten website, Disnaker terkait dengan jam kerja, upah layak.”

Tidak adanya dasar hukum yang menaungi kota kreatif menyebabkan pengembangan kota kreatif dilakukan sporadis oleh masing-masing SOTK. Meskipun demikian, peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekalongan perlu diapresiasi terkait dengan upayanya merangkul komunitas-komunitas kreatif. Salah satu sebabnya ialah Pemerintah Kota Pekalongan sudah menerbitkan Perda No. 14 tahun 2018 tentang pemajuan kebudayaan yang merupakan turunan dari UU Pemajuan Kebudayaan No. 5 tahun 2017. Dengan keterbatasan yang ada, terutama dari sisi anggaran pihak dinas melakukan stimulan kepada para komunitas untuk terlibat aktif dalam pengembangan kota kreatif. Alhasil kini mulai banyak berdiri paguyuban dan organisasi yang memiliki aktivitas kreatif seperti festival, pameran, dan workshop. Saat ini dinas sudah membuat kalender tahunan yang berisi jadwal kegiatan masing-masing komunitas dalam upaya menarik wisatawan untuk datang ke kota batik.

Minimnya anggaran daerah atau APBD merupakan tantangan yang **ketiga**. Tantangan ini sangat terkait erat dengan tantangan yang sebelumnya. Menurut penuturan pejabat Bappeda, saat ini APBD Kota Pekalongan tersedot untuk mengatasi masalah kebencanaan, seperti banjir rob di wilayah utara dan juga kebakaran pasar tradisional. Dengan kendala tersebut, maka SOTK yang terkait sulit untuk membuat program yang berskala besar dalam rangka pengembangan kota kreatif. Dalam situasi seperti ini, pihak pemerintah daerah pun perlu mencari sumber-sumber lain seperti dari pemerintah pusat dan juga sektor dunia usaha lainnya.

Pihak Bappeda mengatakan bahwa Pemerintah Kota terlambat untuk melakukan MoU dengan Bekraf sehingga mereka tidak bisa mendapatkan bantuan program. Selama ini pun pihak Bekraf seperti berjalan sendiri dalam menggarap program-program tanpa melibatkan pemerintah kota. Begitupun dalam merangkul dunia usaha seperti GKBI, KOSPIN JASA, KADIN, dan lain sebagainya belum terbentuk sinergi yang nyata. Seperti dalam hal keberangkatan delegasi Kota Pekalongan dalam kegiatan

tahunan ke UCCN, pemerintah tidak merangkul mereka untuk memperluas pasar batik di dunia Internasional.

4. Keterlibatan Komunitas untuk Penguatan Kota Kreatif

Pekalongan merupakan kota kreatif dunia bidang *Crafts and Folk Art*, atau kriya dan seni rakyat. Sebagaimana diketahui dalam penjelasan sebelumnya, batik yang merupakan bagian dari kriya memainkan peran utama sebagai elemen kota kreatif. Di sisi lain, seni rakyat seakan-akan belum mendapat proporsi yang memadai. Ketimpangan ini menjadi perhatian dari pemerintah Kota Pekalongan, khususnya dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Dinas tersebut aktif menggandeng komunitas-komunitas untuk menghidupkan kembali seni rakyat.

Salah satu organisasi yang bersinergi dengan pemerintah daerah ialah Dewan Kesenian Kota Pekalongan. Ketua Dewan Kesenian Pekalongan yang baru menjabat pada tahun 2017 memiliki komitmen tinggi untuk menyemarakkan seni rakyat di Pekalongan. Melalui organisasi tersebut kini beberapa sanggar, komunitas seni, dan para seniman bergeliat kembali untuk melakukan kegiatan. Lebih jauh Ia mengatakan sebagai berikut:

Mati suri folk art sampai tahun 2016 karena lembaga yang menanungi tidak ada. Ada juga faktor eksistensi, atau politik. Sebelumnya kental dengan gerbong politis tertentu. Banyak yang sifatnya folk art tenggelam. 2016 pemerintah kota semakin memperhatikan. Dukungan pemerintah baik, sebagai fasilitator. Dan komunitas dilibatkan sebagai eksekutor dalam kegiatan. Kuat kita punya folk art tetapi belum tereksplorasi. Kemudian sekarang digenjot yang folk art. Sanggar kesenian didorong, kita kembali membuka yang kesenian-kesenian yang hampir punah. Dewan Kesenian kita mulai bangun dari 2017. Khusus di seni tradisi dan religi, kami melakukan studi yang memiliki rodak, saya ke Sleman (Yogyakarta). Kuntulan, rodak, itu kesenian yang digunakan untuk syiar islam pada jaman itu. Sanggar tari yang fakum, mulai lagi untuk memproduksi. Semua kegiatan itu kita tujukan untuk memperkuat kota kreatif.

Dewan kesenian kota Pekalongan saat ini aktif menggalang seniman-seniman untuk menyelenggarakan kegiatan bersama. Setiap tahunnya mereka menyelenggarakan kegiatan Pekalongan Art Festival (PAF) yaitu kegiatan bersama dari berbagai elemen komunitas. Dengan konsep kegiatan *one day one art*, masing-masing komunitas seni yang memiliki kesamaan ruang lingkup didorong untuk menampilkan karya seninya.

Pertengahan bulan Juli 2019 ini, merupakan event kali ketiga penyelenggaraan Pekalongan Art Festival. Bagi Dewan Kesenian, kegiatan ini sangat penting untuk menumbuhkan kebanggaan para seniman untuk terus berkarya, karena apresiasi di kalangan pemerintah, masyarakat, bahkan wisatawan luar negeri sangat baik. Kini, beberapa kelompok kesenian kerap difasilitasi oleh Pemerintah Kota Pekalongan untuk pentas di luar kota dalam upaya mempromosikan seni rakyat khas Pekalongan.

Komunitas yang terhimpun dalam Dewan Kesenian juga terlibat aktif dalam *Pekalongan Creative City Forum* (PCCF). Mereka sadar sekali bahwa elemen *folk art* juga perlu berpartisipasi dalam penguatan kota kreatif. Dalam PCCF berbagai elemen komunitas dari beragam latar belakang tergabung untuk mengembangkan kota kreatif. Salah satunya, mereka saat ini sedang aktif mengampanyekan penggunaan sarung batik dalam berbagai kegiatan. Dengan masifnya penggunaan sarung batik diharapkan masyarakat Pekalongan khususnya semakin sadar akan pentingnya mendorong industri batik.

Saat ini juga sudah ada tiga kampung batik yang memiliki komunitas yang kuat yaitu Kampung Batik Kauman, Kampung Batik Pesindon, dan Kampung Canting Landungsari. Di kampung Batik Kauman, saat ini sudah berdiri sebuah wadah berhimpun yang dinamakan dengan ‘Omah Kreatif’. Omah Kreatif merupakan organisasi yang dibentuk oleh para pemuda di Kampung Kauman yang sebagian besar merupakan pengusaha di bidang batik. Saat ini mereka menyewa sebuah rumah khas Pekalongan yang disebut dengan “Omah Lawang Songo” atau Rumah Pintu Sembilan yang digunakan untuk sekretariat sekaligus *show room* bersama. Selain itu, omah kreatif juga menyelenggarakan pelatihan batik dan sedang menggiatkan salah satu *folk art* yang bernafas keislaman yaitu *terbang genjring*, atau yang lebih dikenal juga dengan *hadroh* atau *rebana*.

5. Kota Kreatif Pekalongan dalam Perspektif Pemajuan Kebudayaan

Sejauh ini batik telah membawa berkah ekonomi dalam kurun waktu yang sangat panjang bagi warga Kota Pekalongan. Sangat wajar batik selama ini selalu dilihat sebagai komoditas ekonomi semata. Raihan 3 (tiga) sertifikat dari UNESCO telah membawa batik di Pekalongan masuk ke dalam fase yang baru. Perlu diakui bahwa pemicu awal dari rangkaian peristiwa tersebut ialah diklaimnya batik sebagai warisan budaya oleh negeri jiran. Dengan demikian, pemerintah, pengusaha, dan semua warga

Pekalongan kini memiliki kaca mata baru dalam melihat batik; kebudayaan.

Batik sebagai warisan budaya kini mulai mendapat tempat dalam ruang-ruang publik di Kota Pekalongan. Salah satu contohnya ialah dengan intensifnya para pengerajin dan komunitas berdiskusi dengan batik. Zahir dan Sapuan merupakan bagian dari pelopor kajian batik di Kota Pekalongan. Mereka menginisiasi forum khusus yang diselenggarakan untuk kajian mendalam tentang batik yang dinamakan “majelis batik” dan juga “pesantren batik”. Pada saat penelitian, mereka berdua menjadi pembicara dalam forum akademik yang diselenggarakan oleh UMK (Universiti Malaysia Kelantan) yang mengirimkan 12 (dua belas) mahasiswanya untuk belajar batik secara pribadi di rumah Zahir selama 9 (sembilan) bulan. Forum akademik tersebut diselenggarakan dalam rangka pameran atas karya-karya mahasiswa tersebut. Mereka berdua termasuk pemain baru dalam dunia batik, namun karena kegigihannya dalam menggali aspek historis dan filosofis batik selain tentunya juga secara teknis, produk-produk mereka memiliki nilai seni dan ekonomi yang tinggi. Teknik yang sedang mereka kembangkan ialah batik dengan penggunaan warna alam, sebagaimana yang digunakan oleh leluhur kita tempo dulu. “Budaya kalau diekslore maka nilainya akan lebih tinggi, termasuk nilai ekonominya” jelas Zahir.

Omah Kreatif merupakan contoh lain yang menunjukkan adanya perubahan dalam penggunaan perspektif kebudayaan. Kauman sebagai kampung yang sebagian besarnya dihuni oleh pengerajin batik, sebelumnya lebih kental nuansa kompetisi antarjuragan batik. Kini, ditangan kaum muda kauman semakin guyub. Mereka tidak hanya memikirkan keuntungan dari perdagangan batik, namun juga sudah lebih memikirkan bagaimana kampung mereka ramah wisatawan, teknik pengolahan limbah batik agar ramah lingkungan, penyadaran konsumen tentang perbedaan batik dengan printing, menginternasionalisasikan batik, dan masih banyak lagi ide bersama yang mereka bangun.

Pada sisi *folk art* juga demikian. Dewan Kesenian Kota Pekalongan yang giat menggali berbagai mata kebudayaan khas Pekalongan yang hampir hilang seperti; Keris Suratman, Pertunjukan Kuntulan dan Rudat, Seni musik terbang genjring, terbayar dengan semakin semaraknya *Pekalongan Art Festival* dari tahun ke tahun. Semakin banyak komunitas seni yang ambil bagian untuk terlibat dalam acara yang diselenggarakan setiap tahun

tersebut. Meskipun gemanya belum terdengar jauh, namun dampak positifnya sudah mulai bisa dirasakan. Kelompok kesenian kini kerap sekali menerima undangan dari luar daerah untuk melangsungkan pentas.

Kekosongan regulasi dan minimnya anggaran untuk mengembangkan kota kreatif dapat ditutupi oleh kacamata kebudayaan yang digunakan oleh Pemerintah Daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekalongan, akademisi, komunitas seni, dan juga pengusaha batik. Kota Pekalongan berangsur-angsur akan menjadi kota kreatif yang sejalan dengan tujuan dari UCCN atau konvensi UNESCO tahun 2005 yaitu melindungi dan mempromosikan keberagaman ekspresi budaya. Alhasil dapat disimpulkan Kota Pekalongan memberikan bukti nyata bagaimana sesungguhnya perlindungan kebudayaan dan pengembangan kebudayaan merupakan satu bagian yang tidak terpisahkan.

B. Kota Bandung sebagai Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan

1. Design dalam dinamika Sosio-Ekonomi Kota Bandung

Paris van Java sebuah nama yang melekat pada Kota Bandung. Julukan tersebut sudah tersemat sejak awal abad ke 20, saat Indonesia masih menjadi bagian dari pemerintah kolonial Hindia-Belanda. Ada dua hal yang setidaknya menjadi daya tarik Bandung pada masa itu, yaitu design arsitektur bangunan yang mirip dengan Paris atau yang dikenal dengan *art deco*. Kemudian, yang kedua ialah terkait dengan barang-barang fesyen asal Paris yang dijual di beberapa toko di Kota Bandung. Perpaduan tersebut membuat perpaduan yang menjadikan Bandung semakin lekat dengan kota Paris yang waktu itu menjadi pusat mode di Dunia Barat.

Hubungan erat antara Bandung dan design terus berlanjut. Semenjak tahun 1920, Bandung merupakan kota pertama di Hindia Belanda yang memiliki perguruan tinggi yaitu, *Technische Hoogeschool te Bandoeng* yang kelak menjadi ITB. Sebagaimana diketahui, presiden pertama Indonesia merupakan salah satu alumni dari perguruan tinggi tersebut. Bandung terus menjadi kota mahasiswa, karena jumlah perguruan tingginya terus bertambah. Hingga tahun 2018, ada sekitar 107 (BPS Jawa Barat), perguruan tinggi yang ada di kota Kembang ini. Jumlah itu belum termasuk dengan berbagai lembaga kursus dan keterampilan yang jumlahnya juga sangat banyak.

Dari ratusan jumlah perguruan tinggi tersebut, ada sekitar 12 kampus yang memiliki jurusan yang terkait dengan design seperti ITB, UNISBA, ITENAS, ISBI, Universitas Telkom, Universitas Maranatha, ISBI, UNPAS, BINUS dan lain-lain. Hal ini menjadi kekuatan tersendiri dari Kota Bandung karena memiliki sumber daya manusia yang unggul dibidang design, terutama dalam design arsitektur, fasyen, produk, dan multimedia. Tentunya dengan melimpahnya sumber daya, Bandung semakin dikenal sebagai penghasil terbesar produk fesyen, makanan, dan seni.

Industri kreatif kontemporer terus berkembang di Kota Bandung, komunitasnya pun semakin melimpah sering dengan bertambahnya jumlah mahasiswa yang tinggal. Dalam upaya menyinergikan komunitas-komunitas tersebut, khususnya dalam upaya untuk menyelesaikan problematika sosial maka dibentuklah Perkumpulan Kreatif Kota Bandung atau yang lebih dikenal dengan Bandung Creative City Forum (BCCF) pada tahun 2008. BCCF kemudian menjelma menjadi sebuah kekuatan besar yang mewadahi aspirasi masyarakat kreatif Bandung. Sinergi antarkelompok dan komunitas makin padu, sehingga begitu banyak kegiatan bersama yang dilakukan untuk mendorong perubahan di Kota Bandung. Salah satu dampak dari sinergi itu ialah, Ridwan Kamil yang ketua BCCF menjadi Walikota Bandung pada tahun 2013 dan kini menjadi Gubernur Jawa Barat.

2. Proses Menjadi Kota Kreatif Dunia

Perlu diketahui bahwa keberadaan BCCF di kota Bandung jauh lebih dulu dibandingkan dengan proses pengajuan Kota Bandung sebagai anggota UCCN (UNESCO Creative City Network). Dengan demikian, BCCF sudah memiliki konsep awal yang tidak merujuk pada konsep yang dikembangkan oleh UNESO. Selain itu, BCCF juga aktif dalam diskusi dan kajian dalam upaya melahirkan konsep ekonomi kreatif di tingkat nasional.

Anggota BCCF sebagian merupakan dosen yang mengajar di perguruan tinggi di Bandung. Mereka aktif untuk terlibat dalam berbagai forum internasional, termasuk UNESCO. Berdasarkan informasi dari salah satu anggota komunitas, maka mereka memutuskan untuk mendaftarkan diri sebagai anggota UCCN. Tahun 2013 Kota Bandung sempat mendaftarkan diri menjadi kota kreatif dalam bidang *Craft and Folk Art*. Keterbatasan informasi dan adanya perubahan isian formulir pendaftaran maka Kota

Bandung gagal menjadi anggota. Barulah pada akhir tahun 2015, Bandung akhirnya terpilih menjadi salah satu anggota Jejaring Kota Kreatif UNESCO bidang Design. Bahkan, dalam penetapan itu Kota Bandung juga dianggap memiliki kelebihan dari sisi praktik; design sebagai sarana solusi atas masalah perkotaan dan juga kolaborasi antarelemen masyarakat yang juga dikenal dengan pentaheliks (pemerintah, akademisi, komunitas, bisnis, dan media).

Dalam proses pengisian formulir UCCN, Pemerintah Kota Bandung bekerja sama dengan komunitas yang terdiri dari praktisi dan akademisi. Kendala terbesar dalam pengisian itu ialah ketiadaan data yang dibutuhkan. Berdasarkan pengalaman tersebut, kini kota Bandung terus bebenah untuk melakukan pendataan dari sisi pengembangan kreatifitas. Mengenai hal ini salah satu anggota panitia yang terlibat dalam pendaftaran mengatakan:

“Nah, yang jadi masalah, kita waktu itu mengandalkan sensus BPS gitu ya, nah di BPS itu gak ada instrument yang bisa kita gunakan mengukur pengembangan potensi kreatifitas, kecuali data primer yang standar, jumlah populasi, pertumbuhan ekonomi, dan sementara kalo kita ngukur pengembangan potensi kreatifitas dan inovasi kan ngga ada”.

Perlu diketahui bahwa pada masa pendaftaran Kota Bandung sebagai anggota UCCN yang menjabat sebagai walikota ialah Ridwan Kamil (RK), yang tak lain ialah tokoh komunitas yang mendirikan BCCF. Dengan demikian, tentunya sinergi antar komunitas dan pemerintah kota Bandung terjalin sangat erat. Komunitas-komunitas kreatif di Kota Bandung mendapatkan dukungan yang besar untuk mengembangkan kreatifitas, seperti perbaikan taman-taman kota serta bantuan kredit lunak ‘melati’ untuk para pengusaha.

Sebagai kota kreatif dunia, Kota Bandung memiliki tanggungjawab untuk terlibat aktif dalam forum-forum internasional. Sejauh ini, sudah ada beberapa perwakilan komunitas yang dilibatkan untuk terlibat dalam forum-forum tersebut. Salah satu praktisi pernah dilibatkan untuk pameran di George Town, sambutannya internasional pun sangat baik. Sayangnya, dalam beberapa kesempatan yang bergengsi, seperti London Design Biennial mereka urung untuk bisa berpartisipasi karena adanya keterbatasan anggaran. Padahal mereka sudah menyiapkan konsep yang

matang untuk bisa membawa nama Kota Bandung dalam kegiatan tersebut.

Lebih jauh, komunitas yang tergabung dalam BCCF juga menginginkan dalam waktu dekat Kota Bandung dapat menjadi tuan rumah dalam kegiatan tahunan UCCN. Menurut mereka dengan menjadi tuan rumah tentunya akan menjadi ajang promosi yang paling baik untuk mengenalkan Bandung. Dengan reputasi Bandung sebagai Ibu Kota Asia-Afrika tentunya prasyarat dari sisi sarana dan prasarana sudah memadai. Beberapa pihak swasta sudah menyatakan diri bersedia membantu dari sisi fasilitas. Namun, dari sisi anggaran jika hanya ditanggung oleh Pemerintah Kota Bandung tentunya mereka tidak akan sanggup. Tentunya perlu dukungan anggaran dari pemerintah pusat, khususnya Bekraf dan Kemdikbud. Upaya sudah dilakukan dan sampai saat ini menurut mereka belum ada tanggapan positif dari pemerintah pusat.

BCCF sebagai tonggak sinergitas komunitas kreatif Bandung, pada tahun yang sama dengan penominasian Kota Bandung sebagai kota kreatif Dunia melebarkan sayapnya menjadi ICCN (Indonesia Creative City Network). Belajar dari pengalaman yang sudah dilakukan oleh Kota Bandung, khususnya dalam sisi kolaborasi antar stakeholders dalam membangun kota kreatif. Saat ini hampir setengah kota/kabupaten di Indonesia sudah tergabung dalam ICCN. Tahun ini mereka akan mengadakan kongres di Ternate untuk membahas upaya strategis dalam mengembangkan kota kreatif di Indonesia.

3. Tantangan Pemerintah

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, Kota Bandung memperoleh prestasi sebagai salah satu praktek baik dalam sisi kolaborasi antar stakeholders. Hal ini dipahami dengan baik oleh para stakeholders karena memang mereka memiliki tradisi ‘nongkrong’ atau dalam bahasa Sunda disebut dengan “ngariung” yaitu proses dialog untuk membahas ide-ide baru serta solusi untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Selain dari sisi kultur, memang seara design kota yang penuh dengan taman dan hawa yang sejuk menjadi konteks yang tidak bisa didapatkan dari kota-kota lain di Indonesia.

Selain itu, pemerintah kota Bandung semenjak tahun 2017 sudah memiliki bidang ekonomi kreatif (ekraf) yang tergabung dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dengan demikian, Kota Kembang sudah bisa mengembangkan bidang ekonomi kreatifnya seara lebih komprehensif. Ibu

Tris, kepala bidang Ekonomi Kreatif Kota Bandung mengenai lembaga yang dikepalainya mengatakan:

Ini merupakan bidang baru. Awalnya untuk ekonomi kreatif itu tersebar di lima bidang dibawah kordinasi Bidang Ekonomi di Sekda. Meskipun Kota Bandung belum memiliki dasar hukum yang memadai, tetapi kita sudah memiliki bidang sendiri. Saat ini Raperda Ekraf kota Bandung sudah masuk dalam Prolegda, Insyaallah tahun 2020 akan dibahas. Selama ini sandaran kita untuk Ekraf ada di RPJMD. Jawa Barat sudah ada Perda Ekraf-nya, jadi kita rujukannya ke situ, sayanya UUnya malah belum ada kejelasan sampai sekarang.

Dengan demikian, salah satu tugas utama bidang ekraf ialah mengembangkan 16 sektor ekonomi kreatif, sebagaimana yang diperkenalkan oleh Bekraf. Salah satu upaya yang dilakukan ialah mendekatkan diri kepada komunitas-komunitas yang terkait. Melalui program Patra Komala, Ibu Tris dan jajarannya setiap minggu bertemu dengan komunitas. Di dalam forum itulah, kemudian diranang kegiatan bersama antara komunitas dengan pemerintah kota. Saat ini, lebih 400 kegiatan yang diselenggarakan setiap tahunnya di Kota Bandung yang terkait dengan ekonomi kreatif.

Selain mendorong kegiatan atau event, pemerintah kota juga membangun Bandung Creative Hub, yaitu sebuah gedung lengkap dengan perlengkapan penunjang ekonomi kreatif yang ditujukan bagi komunitas. Gedung dengan design kontemporer ini menjadi simbol ekonomi kreatif di pusat kota Bandung. Sayangnya, tingginya biaya operasional menyebabkan gedung ini harus dikelola oleh pihak ketiga. Minimnya dana operasional ini juga yang menyebabkan pemerintah kota belum serius mendorong komunitas-komunitas untuk berkegiatan di dalam gedung ini. Beberapa pengunjung yang ditemui menyatakan bahwa banyak yang belum tau kalau gedung ini bisa digunakan untuk umum. Selain Bandung Creative Hub, ada juga co-working space yang dibangun di tiga kecamatan yang sedianya digunakan untuk pengemangan ekraf kini pun akan dikelola oleh pihak ketiga. Dengan dikelolanya oleh pihak ketiga, tentunya ada nuansa yang sangat berbeda, terutama dari sisi biaya yang harus dikeluarkan oleh komunitas jika ingin menggunakan fasilitas yang ada.

Pergantian kepemimpinan Walikota dari RK ke Oded Muhammad Danial pada tahun 2018 setidaknya menjadi titik balik pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung. Padahal, Wakilota saat ini pada periode

sebelumnya merupakan wakil walikota Ridwan Kamil. Salah satu tolak ukurnya ialah dari sisi anggaran. Semenjak tahun 2018, anggaran untuk bidang ekonomi kreatif turun sangat drastis, dari 34 M pada tahun 2017 turun menjadi 4 M untuk anggaran tahun 2019. Kepala Dinas Budpar yang menaungi bidang Ekraf dalam FGD pun mengakui, saat ini ia sedang berjuang keras untuk meyakinkan dari dalam bahwa Ekraf merupakan salah satu elemen penting di Kota Bandung. Dengan kondisi keuangan yang terbatas tersebut, bidang Ekraf memiliki tantangan untuk mencari sumber lain di luar APBD untuk tetap bisa mendukung kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif di Kota Bandung.

4. Dukungan Komunitas

Komunitas kreatif Kota Bandung akan tetap eksis, ada ataupun tidak adanya dukungan pemerintah kota. Jika dilihat dari sisi historis pembentukan BCCF, sesungguhnya diketahui bahwa memang upaya menyinergiskan peran antar komunitas sudah dilakukan sejak lama. Salah seorang peserta FGD mengatakan bahwa upaya tersebut dilakukan sejak tahun 2005 dengan pembentukan omon room sebagai sarana diskusi antar pekerja seni. Bahkan jauh sebelum itu, kelompok kreatif sudah ada meskipun tidak saling terorganisir. Sebut saja, Saung Angkung Mang Ujo, Rumah Musik Haris Roesli, Padyangan Projet, Industri pakaian C-59, dan masih banyak lagi yang individu maupun kelompok yang menjadi fondasi dari kreatifitas di Kota Bandung.

Sebagaimana dibahas sebelumnya, kekuatan kota Bandung ialah kolaborasi antar stakeholders. Komunitas di Bandung sesungguhnya sudah merupakan gabungan dari akademisi, pengusaha, dan juga media. Jauh sebelum adanya perhatian dari pemerintah, mereka sudah lebih dahulu membangun jejaring. Dengan demikian, diketahui bahwa peran pemerintah memang sangat minimum dalam pengembangan ekonomi kreatif. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi kota Bandung, karena kesinambungan kegiatan akan terus lestari dan berkembang.

Kuatnya ikatan sosial antar komunitas di Bandung dapat terlihat dengan adanya keseragaman pola pandang melihat design. Mereka semua sepakat bahwa design merupakan sarana untuk menjadi solusi atas berbagai jenis permasalahan, khususnya dari sisi kota. Ini bukanlah sesuatu yang muul tiba-tiba, tentunya melalui proses dialog dan diskusi panjang. Maka hadirilah istilah ‘design thinking’ atau pola pikir design yang menjadi fondasi dari kreatifitas. Lebih jauh, pemerintah kota Bandung bekerja

sama dengan komunitas untuk membuat dan mengajarkan mata pelajaran muatan lokal yang substansinya merupakan ‘design thinking’ yang dikontekstualkan dengan jenjang sekolah siswa.

Dari sisi pengembangan kota kreatif, BCCF sesungguhnya sudah menjelma menjadi kekuatan tersendiri ditingkat nasional. Ide dan semangat kreatifitas yang disemarakkan oleh anak-anak Bandung sesungguhnya lebih mengena dibandingkan dengan konsep yang digulirkan oleh Bekraf. Titik pembedanya ialah kekuatan BCCF yang kini menjelma menjadi ICCN adalah komunitaslah yang menjadi penggerak utama dalam proses ekonomi kreatif, atau proses kreatifitas lainnya. Dalam FGD, salah seorang peserta mengatakan bahwa komunitas kreatif itu harus dijaga dari politik dan birokrasi untuk mengingatkan bahwa kreatifitas itu berakar dari independensi atau kebebasan.

Salah satu bentuk sinergisitas komunitas dalam mengembangkan ekonomi kreatif ialah pengembangan wilayah Gudang Selatan. Gudang Selatan merupakan kompleks pergudangan milik Angkatan Darat yang selama ini terbengkalai, kemudian diubah menjadi pusat perkantoran dan show room kelompok kreatif. Di mulai pada tahun 2014, awalnya merupakan inisiatif dari beberapa kelompok kreatif yang kesulitan mendapatkan kantor sekaligus workshop untuk menunjang usaha dan kreatifitas mereka. Kini Gudang Selatan menjadi salah satu sentra industry kreatif baru di kota Bandung yang hampir tidak pernah sepi pengunjung. Gudang Selatan yang memiliki keunikan dari sisi design arsitektur karena memadukan bangunan lama dengan design kontemporer, pada tahun 2017 menjadi lokasi Bandung Design Biennale.

Dosen-dosen kreatif akan menghasilkan mahasiswa-mahasiswa kreatif. Di Bandung, banyak dosen yang terlibat aktif dalam kegiatan kreatif. Di UNPAD, para dosen dari beberapa jurusan mengagas the local enablers. Yaitu program yang mendorong mahasiswa untuk menjadi wirausaha dengan mengoptimalkan peluang yang ada disekitarnya. Kemudian di ITENAS, salah satu dosen yang konsern mengkaji mainan tradisional khas Indonesia juga kerap meminta para mahasiswa untuk melakukan kajian dari kampung halamannya untuk mengembangkan design produk maupun arsitektur. Ketua BCCF saat ini merupakan dosen design ITB, yang mengajar ratusan mahasiswa dan selalu memberikan arahan agar mereka terlibat aktif membangun kotanya. Maka wajar, setiap semesternya

semangat kreatifitas bermunculan di kampus-kampus yang ada di Bandung.

5. Kota Kreatif dan Pemajuan Kebudayaan

Agak sulit untuk mengetahui relasi antara Bandung sebagai kota kreatif dengan pemajuan kebudayaan. Diketahui bahwa konteks kebudayaan yang melingkupi Bandung sebagai kota design lebih banyak dari sisi kebudayaan modern. Hal ini dipahami karena yang menjadi dari basis persemaian kreatifitas melalui kampus yang tidak begitu banyak mengkaji akar kebudayaan tradisional. Mengenai hal ini Ketua BCCF mengatakan sebagai berikut:

Desain itu kan sebenarnya ilmu formal yang belakangan masuk ke Bandung lewat kampus gitu ya, karena desain ketika dilihat dari nomenclature-nya, kalo di tim kita malah kita dibilangnya kriya dan seni gitu. Jadi itu sudah perdebatan lama, karena ada urusan lain. Tapi sebenarnya ketika kita bicara Bandung kota desain, dalam konteks dia sebagai kualitas estetika formal sebuah objek, itu kita nggak sampai sana, kalo dibandingkan dengan kota-kota lain. bagi Bandung, desain adalah alat sebagai berpikir kreatif memecahkan masalah sendiri, melalui eksperimentasi, melalui pencitraan/prototyping, melalui upaya yang sebenarnya memberikan experience/pengalaman... kebudayaan kontemporer juga perlu dibangun sebagai dinamika budaya kita, jadi tidak hanya tradisi tapi juga kolaborasi

Pernyataan tersebut sesungguhnya merupakan kritik atas UU pemajuan kebudayaan yang dianggap terlalu mementingkan tradisi. Dalam perkembangan ilmu sosial dan budaya diketahui juga bahwa kebiasaan baru yang memiliki fungsi sosial untuk menjadi solusi atas permasalahan masyarakat bisa juga disebut sebagai budaya. Seperti halnya mekanisme kolaboratif yang dikembangkan oleh kota Bandung. BCCF dan ICCN sesungguhnya sudah memberikan panduan dalam Program mereka, yaitu Kompas Pembangunan Kabupaten/Kota. Diketahui bahwa semangat yang dibangun ialah agar pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah daerah sesuai dengan tradisi atau akar budaya dari kota/kabupaten tersebut. Dalam hal ini mereka menyamakan antara kebudayaan tradisional dengan konteks sosial-ekonomi sebagai sebuah elemen yang menjadi ruh dari sebuah kota/kabupaten.

Walaupun demikian, diketahui ada beberapa tokoh yang seara spesifik mengkaji tentang kebudayaan tradisional, khususnya kesundaan dan

kemudian memadukannya menjadi kebudayaan kontemporer. Salah satu pegiatnya ialah Zaini Alif, Doktor di bidang design ini sejak skripsi sangat serius mengkaji tentang permainan tradisional di Indonesia. Menurutnya, ada relasi yang kuat antara ekonomi kreatif dengan pemajuan kebudayaan. Ia berpendapat bahwa peran kebudayaan ialah menjadi narasi dari produk-produk ekonomi kreatif artinya ada garis batas diantara keduanya. Selanjutnya ia menyampaikan bahwa jangan dipaksakan agar budayawan menjadi pelaku usaha, budayawan memang harus fokus pada nilai-nilai budaya. Bidang ekonomi kreatif perlu diberikan kepada pihak lain untuk dikembangkan agar memiliki nilai jual. Dengan kata lain sesungguhnya relasi antara keduanya ialah komplementer, atau saling melengkapi.

Zaini juga menjelaskan bahwa juga dalam pembelajaran di kampus ia kerap menguji kepekaan para mahasiswa untuk mengkaji nilai-nilai yang terkait dengan tradisi masa lalu yang sesungguhnya memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu yang dicontohkan ialah teknik memasak nasi yang dahulu kala menggunakan dandang, ternyata lebih sehat karena kandungan gulanya lebih sedikit. Setelah dikaji, diketahui bahwa rendahnya kadar glukosa itu disebabkan oleh saat proses memasak antara air dengan beras terpisah. Pengetahuan tersebut tentunya harus dikembangkan menjadi sebuah produk baru yang akan memberikan manfaat besar bagi kehidupan manusia. Kedepan Zaini akan membuka jurusan baru di ISBI yaitu warisan budaya dan design produk yang bekerja sama dengan salah satu universitas di Jepang. Dengan demikian, akademisi dan kampus di Bandung sebagai institusi jika dilihat dari UU Pemajuan Kebudayaan telah melakukan perlindungan sekaligus pengembangan kebudayaan.

Proses dialektika yang dilakukan oleh para insan kreatif tentunya akan melibatkan kebudayaan tradisional. Salah satu pemicu yang menjadikan anak-anak muda Kota Bandung juga tertarik membahas budaya dan tradisi Sunda ialah program 'Rebo Nyunda' yaitu program Ridwan Kamil saat menjadi walikota Bandung yang mendorong menggunakan pakaian dan berbahasa Sunda setiap hari Rabu. Dengan program adanya program tersebut dengan sendirinya akan terbangun kebanggaan berbudaya, dalam hal ini berbudaya Sunda. Lebih jauh, saat ini ada perpaduan antara music rock dengan karinding yaitu sebuah alat musik tiup sederhana khas Sunda. Perpaduan tersebut menjadi bukti bahwa akan selalu ada proses synthesis antara kebudayaan tradisional dengan kebudayaan modern.

C. Kota Solo Menuju Kota Kreatif Dunia yang Berwawasan Pemajuan Kebudayaan

1. *Crafts and Folk Arts* (Performing Art) dalam Dinamika Sosio-Ekonomi Kota Solo

Solo merupakan salah satu pusat kerajaan Mataram Islam. Di kota ini terdapat dua istana yang masih berdiri megah; keraton Pakualaman dan keraton Mangkunegaraan. Dengan demikian, maka Kota Solo merupakan salah satu lokasi penting dari kebudayaan Jawa. Kebudayaan Jawa menjadi nafas utama kota ini, termasuk dalam sisi *craft and performing art*.

Semenjak jaman Hindia-Belanda, Taman Sriwedari yang dibangun oleh Pakualaman X, merupakan tempat yang sangat penting bagi perkembangan seni pertunjukan rakyat, seperti wayang orang, wayang kulit, ketoprak, tarian, dan juga gamelan. Ruh kesenian itu terus tumbuh dan menguat dengan berdirinya beberapa institusi pendidikan khusus bidang seni di Solo seperti; ISI Solo, SMK 8, SMK 9, dan juga beberapa jurusan seni di UNS.

Sebagai pusat sejarah dan kebudayaan Jawa, Solo juga identik dengan batik dan keris. Dua jenis warisan budaya tak benda yang lekat dengan Budaya Jawa. Batik dan Keris saat ini masih digunakan dalam tradisi keraton, khususnya dalam agenda yang terkait dengan momen sakral. Kemudian juga, di kota ini masih banyak terdapat pengerajin batik dan keris, serta berbagai elemen penunjang kebudayaan Jawa lainnya seperti blangkon, wayang kulit, dan lain sebagainya.

Selain itu, yang tidak kalah penting ialah terdapat begitu banyak sanggar seni yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat. “sanggar-sanggar itu juga ada dan masyarakat memberikannya secara ikhlas untuk atraksi budaya dan itu menjadi teladan pemerintah untuk masyarakatnya. Menariknya adalah sanggar-sanggar ini adalah pemasok terbesar *event-event* kebudayaan di Kota Surakarta” kata Kinkin salah satu pejabat dinas kebudayaan Kota Solo.

Solo bukan hanya menjadi tuan rumah dari kegiatan seni pertunjukan rakyat dalam skala lokal atau nasional, tetapi juga internasional. Salah satunya ialah *International Gamelan Festival*, yang pada tahun 2019 dimeriahkan oleh 670 peserta dari mancanegara. Hal ini menunjukan bahwa gamelan,

sebagai sebuah instrumen tradisi khas Jawa sangat digemari oleh masyarakat internasional. Kemudian, dari sisi *performing art* atau seni pertunjukan ada SIPA (Solo International Performing Art). Acara ini dilaksanakan setiap tahun di Benteng Vesselburg yang dimeriahkan oleh berbagai seniman lokal, nasional, dan mancanegara.

Dalam upaya meningkatkan kedatangan wisatawan pemerintah kota Solo juga membangun beberapa kampung tematik dalam bidang kesenian seperti Kampung Seni Kemlayam yang merupakan kampung berisi seniman gamelan dan tari tradisional. Selain itu, juga dikembangkan kampung batik di laweyan dan kauman. Serta ada pula kampung blangkon di Potrojayan, Serangan. Kampung-kampung tersebut dibuat agar ramah wisatawan dan memiliki berbagai spot foto untuk guna memuaskan wisatawan yang hadir.

2. Solo Menuju Kota Kreatif Dunia

Pemerintah Kota Solo begitu bersemangat untuk bisa menyadang kota kreatif dunia UNESCO. Tahun ini merupakan kali kedua kedua Solo mendaftarkan diri menjadi anggota jejaring kota kreatif dunia UNESCO. Pemerintah Kota Solo khususnya dinas kebudayaan juga aktif untuk berkomunikasi dengan BEKRAF, Kemendikbud, serta ICCN untuk dapat mengajukan diri kembali untuk kedua kalinya.

Dalam sebuah wawancara dengan media, Sekda Solo Ahyani mengatakan bahwa pemerintah Solo semenjak awal tahun 2019 sudah menyiapkan berbagai hal persyaratan yang dibutuhkan mulai dari kelengkapan administrasi, serta kelembagaan. Pada sisi kelembagaan, kota Solo kini sudah membuat komite yang bertugas khusus untuk mengurus pendaftaran ke UNESCO. Pemerintah kota Solo juga aktif berkomunikasi dengan DPRD untuk menyiapkan regulasi yang mendukung Solo sebagai kota kreatif dunia.²

Pada pendaftaran yang kedua kali ini, Solo fokus pada sisi seni pertunjukan rakyat. Hal ini diartikan lebih sesuai dengan DNA Kota Solo sebagaimana dijelaskan sebelumnya. Meskipun belum ada perda khusus mengenai kebudayaan, namun dinas kebudayaan begitu bersemangat untuk mendorong pemajuan seni pertunjukan rakyat dengan menggelar berbagai macam event baik skala lokal, nasional, juga internasional. Selain

² <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/pt3e8g368/solo-lengkapi-persyaratan-jaringan-kota-kreatif-unesco>

itu, pemerintah kota juga memberikan bantuan perlengkapan pertunjukan kepada sanggar-sanggar yang aktif bergiat dalam bidang kesenian, khususnya seni pertunjukan rakyat.

Selain pemerintah, komunitas juga sudah bergiat untuk mendorong Kota Solo menjadi bagian dari jejaring kota kreatif dunia. SCCN (Solo Creative City Network) yang merupakan bagian dari ICCN (Indonesia Creative City Network), begitu aktif bergiat untuk melakukan upaya kolaboratif dengan berbagai elemen masyarakat dalam upaya membangun jejaring antar seniman, khususnya dalam bidang seni pertunjukan rakyat.

Dinas Kebudayaan Kota Solo dalam upaya menyemarakkan seni pertunjukan rakyat langsung memberikan dukungan kepada seniman dan sanggar yang tersebar di kota Bengawan tersebut. Bentuk bantuan tersebut berupa pemberian gamelan, melakukan workshop dan pelatihan, serta memberikan bantuan untuk pertunjukan-pertunjukan. Selain itu, pemerintah kota juga mendorong sekolah-sekolah diluar sekolah seni untuk bergiat dalam bidang kesenian. Melalui dinas pendidikan mereka telah membuat buku-buku yang terkait dengan kesenian.

Kemudian yang tidak kalah penting ialah upaya untuk berjejaring serta menarik minat wisatawan asing sebanyak-banyaknya ke kota Solo. Upaya yang dilakukan ialah dengan menyelenggarakan *event-event* internasional seperti SIPA dan International Gamelan Festival. Dalam kegiatan-kegiatan tersebut Dinas Kominfo bekerja keras untuk mempromosikan kegiatan tersebut melalui media konvensional maupun media sosial. Diharapkan dengan semakin semaraknya kegiatan internasional tersebut akan menguatkan *branding* kota solo sebagai kota seni pertunjukan atau *performing art*.

Semenjak tahu 2017 ini Kota Solo juga sudah memiliki bidang pengembangan ekonomi kreatif yang berada di bawah dinas Pariwisata. Hal ini menandakan bahwa kota Solo sedang bersemangat untuk mengembangkan ekonomi kreatif guna meningkatkan pendapatan kota. Bidang ini memiliki fungsi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan memadukan tradisi serta perkembangan teknologi informasi. Beberapa kegiatan sudah dilakukan terutama terkait dengan pendampingan, workshop, serta promosi bagi pelaku ekonomi kreatif di kota solo. Bidang ini juga sedang melakukan kolaborasi antar penta helix yang dikembangkan oleh Bekraf.

3. *Tantangan Menuju Kota Kreatif Dunia*

Sudah tidak diragukan lagi Kota Solo memiliki berbagai penunjang sebagai kota kreatif, mulai sisi sejarah, fasilitas, seniman, sanggar, serta pendidikan formal bidang kesenian. Namun, sayangnya setiap elemen tersebut saat ini belum berjalan seiring dan seirama. Masing-masing sudah memiliki gaya, komunitas, serta pasarnya sendiri. Salah satu pegiat kesenian mengatakan “kalo pertanyaannya adalah ‘ada nggak semacam forum sesama seniman di Solo?’”, kalo saya boleh ngomong atau boleh ngomong, itu hampir tidak ada”. Dengan demikian salah satu tantangan besar untuk solo menjadi kota kreatif dunia ialah sinergi atau kolaborasi antar komponen.

Sesungguhnya pemerintah kota Solo sudah mencoba menjembatani agar terwujud kerja sama antar seniman melalui kegiatan Soloborasi. Mengenai ini Putri mengatakan:

Dinas pariwisata sudah mengadakan Soloborasi untuk seni pertunjukan, itu memang sengaja saya rangkul yang bukan sanggar melainkan teman-teman muda yang membutuhkan tempat untuk *perform*, namun nyatanya juga minat penonton juga kurang, padahal mereka sudah semangat banget datang 50 orang, 10 orang, rame-rame, mereka bikin semacam konsep, tarian juga, namun ternyata apresiasinya juga kurang.

Srawung Grayeng Soloborasi merupakan event tahunan yang digelar setiap tahun untuk menggerakkan sektro ekonomi kreatif oleh Bidang ekonomi kreatif dinas pariwisata kota Solo. Kegiatan ini digelar di samping Benteng Vederberg, berisi pameran hasil karya dari 16 sektor ekonomi kreatif yang ada di kota Solo. Kegiatan ini baru diselenggarakan pada tahun 2018, karena baru maka apresiasi dari masyarakat belum begitu meriah.

Berdasarkan informasi tersebut diketahui bahwa diperlukan upaya yang lebih kuat untuk menyinergikan para seniman untuk menyelaraskan kegiatan-kegiatan dalam upaya mendorong Kota Solo menjadi kota kreatif dunia. Hal ini dipahami karena akar sejarah kesenian di Kota Solo sudah mengakar begitu lama. Masing-masing seniman sudah memiliki pakem dan tradisi diantara mereka yang sudah berkembang begitu lama, sehingga ada kesulitan untuk membangun kerja sama. Selain itu, kolaborasi antar seniman tradisi dan seniman modern, dan kontemporer juga menjadi tantangan tersendiri.

Pada sisi pemerintah, sudah ada upaya sinergi antar dinas kebudayaan, dinas pariwisata, serta dinas perindustrian. Upaya tersebut dilakukan karena adanya kesadaran bahwa selama ini ketiga dinas tersebutlah yang bersentuhan langsung dengan para seniman untuk mengembangkan kesenian dengan perspektifnya masing-masing. Saat ini sudah diupayakan membangun sistem data bersama guna menjadi rujukan bagi pengembangan kesenian pertunjukan di Kota Solo.

Di sisi lain SIPA sudah menunjukkan geliat yang luar biasa dari sisi apresiasi. SIPA sudah digelar sejak tahun 2009 dan sudah memiliki jejaring internasional yang aktif. Ira sebagai penyelenggara SIPA mengatakan:

SIPA memang sudah 10 tahun, pak, tetapi ikhtiar kami SIPA itu menjadi eventnya masyarakat Kota Solo saat SIPA diselenggarakan itu masyarakat bergerak dan itu belum terwujud. Memang masih proses, namun saya harap tidak akan panjang. SIPA sudah 10 tahun, kami selama ini mengerjakan *event* yang nasional, juga dengan grafik yang naik turun dengan penyelenggaraannya. Kami konsisten menyelenggarakan itu sebagai bentuk untuk partisipasi kami membranding Kota Solo sebagai kota seni pertunjukan. SIPA bisa juga digunakan sebagai daya tarik untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Dengan demikian diketahui bahwa konsistensi Solo untuk mengembangkan seni pertunjukan sudah cukup lama. Jejaring SIPA bahkan sudah terbentuk dengan beberapa negara seperti Korea Selatan, Filipina, Jepang, India, dan Selandia Baru yang hadir sebagai deligasi untuk tampil bersama. Dengan sendirinya, SIPA sudah menjadi elemen diplomasi internasional melalui kebudayaan khususnya seni pertunjukan. Selama 10 tahun itu, pemerintah kota Solo sudah memiliki begitu banyak upaya untuk meningkatkan kesemarakkan acara dari tahun ketahun. Salah satu upayanya ialah pelibatan berbagai SKPD untuk mendukung kegiatan ini. Selain itu, yang tidak kalah penting ialah diselenggarakannya beberapa kegiatan pre-event untuk mengingatkan warga kota Solo dan sekitarnya bahwa akan dilaksanakan SIPA. SIPA diselenggarakan selama tiga hari pada pertengahan bulan September. Dalam waktu tiga hari itu, kegiatan pentas dilaksanakan mulai pada pukul 19.00 sampai dengan 23.00, pada siang harinya dilaksanakan pasar rakyat yang menjual berbagai produk-produk yang terkait dengan kesenian. Pasar rakyat ini dinamakan dengan SIPAMart.

Meskipun demikian, diketahui melalui FGD bahwa kegiatan SIPA belum melibatkan peran serta masyarakat secara luas. Diketahui bahwa sesungguhnya acara berlevel internasional tersebut dapat dimanfaatkan lebih jauh untuk mendorong pemajuan kebudayaan dan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, di waktu-waktu kedepan akan diupayakan sinergi dengan masyarakat luas dari elemen pelajar, sanggar, seniman, perguruan tinggi, dan juga swasta guna menyemarakkan kegiatan SIPA serta mempromosikan seni pertunjukan sebagai bagian penting dari masyarakat Kota Solo.

D. Kota Ambon Menuju Kota Kreatif Dunia Berwawasan Pemajuan Kebudayaan

1. Musik dalam Dinamika Sosial-Ekonomi Kota Ambon

Ambon merupakan kota yang memiliki garis pantai yang panjang. Kondisi tersebut menjadi salah satu penunjang pariwisata lokal bagi para penduduknya. Warung-warung kecil hingga café berdiri untuk menunjang wisatawan yang ingin menikmati keindahan pantai-pantai. Selain untuk menikmati keindahan pantai, pinggir pantai juga digunakan untuk menyalurkan hobi warga untuk tarik suara dengan menggunakan gitar akustik hingga menggunakan media karaoke digital yang disediakan café-café. Aktivitas ini umum dijumpai setiap hari, bahkan 24 jam.

Selain itu, dalam acara pesta ulang tahun dan pernikahan juga umum digelar acara menyanyi bersama. Sudah tentu, pihak yang berhajat memiliki tanggungjawab untuk memfasilitasi warga bernyanyi dengan dengan perlengkapan yang lengkap. Tanda lain yang terlihat jelas begitu lekatnya music dengan kota Ambon ialah angkot-angkot yang memfasilitasi warga hilir mudik juga dilengkapi dengan perlengkapan pemutar music yang bergema dengan sangat keras.

Ambon sudah menjadi sentra music di seluruh kepulauan bagian timur Indonesia. Kualitas suara yang mumpuni dan alunan melodi yang khas wilayah kepulauan menjadikan lagu-lagu Ambon digemari oleh wilayah sekitarnya seperti NTT, Maluku Utara, Sulawesi Utara, Sulawesi Tenggara, Papua dan sebagainya. Dengan demikian, wilayah Timur Indonesia dipersatukan oleh music yang sama, lagu-lagu dari Ambon. Lagu-lagu terus tercipta, penyanyi-penyanyi pun bermunculan. Sadar

akan potensi tersebut, maka sejak tahun 2011 Pemerintah Kota Ambon mencanangkan Ambon sebagai kota music, *Ambon The City of Music*.

Lagu dan menyanyi sepertinya memang sudah melekat sangat lama dengan warga kota Ambon. Mengenai hal ini, Prof Dr. Mus Hulisean mengatakan “Orang-orang tua menyampaikan pesan atau mengekspresikan perasaan dengan menyanyi. Nyanyian rakyat atau yang disebut kapata yang masih ada di beberapa desa menjadi bukti kebiasaan menyanyi itu sudah lama ada”.³ Perkembangan music di Ambon terus meningkat, kini beberapa seniman sudah mulai mengoptimalkan wahana dalam jaringan (internet) untuk menyalurkan minat dan bakatnya, sehingga akses warga terhadap music semakin dimudahkan.

Bagi masyarakat Indonesia bahkan dunia sudah tidak asing dengan penyanyi-penyanyi dari Ambon ataupun berdarah Maluku yang menyanyikan berbagai lagu yang akrab di telinga. Mereka selalu hadir dari generasi ke generasi. Danil Sahuleka, Brury Marantika, Melly Goeslaw, Glen Fredly, Harvey Maliholo, Andre Hehanusa, dan sebagainya. Dalam sebuah liputan media diketahui memang diantara para seniman tersebut memiliki hubungan darah langsung⁴.

Masyarakat dan pemerintah kota Ambon juga berharap besar kepada pengembangan music karena mampu menjadi sarana perekat antar elemen masyarakat. Perlu diketahui bahwa pada awal abad 21, Ambon mengalami konflik berdarah bernuansa agama yang memakan banyak korban. Music sebagai simbol perdamaian menjadi harapan semua pihak di kota Ambon yang masih lekat dengan memori konflik dan kerusuhan sosial pada dua decade yang telah lampau.

2. Proses Menuju Kota Kreatif Dunia

Membahas proses Ambon menuju kota kreatif Dunia UNESCO, tidak bisa dilepaskan dari peran penting AMO (Ambon Music Office), sebuah lembaga yang didirikan atas kerjasama pemerintah kota Ambon dengan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2016. Pendirian AMO merupakan salah satu dari 25 rencana aksi yang ditetapkan menuju Ambon sebagai Kota Kreatif Dunia UCCN bidang music. Direktur AMO Ronny Loppies, semenjak ditunjuk tahun 2016 telah intensif bekerja terutama untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan yang terkait. Ada

³ Ambon (Teruslah) Menyanyi. Artikel Kompas.com, Selasa, 22 Oktober 2013.

⁴ Musisi-musisi dari Ambonia. Artikel Tirto.id, 07 September 2016.

lima pilar penting yang menjadi kerangka kerja AMO bersama musisi dan komunitas yaitu pembangunan infrastruktur, pendidikan musik, industri, sosial, dan budaya.

AMO sangat aktif melakukan konsolidasi baik dengan pihak eksternal maupun internal. Hal ini dilakukan guna mendapatkan masukan dalam memenuhi persyaratan untuk menjadi kota kreatif dunia. Selain berkomunikasi dengan Bekraf, AMO juga membuka jejaring dengan Kemendikbud, ICCN, Museum Musik Indonesia, dan juga tentunya dengan UNESCO. Hal ini dipahami karena pengisian draf dossier pendaftaran kota kreatif perlu dipersiapkan dengan matang, bukan hanya yang tertulis namun juga pada sisi implementasi. Dalam upaya mendapatkan masukan yang tepat, AMO pada bulan Mei 2019 mengundang langsung direktur UCCN bidang music Kota Mannheim, Jerman untuk mengunjungi Ambon selama beberapa hari. Dengan demikian, AMO sudah mendapatkan banyak masukan yang positif untuk mewujudkan Ambon sebagai kota music.

Terkait dengan pendidikan musik, salah satu upaya yang dilakukan oleh AMO ialah berkomunikasi intensif dengan perguruan tinggi dan lembaga pendidikan guna mewujudkan pendidikan musik. IAKN (Institut Agama Kristen Negeri) yang berada di kota Ambon memiliki jurusan seni music semenjak tahun 2000, khususnya untuk ranah keagaamaan keristen, yaitu musik gereja. Meskipun demikian, keberadaan program studi tersebut sangat penting sebagai lembaga yang mencetak musisi-musisi yang memiliki latarbelakang akademis. Di sisi lain, IAIN Ambon masih berjuang untuk bisa membuka program studi music islami mengingat tingginya animo masyarakat dalam bidang seni musik.

Dalam upaya menunjang industri music di kota Ambon, Pemerintah Pusat melalui Bekraf membantu mendirikan studio rekaman music bertaraf internasional pada tahun 2018 yang bertempat di Universitas Pattimura. Selain itu, Bekraf juga membantu mendirikan Gedung Pertunjukan Musik Etnik di IAIN Ambon. Dengan dua infrastruktur tersebut, Bekraf berharap keduanya dapat dioptimalkan untuk menunjang kegiatan seniman yang ada di Kota Ambon dan sekitarnya.

Selain institusi pendidikan formal, beberapa komunitas juga memiliki peran penting untuk menguatkan music sebagai bagian dari kehidupan masyarakat kota Ambon. Salah satu komunitas yang sudah berdiri cukup lama ialah MBO (*Molucca Bamboo Orchestra*). MBO merupakan

komunitas yang menggunakan alat musik seruling bamboo yang dimainkan bersama-sama. MBO sudah memiliki jadwal konser setahun sekali di Kota Ambon semenjak tahun 2007, bahkan saat ini sudah sering juga mengisi acara di ibu kota. Pada Bulan November 2019, MBO dijadwal akan berkolaborasi dengan musisi dari Amsterdam untuk melakukan konser bersama. “MBO awalnya untuk mempertahankan tradisi, tetapi sekarang kita sudah bisa melihat potensi MBO sebagai destinasi wisata kota Ambon” kata Rence pendiri MBO dalam diskusi kelompok terfokus.

Nilai tambah dari Kota Ambon untuk menjadi anggota jejaring kota kreatif dunia di bidang music ialah, fungsi music sebagai sarana perdamaian. Sebagaimana diketahui, saat reformasi bergulir, Ambon dan Maluku secara keseluruhan mengalami konflik agama yang dahsyat. Kondisi tersebut telah merubah wajah kota Ambon yang terbelah antara komunitas Islam dan Kristen. Musik diharapkan bisa menjadi wadah pemersatu dan penyembuh luka lama diantara dua komunitas tersebut.

Upaya nyata menjadikan music sebagai elemen perekat masyarakat kota Ambon yang memiliki keragaman Agama, Suku, dan Ras ialah dengan dilaksanakannya Ambonia Music Karnaval pada bulan September 2019. Kegiatan ini dilakukan sebagai rangkaian acara hari jadi kota Ambon. Berbagai komunitas membentuk barisan panjang berkeliling kota Ambon dengan membawa instrument music baik tradisional maupun modern sambil menyanyikan berbagai jenis lagu. Selain elemen masyarakat, elemen pemerintah daerah, TNI, Polri, dan lembaga kedinasan lain juga berpartisipasi dalam kegiatan ini.

Berdasarkan informasi di atas, diketahui upaya yang dilakukan oleh pemerintah pusat, dan daerah, serta elemen masyarakat sudah sangat padu untuk mewujudkan Ambon sebagai kota music dunia. Jika dibandingkan dengan tiga kota sebelumnya (Bandung, Pekalongan, dan Solo), kerjasama antar elemen di Ambon lebih terorganisir. Hal ini membuktikan semangat yang besar yang juga diimplementasikan melalui rencana kerja yang sudah tersusun sistematis. Tentunya, menjadi anggota jejaring kota kreatif dunia bukanlah menjadi tujuan akhir, kerja sama yang baik ini perlu dijaga konsistensinya.

3. Tantangan Menjadi Kota Kreatif Dunia

Dari penjelasan sebelumnya, diketahui bahwa sejauh ini yang terlihat adalah adanya kelekatan budaya antara masyarakat Kota Ambon dengan music. Ada tantangan besar terkait dengan pengembangan industry music yang melingkupi produksi music, pemasaran, dan juga perlindungan hak cipta. Dengan demikian, putaran ekonomi di dunia music masih sangat terbatas di kota Ambon, termasuk PAD yang didapatkan oleh pemerintah kota. “Perlu mendorong investasi, karena industry music itu high cost, karena kita masteringnya masih di Jakarta” kata salah seorang seniman dalam diskusi.

Ditengah terus berkembangnya teknologi informasi, sesungguhnya saat ini begitu banyak media yang bisa digunakan untuk mendorong pengembangan industry music dengan biaya yang jauh lebih murah. Tetapi sayangnya saluran ini belum dioptimalkan dengan baik. Zulfikar penggiat music di sanggar Kaylah mengatakan “perlu adanya sosialisasi mengenai pengetahuan cara menggunakan *platform* digital yang belum dipahami oleh teman-teman, karena mereka sudah *upload* tapi hanya sebatas *upload* belum ada pengecekan ke depan bahwa kira-kira bagaimana cara mendapatkan pendengar yang banyak atau pakai paket khusus yang bisa ngiklan juga.”

Tantangan berikutnya terkait upaya menjadikan music sebagai sarana perdamaian masyarakat Ambon perlu dirumuskan dengan baik. Hal ini mengingat sejauh ini yang lebih banyak yang menjadi pelopor dan pelaku masih terbatas dikalangan Kristen. Hal ini dipahami karena program studi music yang ada merupakan bagian dari music gereja. Komunitas Islam perlu juga didorong untuk berpartisipasi aktif untuk mengembangkan music yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Dalam upaya membu jurusan music di IAIN Ambon masih ada kendala boleh atau tidaknya music dalam tinjauan agama Islam. Salah satu dosen di IAIN Ambon mengatakan sebagai berikut:

“Untuk menyamakan ide tentang musik ini di antara kita, di kampus ini, kami kerap membahas pro-kontra musik mengenai boleh atau tidaknya musik, nah itu yang kemudian tadi saya minta coba BEKRAF datang dan mengadakan diskusi mengenai musik terutama yang bisa diintegrasikan, karena sepertinya bisa menjadi jalan keluar agar semua kalangan yang tadinya menolak musik, bisa menerima music”.

Dengan demikian, sebelum jauh melangkah terkait dengan pengembangan Ambon sebagai kota music dunia, perihal kebersamaan antar elemen ini juga perlu diperhatikan dengan seksama. Meskipun konflik SARA ini sudah dianggap selesai namun, isu sensitif ini perlu dilakukan penanganan yang tepat. Hal ini penting dilakukan untuk menghindari friksi yang semakin melebar, meskipun diketahui upaya-upaya dalam menjaga harmonisasi antar elemen sudah dilakukan oleh pemerintah kota Ambon.

4. Strategi Pengembangan Kota Kreatif di Indonesia untuk mendukung Pemajuan Kebudayaan

Dalam pengembangan kota kreatif, potensi lokal di masing-masing daerah menjadi faktor penting yang siap untuk dijalankan, sehingga konsep yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan di daerahnya dan bisa ditindaklanjuti serta dapat tercapai apa yang menjadi tujuan pengembangan kotanya.

Pengalaman Kota Pekalongan saat memutuskan Kota Kreatif sebagai arah pengembangan kota dimulai dari penentuan potensi yang paling menonjol, yaitu batik dan perikanan. Berdasarkan berbagai pertimbangan, batik dipilih sebagai potensi unggulan, karena dinilai dapat memberikan dampak yang luas bagi masyarakat Kota Pekalongan (Basyir, Profesional; Mantan Wali Kota Pekalongan 2005-2015; ICCN: 2017).

Pengembangan batik sebagai potensi unggulan dimulai sejak upaya mengidentifikasi dan melengkapi ekosistem batik, selanjutnya mengelaborasi dengan kebijakan kota, misalnya pencantuman program Kota Kreatif dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah juga membuat payung hukum dalam bentuk peraturan daerah yang berwujud Peraturan Walikota Pekalongan. Pekalongan memperkuat penumbuhan budaya dan konservasi batik diantaranya melakukan program edukasi mengenai batik dari mulai pendidikan dasar sampai dengan pendidikan di perguruan tinggi.

Selain itu, pemerintah terus intensif melakukan komunikasi dan kerja sama yang baik dengan berbagai pilar aktor pembangunan kota kreatif, baik dengan akademisi, komunitas kreatif maupun kalangan profesional atau bisnis, bahkan juga dengan media. Dengan melibatkan aktor-aktor tersebut, pemerintah kota bisa membuat perencanaan yang matang terkait dengan program-program pengembangan kota kreatif yang sesuai dengan potensi lokal di masing-masing kota, apakah seperti Kota Pekalongan

yang sedang mengembangkan *crafts and folk art* nya, Bandung yang sedang memperkuat bidang *design*nya, Surakarta yang sedang menyemarakkan *performing art*nya, ataukah seperti Ambon yang sedang gigih-gigihnya meraih dan mengembangkan diri sebagai Kota Musik.

Strategi pengembangan kota dan komunitas yang berkelanjutan sebagaimana yang ada dalam tujuan pengembangan kota kreatif dunia ala UCCN, selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) PBB, juga sesuai dengan semangat UU No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan yang juga menekankan prinsip penguatan komunitas penggiat kebudayaan. Dalam kaitan ini, menempatkan budaya dan kreativitas sebagai pusat strategi pengembangan kota yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pelibatan aktif dari komunitas penggiat budaya dan kreativitasnya untuk terus berkontribusi dalam perencanaan dan juga pada taraf implementasi program yang telah ditetapkan oleh pemerintah kota.

Gambaran mengenai kuatnya ikatan sosial antarkomunitas dapat kita lihat di Bandung yang menunjukkan adanya keseragaman pola pandang tentang design. Mereka sepakat bahwa design merupakan sarana untuk menjadi solusi atas berbagai jenis permasalahan, khususnya dari sisi kota. Ini bukanlah sesuatu yang muncul tiba-tiba, tetapi melalui proses dialog dan diskusi panjang. Maka hadirilah istilah ‘design thinking’ atau pola pikir design yang menjadi fondasi dari kreatifitas. Lebih jauh, pemerintah kota Bandung bekerja sama dengan komunitas untuk membuat dan mengajarkan mata pelajaran muatan lokal yang substansinya merupakan ‘design thinking’ yang dikontekstualkan dengan jenjang sekolah siswa.

Salah satu bentuk sinergisitas komunitas dalam mengembangkan ekonomi kreatif ialah pengembangan wilayah Gudang Selatan Kota Bandung. Gudang Selatan merupakan kompleks pergudangan milik Angkatan Darat yang selama ini terbengkalai, kemudian diubah menjadi pusat perkantoran dan show room kelompok kreatif -- ruang kreatif. Di mulai pada tahun 2014, awalnya merupakan inisiatif dari beberapa kelompok kreatif yang kesulitan mendapatkan kantor sekaligus workshop untuk menunjang usaha dan kreativitas mereka. Kini Gudang Selatan menjadi salah satu sentra industri kreatif baru di Kota Bandung yang hampir tidak pernah sepi pengunjung. Gudang Selatan yang memiliki keunikan dari sisi design arsitektur karena memadukan bangunan lama dengan design kontemporer, pada tahun 2017 menjadi lokasi *Bandung Design Biennale*.

Selain itu, point penting untuk mengembangkan kota kreatif adalah dengan menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain. Misalnya yang telah dilakukan oleh Solo dalam mengembangkan seni pertunjukkan oleh SIPA. Dalam kaitan ini, SIPA memiliki jaringan kerja sama dengan beberapa negara seperti Korea Selatan, Filipina, Jepang, India, dan Selandia Baru yang hadir sebagai delegasi untuk tampil bersama. Dengan sendirinya, SIPA sudah menjadi elemen diplomasi internasional melalui kebudayaan khususnya seni pertunjukan. Selama 10 tahun itu, pemerintah kota Solo sudah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesemarakkan acara *performing art* dari tahun ketahun. Salah satu upayanya ialah pelibatan berbagai SKPD untuk mendukung kegiatan SIPA. Selain itu, yang tidak kalah penting adalah diselenggarakannya beberapa kegiatan pre-event untuk mengingatkan warga kota Solo dan sekitarnya bahwa akan dilaksanakan SIPA. SIPA diselenggarakan selama tiga hari pada pertengahan bulan September. Dalam waktu tiga hari itu, kegiatan pentas dilaksanakan mulai pada pukul 19.00 sampai dengan 23.00, pada siang harinya dilaksanakan pasar rakyat yang menjual berbagai produk-produk yang terkait dengan kesenian, atau biasa disebut dengan SIPAMart. Dalam konteks hubungan internasional, kota Ambon juga telah melakukannya dengan beberapa negara lain, khususnya dalam konteks pengembangan Kota Kreatif Dunia (UCCN), yaitu dengan Adelaide, Daegu, dan Tongyeong, Hannover dan Liverpool, Mannheim, Katowice, Singapura dan Phuket. Selain itu dalam konteks kebudayaan lainnya Ambon berhubungan baik Darwin, Flissingen, dan Kyoto.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Semangat UU Pemajuan Kebudayaan yang menekankan prinsip penguatan komunitas penggiat kebudayaan dan kreativitas sesungguhnya senafas dengan program jejaring kota kreatif UNESCO (UNESCO Creative Cities Network) yang menempatkan budaya sebagai pusat strategi pengembangan kota yang berkelanjutan. Oleh karenanya, diperlukan pelibatan komunitas penggiat kebudayaan dan juga kreativitas untuk tetap berkontribusi dalam perencanaan dan juga implementasi program yang ditetapkan oleh pemerintah daerah/kota. Dalam upaya pembinaan, perlindungan, pemanfaatan dan khususnya pengembangan kebudayaan dapat dilakukan dengan pelibatan komunitas, perguruan tinggi, dan juga elemen dunia usaha yang terkait dengan potensi lokal yang dimiliki masing-masing kota.

Keempat pemerintah kota yang diteliti, baik Pekalongan & Bandung yang telah menjadi anggota UCCN, maupun Surakarta dan Ambon yang sedang berproses ke UCCN telah berusaha memahami & memperjuangkan potensi lokal masing-masing kota untuk masuk ke dalam Jejaring Kota Kreatif UNESCO dalam domain tertentu. Seperti Kota Pekalongan dalam kategori *Craft and Folk Arts*, Bandung dalam *Design*, sementara Surakarta sedang memperjuangkan diri dalam kategori *Craft and Folk Arts* dan Ambon dalam bidang *Music*.

Keempat kota tersebut, jika ditarik dalam strategi pengembangan kota kreatif, maka terlihat bahwa mereka menempatkan budaya dan kreativitas pada arus pengembangan di masing-masing kota. Dalam konteks ini, pemerintah kota melakukan penguatan terhadap ekosistem kota kreatif yang terus melibatkan para akademisi di perguruan tinggi, komunitas kreatif, dan elemen profesional atau dunia usaha yang terkait dengan domain kota kreatif yang sedang dikembangkan. Juga terlibat aktif dalam menjalin komunikasi dan hubungan kerja sama, baik di tingkat daerah, nasional, maupun internasional.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kajian ini yang meneliti dua kota yang sudah masuk ke dalam jejaring kota kreatif UNESCO (UCCN) dan dua kota yang sedang dalam proses pendaftaran untuk masuk ke dalam jejaring,⁵ diketahui bahwa ada beberapa hal yang sangat menentukan untuk menjadi anggota Kota Kreatif UCCN. *Pertama*, ialah diperlukan adanya tim khusus yang bekerja untuk mengisi dan mengimplementasikan dossier UCCN yang memahami dengan baik maksud dari pertanyaan. Selain itu, mereka juga harus bisa memahami situasi dan kondisi yang ada di kota tersebut. Tim ini juga perlu mendapatkan dukungan dari pemerintah, baik pusat maupun daerah, perguruan tinggi, dan juga komunitas serta melakukan hubungan kolaboratif yang kuat diantara mereka.

Kedua, sangat penting untuk mengonsolidasikan komunitas penggiat kebudayaan dan juga kreativitas. Hal ini bertujuan untuk menguatkan posisi dan daya tawar mereka untuk mengingatkan perintah kota agar berkomitmen mendukung program pemajuan kebudayaan dan juga sebagai kota kreatif dunia. Apresiasi perlu diberikan kepada ICCN (Indonesia Creative Cities Network) yang secara massif mendorong penguatan komunitas kreatif di kabupaten dan kota di Indonesia. Peran ICCN sangat dibutuhkan untuk membangkitkan kesadaran komunitas agar berpartisipasi dalam pembangunan di setiap kota dan kabupaten yang tidak melupakan akar budaya masing-masing daerah.

Ketiga ialah pentingnya pemerintah daerah melakukan upaya aktif untuk berkomunikasi dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait baik di tingkat daerah, nasional, dan juga internasional. Adanya program UCCN, juga memiliki fungsi agar setiap pemerintah daerah terus meningkatkan kapasitasnya dalam bekerja sama. Oleh karenanya, diperlukan terobosan baik melalui aturan formal atau regulasi maupun terobosan informal yakni membangun pemerintahan yang kreatif memanfaatkan peluang yang ada dalam kancah internasional. Oleh karena itu, pemerintah pusat, dalam hal ini Bekraf, Kemdikbud, dan UNESCO perwakilan di Indonesia juga perlu

⁵ UNESCO telah menetapkan Ambon masuk sebagai Anggota Jejaring Kota Kreatif UNESCO, lihat di <https://en.unesco.org/creative-cities/events/unesco-designates-66-new-creative-cities>; <https://travel.kompas.com/read/2019/10/31/151244827/ambon-dinobatkan-jadi-kota-musik-dunia-unesco>; <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4100053/unesco-tetapkan-ambon-sebagai-kota-musik-dunia-bersama-14-kota-lainnya>

melakukan koordinasi yang kuat dalam upaya mendukung pemerintahan kota yang sudah terdaftar maupun yang memiliki potensi untuk terdaftar pada tahun-tahun yang akan datang.

Juga dalam kaitannya untuk memperkuat pengembangan kota kreatif, pemerintah kota perlu terus mengembangkan infrastruktur sosial, budaya, dan ekonomi terkait dengan domain kota kreatif yang sedang dikembangkan, melakukan upaya-upaya penguatan institusi terkait dengan mendukung kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka merangsang pendidikan yang berada dalam lingkup domain kota kreatif, dan terus mengembangkannya. Selain itu, terus mendukung kelompok atau pusat-pusat khusus dalam domain kota kreatif di masing-masing daerah dan meningkatkan upaya mempromosikannya, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Selanjutnya mempromosikan domain kota kreatif yang dikembangkan dengan ramah lingkungan; dan mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung pengembangan sektor dari domain kota kreatif yang sedang dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Andi Rahman, 2007. “Bantenisasi Demokrasi: Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan, Studi tentang Demokratisasi Serang, Banten, Pasca-Soeharto, Tahun 2004-2006”, dalam *Tesis*. Program Pascasarjana Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Castells, Manuel. 1982. *City, Class and Power*. London: Palgrave.
- Castells, Manuel. 1996 (2000). *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Vol. 1: The Rise of the Network Society. Oxford, UK: Blackwell.
- Creswell, John W., 2010. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Third Edition*. Terjemahan Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Florida, Ricard. 2004. *Cities and Creative Class*. New York: Routledge.
- Florida, Ricard. 2006. *The Fight of the Creative Class*. New York: Routledge.
- Greffe, Xavier. 2009. *Urban Cultural Landscapes: An Economic Approach*. Dipartimento di Economia “S. Cagnetti de Martini” International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity (EBLA) Centro Studi Silvia Santagata (CSS) Working paper No. 1/2010 Università Torino.
- Greffe, Xavier. 2011. *Creativity: The Strategic Role of Cultural Landscape*. Dalam *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives* Edited by Luigi Fusco Girard, Tüzün Baycan, Peter Nijkamp. Ashgate.
- Greffe, Xavier & Emiko Kakiuchi. 2015. *Creative Cities: The Cultural Issue*. Dalam *Culture, Creativity and Cities*: SUIYO-SHA.
- <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-1/>.
- <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-2/>.
- <https://tirto.id/mempersoalkan-konsep-kota-kreatif-ala-richard-florida-czuR>.
- Lusiana, Christopheria Vera, 2011. “Peran Komunitas Kedaerahan Dalam Memberikan Dukungan Sosial, Studi Kasus Pada Komunitas Rukun

- Sulawesi Utara di Rumah Susun Sindang Koja Jakarta Utara”, dalam *Tesis*. Program Pascasarjana Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Neuman, W. Lawrence, 2013. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th edition. Terjemahan Edina T. Sofia. Jakarta: PT Indeks.
- Puscasu, Violeta. 2016. *Cultural Landscape And Creative Practices – Some Usefull Notes For Regional Context*. Cross-Border Journal For International Studies – No. 1/2016.
- Simsek, Gotce. 2017. *Examining the Role of Cultural Landscape in Regional Development: Defining Criteria and Looking at Ephesus*. International Journal of Architecture & Planning Received 06 May 2017; Accepted 07 June 2017 Volume 5, Issue 1, pp: 42-65/Published 30 June 2017 DOI: 10.15320/ICONARP.2017.17 - E-ISSN: 2147-9380.
- Smith, Richard and Katie Warfield. 2008. Creative Cities: The Matter of Value. Creative cities, cultural clusters and local economic development. - Cheltenham [u.a.] : Elgar, ISBN 978-1-84720-268-0. - 2008, p. 287-312.
- Suryati, Evalien, 2009. “Pengembangan Kapasitas Perpustakaan Digital dalam Indonesia Higher Education Network (INHERENT): Studi kasus pada Perpustakaan di Lingkungan Universitas Indonesia”, dalam *Tesis*. Program Studi Ilmu Kepustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan.



Pusat Penelitian Kelautan
Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
2020

ISBN 978-602-0792-93-4

