

ANALISIS SISTEM KOMUNIKASI PENUNJANG EKONOMI KREATIF BERBASIS POTENSI LOKAL (STUDI KASUS KOMUNITAS BANDUNG CREATIVE CITY FORUM (BCCF))

Dea Christina & Muhamad Zaini Dahlan

Institut Pertanian Bogor, Indonesia & Universitas Tazkia, Bogor, Indonesia

dea.c.junissa@gmail.com & muhamad.zaini@gmail.com

Abstrak

Sejarah memperlihatkan adanya pergeseran fokus pembangunan, dimana saat ini ada dalam Era Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri kreatif. Indonesia memiliki banyak keuntungan dalam menumbuhkan sektor ekonomi kreatif ini, karena bonus demografi dan dukungan ekosistem. Namun hal tersebut tidak cukup tanpa didukung sistem komunikasi yang menunjang pelaksanaan ekosistem kreatif. BCCF dikatakan menjadi suatu agen of change yang dapat berperan sebagai Creative Hub bagi masyarakat lokal. Akan tetapi tetap memiliki kekurangan. Untuk dapat meningkatkan potensi dari sistem komunikasi penunjang ekonomi kreatif ini, makalah ini mencoba menganalisis melalui pendekatan sistem, dengan harapan mendapatkan keluaran berupa strategi untuk meningkatkan proses komunikasi di dalamnya. Analisis Black Box memperlihatkan terdapat beberapa elemen dalam sistem yaitu input terkendali dan tidak terkendali, manajemen, lingkungan, serta output terkendali dan tidak terkendali. Beberapa faktor dalam input terkendali, seperti kelembagaan, biaya, sarana prasarana, serta kompetensi dan kapabilitas komunitas. Yang perlu diperhatikan adalah input tidak terkendali, diantaranya, motivasi generasi muda, kesiapan masyarakat serta komitmen stakeholder yang cenderung naik turun dan berpengaruh terhadap didapatkannya output yang tidak diharapkan. Strategi untuk meningkatkan proses komunikasi adalah dengan melakukan proses manajerial komunikasi, dimana untuk meningkatkan proses komunikasi dalam sistem ekonomi kreatif ini harus disesuaikan dengan karakteristik generasi muda sebagai pengguna terbanyak atas sistem ini.

Kata Kunci: sistem komunikasi, ekonomi kreatif, potensi lokal

Abstract

Development focus has been evolved. Nowadays, we are in the Age of Creative Economy which mobilized mostly by Creative Industry. However, Indonesia has benefited in terms of developing this sector, since it has 2 acknowledged advantages, such as demographic segmentation and ecosystem buffer and support. Unfortunately, it is not enough to make ideal and successful creative ecosystem. Communication in the system should also be developed. BCCF is a supporting communication system in the level of city, who can be an agent of change and a creative hub between stakeholder and community. Still, it has limitation. To give some recommendation to improve the communication process in this supporting communication system is the purposes of this paper. Blackbox analysis shows there are some elements in the system such as, controllable input, uncontrollable input, management, environment, controllable output and uncontrollable output. We should highlight uncontrollable input like youth motivation, community readiness and stakeholder commitment which are easily up and down. It will influence how the system achievement, gaining expected output or unexpected output. Based on the analysis, the communication strategy should refer to communication managerial. It means communication process must be appropriated with the most user in the system, which is the youth.

Keywords: communication system, creative economy, local potential

PENDAHULUAN

Sejarah perkembangan negara Indonesia memperlihatkan adanya pergeseran fokus pembangunan mulai dari Era Pertanian, menuju

ke Era Industrialisasi, dan setelahnya Era Informasi yang ditandai dengan banyaknya penemuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang menggiring manusia kedalam suatu perkembangan interaksi sosial. Perkembangan interaksi sosial tersebut adalah interkoneksi antar manusia yang membuat manusia semakin produktif dan efektif. Hal lain yang terjadi sebagai akibat dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin ketat sehingga menuntut SDM tidak hanya bergantung pada penemuan teknologi informasi dan komunikasi, namun menjadi SDM yang kreatif. Oleh karena hal itulah, pada tahun 1990-an dimulailah Era ekonomi baru yang disebut sebagai Era Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri kreatif. Jadi pada dasarnya, ekonomi kreatif adalah bentuk dari pembangunan yang berkelanjutan.

Industri kreatif di Indonesia memiliki peran besar dalam pembangunan ekonomi, terbukti kontribusi pada pendapatan domestik bruto rata-rata 7,8 persen per tahun. Data tahun 2014, misalnya, memperlihatkan bahwa sektor ekonomi kreatif telah berkontribusi sebesar 7,1 persen terhadap PDB nasional, menyediakan 12 juta tenaga kerja, dan memberikan kontribusi perolehan devisa negara sebesar 5,8 persen. Dalam lima tahun ke depan, sektor ini ditargetkan memiliki kontribusi terhadap PDB nasional mencapai 12 persen, 13 juta tenaga kerja, dan kontribusi ekspor mencapai 10 persen. Bahkan diharapkan pada tahun 2025 industri kreatif menyumbang lebih dari 12 persen pada PDB dan 12-13 persen untuk ekspor (*Executive Summary*, 2006).

Berdasarkan data tersebut serta sejalan dengan Nawa Cita Presiden Republik Indonesia, diharapkan sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia di masa yang akan datang. Indonesia sendiri memiliki banyak keuntungan dalam hal menumbuhkan sektor ekonomi kreatif ini. Diantaranya keuntungan-keuntungan tersebut, antara lain: 1) bonus demografi yang dimiliki Indonesia saat ini

sebagai salah satu dari negara dengan jumlah generasi muda terbanyak, mencapai 62,6 juta orang atau seperempat dari jumlah penduduknya (BPS, 2013). Bahkan pada Tahun 2015 s.d. 2035, Indonesia diproyeksikan mengalami peningkatan bonus demografi, dengan jumlah generasi muda mencapai 70 persen. Dengan adanya keuntungan populasi penduduk Indonesia dengan usia produktif, seharusnya generasi muda di Indonesia mampu menjadikan negara Indonesia menjadi lebih baik dibanding negara lain, dikarenakan karakteristik generasi muda pada umumnya yang memiliki semangat pembaharu yang kreatif dan inovatif sehingga dapat dijadikan modal yang sangat kuat dalam pembangunan; 2) dukungan ekosistem yang mulai menguat, baik dari sisi infrastruktur dan kelembagaan. Sudah setahun ini, terbentuk *Indonesian Creative Cities Network (ICCN)* atau Jejaring Kabupaten Kota Kreatif se-Indonesia (JK3I). ICCN diwadahi dalam bentuk forum nasional bernama *Indonesian Creative City Forum (ICCF)* sebagai lembaga yang mandiri dan independen. Selain itu, perkumpulan yang telah berbadan hukum ini terdiri dari pemangku kepentingan di masing masing kabupaten-kota yang menyatakan diri untuk bergabung dan berkolaborasi melalui jejaring kabupaten-kota kreatif secara bersama-sama untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif di tingkat nasional. Adapun para pemangku kepentingan tersebut yaitu: perwakilan kota, kabupaten, swasta, akademisi, profesional/praktisi, komunitas, LSM, dan bekerja sebagai mitra pemerintah termasuk Badan Ekonomi Kreatif, Kementrian, Badan dan pemangku kepentingan terkait di tingkat nasional.

Dengan besarnya peluang pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, kita dihadapkan pada tantangan untuk terus dapat menstimulasi terciptanya bentuk-bentuk kreativitas yang memiliki nilai tinggi. Dukungan infrastruktur terhadap ekosistem kreatif yang sekarang telah ada dalam bentuk forum/ ruang diskusi, kelembagaan, dan konsep kerjasama tidaklah

cukup tanpa didukung sistem komunikasi yang menunjang pelaksanaan ekosistem kreatif. Hal ini menjadi sangat krusial agar terjadi sinergitas antar elemen/ aktor dalam ekosistem kreatif. ICCN sendiri dianggap terlalu jauh dari makna komunitas, karena ruang lingkungannya yang sangat luas. Diperlukan *suatu agen of change* atau perpanjangan dari ICCN yang dapat berperan sebagai *Creative Hub* bagi masyarakat lokal. Seperti halnya Inggris yang memiliki banyak sekali *Creative Hub* yang berfungsi untuk *community building* dan *open sharing*. Komunitas-komunitas lokal-lah yang dapat memainkan peran tersebut. Berdasarkan hal tersebut, ruang kreatif baik dari sisi hulu dan hilir akan tetap terbuka. Di sisi hulu, ruang kreatif harus mampu mengakomodasi dan menginspirasi bagi munculnya *sense of creativity*. Di sisi hilir, ruang tersebut harus dapat mengintegrasikan proses kreasi-produksi-distribusi dan pemasaran potensi ekonomi kreatif yang ada. Dengan demikian, ruang kreatif harus dirancang untuk membentuk iklim dan ekosistem ekonomi kreatif yang komprehensif, kondusif, partisipatif dan inklusif.

Untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif bisa digunakan konsep “kota kreatif” berbasis potensi lokal. Selain membentuk ruang kreatif, pembangunan kota kreatif berbasis potensi lokal (misalnya, *Bandung Creative City Forum* atau BCCF) juga dimaksudkan untuk meningkatkan pengembangan ekonomi lokal yang diarahkan untuk dapat mendorong pemerataan ekonomi dan daya saing nasional. Namun tentunya konsep yang bagus dari upaya pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, tidak selalu diiringi oleh perjalanan yang mudah dalam mencapai tujuan tersebut. Ada beberapa masalah seperti tercantum dalam Setiawan (2012), antara lain belum adanya standar kelayakan bisnis bagi proses dan karya kreatif, masih minimnya lembaga pendidikan yang mampu menghasilkan insan kreatif, masih lemahnya kesiapan SDM kreatif, masih

minimnya kesiapan perangkat negara untuk mendukung industri-industri kreatif; serta belum siapnya lembaga keuangan formal yang mendukung usaha kreatif.

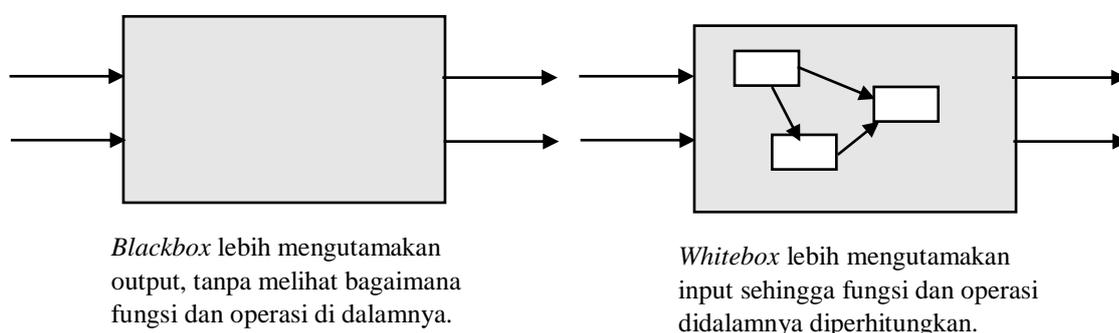
Untuk lebih memahami bagaimana sistem komunikasi penunjang pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, dalam hal ini sistem komunikasi dalam BCCF, makalah ini akan mencoba menjelaskan perihal mengenai ekosistem dari ekonomi kreatif di Indonesia, bagaimana konsep *Quadruple Helix* yang merupakan pilar utama dalam mendorong tumbuhnya industri kreatif tersebut dijalankan oleh sistem, dan proses komunikasi didalam sistem itu sendiri yang dapat menciptakan proses sinergitas. Tujuan dari penulisan makalah ini adalah tercipta pemahaman yang lebih komprehensif dari masing-masing pihak agar tercipta kolaborasi yang saling menguntungkan antara keempat aktor utama tersebut, sehingga masing-masing akan lebih meningkatkan perannya sebagai penggerak utama industri kreatif.

METODE PENELITIAN

Sistem adalah suatu kumpulan yang kompleks dan saling berinteraksi apabila mereka menjadi satu kesatuan (Bennet *et. al*, 2010). Selain itu, O’Brien dan Marakas (2008) berpendapat bahwa sistem didefinisikan sebagai sekumpulan komponen yang saling terkait, dengan batas jelas, bekerja bersama untuk mencapai tujuan dengan menerima input dan menghasilkan output dalam proses transformasi terorganisir. Pengertian lainnya, sistem adalah jaringan kerja prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan suatu sasaran tertentu (Jogiyanto, 1999). Berdasarkan definisi di atas dapat di simpulkan bahwa sistem adalah sekumpulan komponen kompleks dengan unsur tertentu yang dapat menerima input menjadi output untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Analisis sistem adalah fase pengembangan sistem yang menentukan sistem informasi apa yang harus dilakukan untuk memecahkan masalah yang sudah ada dengan mempelajari sistem dan proses kerja untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan peluang untuk perbaikan (Stair dan Reynolds, 2010). Sedangkan menurut Laudon dan Laudon (2010), analisis sistem terdiri dari mengidentifikasi masalah, mengidentifikasi penyebabnya, menentukan solusi, dan mengidentifikasi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh sistem. Sama halnya menurut Sumardjo (2016), analisis sistem adalah suatu

metode untuk melihat hubungan seluruh masalah untuk menyelidiki kesistematiskan tujuan dari sistem yang tidak efektif dan evaluasi pilihan dalam bentuk ketidak efektifan dan biaya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa analisis sistem adalah teknik pemecahan masalah dengan cara mengurai dan mempelajari sistem dan proses kerja agar dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan dan peluang untuk dilakukan perbaikan dengan cara mendefinisikan masalah, mengidentifikasi masalah, mengidentifikasi penyebabnya, menentukan solusi, dan mengidentifikasi kebutuhan informasi yang diperlukan sistem.



Gambar 1. Beberapa Metode Analisa Sistem

Ada beberapa macam metode analisa sistem, diantaranya: 1) *black box approach* adalah suatu sistem dimana input dan outputnya dapat didefinisikan tetapi prosesnya tidak diketahui atau tidak terdefinisi; 2) *analytic sistem* adalah suatu sistem yang mencoba untuk melihat hubungan seluruh masalah untuk menyelidiki kesistematiskan; sedangkan 3) *white box approach* adalah cara pengujian dengan melihat ke dalam sistem untuk meneliti program yang ada, dan menganalisis apakah ada kesalahan atau tidak.

Quadro Helix Innovation Theory

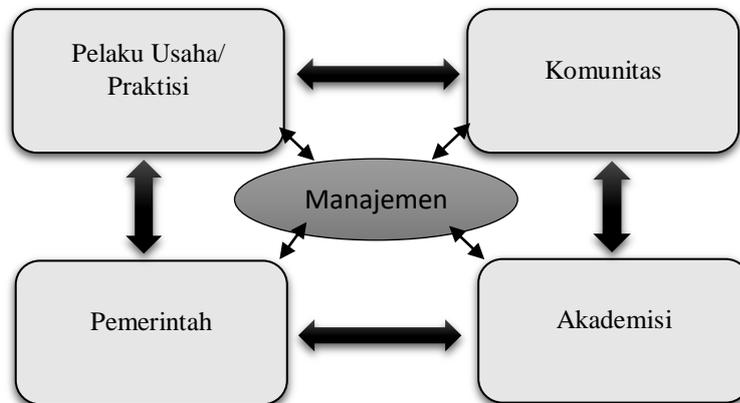
Konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan dari konsep *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society* serta mengintegrasikan inovasi dan pengetahuan (Oscar, 2010). *Quadruple Helix* berperan mendorong tumbuhnya inovasi. Studi literatur sebelumnya kolaborasi antara akademika, pemerintah,

perusahaan dan masyarakat sipil mampu mendorong inovasi bagi warga yang kreatif sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Oscar, 2010). Selain itu, hubungan yang erat, saling menunjang dan simbiosis mutualisme antara keempat aktor tersebut diharapkan menjadi penggerak tumbuhnya industri kreatif yang berkesinambungan. Lihat Gambar 2 untuk melihat konsep hubungan *Quadruple Helix*.

Quadruple Helix bertujuan memberi perhatian pada mekanisme inovasi, pertumbuhan ekonomi dan produktivitas maupun teknologi. Proses *Quadruple Helix* diarahkan pada sisi produksi, sektor teknologi tinggi, dan mengintegrasikan antara inovasi, pengetahuan, output akhir barang dan jasa dan peran *civil society* diarahkan sisi konsumsi: teknologi, pengetahuan, barang dan jasa dan output ekonomi secara keseluruhan (Afonso, 2012). Carayannis and Campbell (2009) menambahkan elemen *Quadruple*

Helix adalah pemerintah, fasilitas riset dan pengembangan, laboratorium universitas, dan *civil society* sebagai dasar sumber inovasi dan

pengetahuan. *Intellectual capital* mampu meningkatkan kapabilitas inovasi (Xiaobo, 2013).



Gambar 2. Konsep *Quadruple Helix*

Riset tentang *Quadruple Helix* jumlahnya masih sangat terbatas dan lebih diarahkan pada ekonomi makro. Namun tentunya agar mendukung pertumbuhan kreativitas dan inovasi bagi pelaku industri kreatif, keempat aktor dalam *Quadruple Helix* tersebut seharusnya bekerja secara terintegrasi, sehingga dapat memainkan peran masing-masing secara optimal. Banyak kasus terjadi dimana peran *intellectual* belum maksimal dalam menghasilkan inovasi dan ide kreatif, sehingga hasil riset belum dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis; peran pemerintah (*government*) belum optimal dalam merangsang pertumbuhan investasi bisnis, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif; peran *business* belum mampu menciptakan iklim bisnis yang sehat sesuai etika bisnis; serta peran *civil society* yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya turut berpartisipasi positif dalam sistem kerjasama ini. Dalam artian, pemahaman yang lebih komprehensif dari masing-masing pihak sangat diperlukan agar tercipta kolaborasi yang saling menguntungkan antara keempat aktor utama tersebut, sehingga masing-masing akan lebih meningkatkan perannya.

Ekosistem Kreatif

Individu dalam berinteraksi di komunitas melakukan berbagai hal seperti diskusi, komunikasi, interpretasi antara satu sama lain, dan berbagi perspektif. Mereka melakukan kombinasi dan rekombinasi atau kegiatan kreatif dalam komunitas (Charon, 1998). Mereka belajar dari interaksi untuk menjadi individu kreatif, aktif, dan membentuk. Untuk itu, mereka memerlukan ekosistem yang mendukung kreativitas.

Ekosistem adalah suatu sistem ekologi yang terbentuk oleh hubungan timbal balik tak terpisahkan antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Ekosistem bisa dikatakan juga suatu tatanan kesatuan secara utuh dan menyeluruh antara segenap unsur lingkungan hidup yang saling mempengaruhi dalam membentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan hidup (UU No. 32 Tahun 2009). Komponen penting yang harus diperhatikan dalam mewujudkan ekonomi kreatif adalah lingkungan yang mendukung dan kondusif; yang dapat berarti dukungan dari semua pihak- mulai dari pemerintah, bisnis, cendekiawan, serta komunitas dan masyarakat. Aksi UNIDO memberikan keyakinan bahwa lingkungan yang seperti itu harus terlebih dahulu terjamin untuk dapat mencapai kondisi inklusif dan pembangunan berkelanjutan.

Ekosistem kreatif adalah suasana atau lingkungan yang memenuhi syarat antara lain pertama, toleransi. Toleransi yang dimaksud adalah keterbukaan atas perbedaan etnis, ras, agama, dan latar belakang hidup. Toleransi ini didukung dengan keyakinan bahwa setiap orang mempunyai kemampuan (talenta) yang unik dan kreatif. Kedua, ruang terbuka yang mempunyai fasilitas listrik dan jaringan internet gratis. Ruang semacam inilah yang disebut oleh Charles Landry (2007) dalam bukunya *The Art of City Making* sebagai ruang publik alternatif. Fasilitas ruang alternatif kota mempunyai manfaat pemicu perkembangan ekonomi kreatif perkotaan di tengah krisis keuangan global. Selain itu juga merupakan bentuk jaminan pemerintah kota atas kebebasan berekspresi, misalnya pengadaan konser musik dan tempat berjejaring di ruang terbuka. Hal lainnya adalah sebagai upaya mengurangi tingkat kriminalitas dan pengangguran perkotaan. Terakhir, sarana dan tempat pertemuan pada sumber-sumber ekonomi kreatif baik industri maupun komunitas. Fasilitas yang semoga dapat dinikmati semua kalangan masyarakat.

Dalam literatur lainnya disebutkan bahwa kreativitas adalah segala tindakan, ide, atau produk yang mengubah domain budaya, atau yang mentransformasikan domain yang ada menjadi sesuatu yang baru. Orang-orang berbakat hanya akan menjadi pribadi kreatif apabila menemukan ekosistem kreativitas yang dihasilkan oleh interaksi dari suatu sistem yang terdiri dari tiga elemen. Pertama, domain simbolik (biasanya disebut budaya) yang berisi seperangkat aturan, prosedur, pengetahuan, dan informasi (meme) simbolik; sebagai titik tolak sekaligus titik ubah dari kreativitas. Kedua, bidang pendukung meliputi segala orang, institusi, dan jaringan yang bertindak sebagai penjaga pintu (*gatekeepers*) yang mendukung, menyaring, dan memvalidasi setiap inovasi untuk bisa masuk dan membawa perubahan dalam domain budaya. Penting dicatat bahwa suatu domain (budaya) tak bisa diubah tanpa dukungan (persetujuan) secara eksplisit atau implisit dari suatu bidang (*field*) yang bertanggung jawab atas hal itu. Ketiga, barulah faktor kehadiran orang

kreatif, yakni seseorang yang pikiran dan tindakannya mengubah suatu domain atau membentuk domain baru (Mihaly Csikszentmihalyi, 2013).

Isu utamanya di sini bukanlah *human capital* dalam arti konvensional yang semata-mata diukur berdasarkan pendidikan formal, melainkan pada pemuliaan daya-daya kreatif lewat penyediaan ekosistem yang baik bagi pengembangan kreativitas. Ekosistem kreativitas yang baik merupakan sinergi dari ketersediaan teknologi, talenta, dan toleransi dengan tiadanya hambatan bagi ragam ekspresi budaya. Membangun ekosistem kreatif ini, bisa dilakukan dengan menggandeng komunitas-komunitas kreatif yang sudah tumbuh di setiap daerah, hal ini dikarenakan komunitas tersebut digerakan oleh para pemuda yang sesungguhnya merupakan pelaku utama dari ekonomi kreatif (*the creative economy*).

Bandung Creative City Forum (BCCF)

Bandung Creative City Forum (BCCF) atau Perkumpulan Komunitas Kreatif Kota Bandung seperti yang tercantum dalam blogspot komunitasnya adalah sebuah forum dan organisasi lintas komunitas kreatif yang dideklarasikan dan didirikan oleh berbagai komunitas kreatif di kota Bandung pada tanggal 21 Desember 2008. Sebagai organisasi resmi, BCCF telah menjelma menjadi sebuah organisasi mandiri yang memiliki tujuan untuk dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan komunitas kreatif di kota Bandung khususnya. Dalam setiap aktivitasnya, BCCF menggunakan pendekatan pendidikan berbasis kreativitas, perencanaan dan perbaikan infrastruktur kota sebagai sarana pendukung pengembangan ekonomi kreatif dan menciptakan wirausaha-wirausaha kreatif baik perorangan atau komunitas. Pada akhirnya forum ini turut serta menginisiasi pengembangan strategi *branding* dan membangun *network* yang seluas-luasnya sebagai upaya kolektif demi mendukung kota Bandung sebagai kota kreatif yang siap berkolaborasi sekaligus berkompetisi secara global.

Tercatat ada sejumlah program yang telah dilahirkan oleh BCCF yang bersinergi dengan

berbagai komunitas kreatif di kota Bandung. Diantaranya yaitu program Helar Festival pada tahun 2008 & 2009, berupa rangkaian kegiatan perayaan (festival kota) yang ditujukan untuk menampilkan berbagai potensi ekonomi kreatif yang berkembang di kota Bandung. Kemudian *Creative Entrepreneur Network* (CEN) yang merupakan salah satu divisi program dalam BCCF, diluncurkan pada tanggal 24 Mei 2009 di Bandung. Keberadaan CEN tersebut adalah untuk mewadahi berbagai jenis wirausaha kreatif komunitas yang terdapat di kota Bandung. Dimana nantinya CEN dapat menjadi sebuah pusat berjejaring antar pelaku ekonomi kreatif, menyediakan acara-acara untuk berjejaring, membangun keterampilan dan pengetahuan bagi wirausahawan lokal melalui *workshop*, seminar, klinik bisnis, dan sebagainya. CEN juga memiliki tugas untuk membuat kolaborasi dengan organisasi sejenis di kota-kota di negara-negara lain yang juga memiliki jejaring komunitas dan industri kreatif.

Lalu tahun 2010, BCCF membuat program Semarak Bandung yaitu rangkaian kegiatan kreatif dengan tujuan untuk mengintervensi ruang publik kota Bandung berupa Reka Kota, Nyala Bandung Gedung Merdeka dan Bragakeun Bragaku. Setelah itu pada tahun 2011, BCCF bekerjasama dengan *United Nations Environment Programme* (UNEP) dan Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) Indonesia turut mensukseskan program *TUNZA International Children and Youth Conference on Environment* yang digelar di Gedung Sasana Budaya Ganesha Bandung. Sebagai catatan penting bahwa dari program TUNZA tersebut lahirlah sebuah deklarasi yang bernama *Babakan Siliwangi World City Forest* yang menetapkan bahwa kawasan babakan siliwangi Bandung adalah Hutan Kota Dunia yang wajib untuk dijaga secara bersama-sama. Deklarasi ini telah disepakati dan ditandatangani bersama oleh Walikota Bandung, Menteri Lingkungan Hidup Indonesia dan UNEP. Pada saat yang bersamaan diresmikan pula sebuah jembatan hutan (*forest walk*) di kawasan babakan siliwangi sebagai

simbol bahwa sejatinya masyarakat kota Bandung dapat mengakses hutan dengan mudah sekaligus menegaskan harapan warga Bandung untuk selalu mempertahankan hutan babakan siliwangi sebagai ruang hijau kota tanpa bangunan.

Ruang-ruang publik bagi komunitas pun menjadi salah satu upaya yang diinisiasi oleh BCCF untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif di kota Bandung. Pada tahun 2011, BCCF menyediakan sebuah ruang kreatif yang bernama *Bandung Creative Hub (BCH)* atau yang lebih dikenal dengan nama *Simpul Space I*, yang bertempat di Jalan Ir.H.Juanda No 329 Bandung. Tahun 2012 ini, BCCF meresmikan sebuah ruang publik lain yaitu *Simpul Space II* yang beralamat di Jalan Purnawarman No 70 Bandung. Ruang kreatif ini tentunya akan memfasilitasi segala macam program yang diusung oleh komunitas seperti Pameran, Diskusi, Workshop, Ekskursi, Presentasi, Pertemuan Komunitas dan lain sebagainya. Dimana semua program yang hadir diharapkan mampu memiliki nilai dan pesan kreativitas dalam balutan kebersamaan. Pada akhirnya BCCF memiliki harapan ke depan agar suatu saat ruang-ruang tersebut dapat menjadi pengikat simpul-simpul kreativitas dan kolaborasi individu, komunitas, maupun organisasi yang memiliki semangat kreatif yang tak pernah lekang oleh masa. Demi nama Bandung, sebuah kota yang selalu haus akan perubahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem komunikasi penunjang pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

Sebelum membahas mengenai sistem komunikasi penunjang pertumbuhan ekonomi kreatif, ada baiknya kita menganalisis aktor utama dalam ekosistem kreatif yang sudah terbentuk untuk mengetahui posisinya, kapabilitasnya baik itu kekuatan maupun kelemahannya, serta peluang dan tantangan yang akan dihadapinya. Berikut adalah tabel analisa SWOT dari komunitas *Bandung Creative City Forum* (BCCF).

Tabel 1. Analisa SWOT BCCF

Eksternal Internal	<p><i>Opportunities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Dukungan penuh dari Pemerintah, terutama Pemda ➢ Perluasan jaringan nasional dan internasional 	<p><i>Threats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Perubahan kebijakan akibat pergantian pemerintahan ➢ Kurang berperannya aktor pendukung dalam konsep <i>Quadruple Helix</i>
<p><i>Strengths</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Merupakan kumpulan komunitas pemuda kreatif yang penuh semangat dan produktif. ➢ Memiliki pola komunikasi internal yang baik. 	<p>Strategi SO</p> <p>Memperluas potensi kerjasama yang lebih luas dengan menggunakan segenap kekuatan organisasi.</p>	<p>Strategi ST</p> <p>Menggunakan potensi organisasi untuk menegosiasikan peran dan dukungan mereka terhadap organisasi.</p>
<p><i>Weaknesses</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Banyaknya anggota komunitas yang timbul tenggelam. ➢ Rentannya konflik karena sifat pemuda yang emosional. 	<p>Strategi WO</p> <p>Memanfaatkan dukungan banyak pihak untuk mengatasi kelemahan, dengan menjadi organisasi yang menarik secara holistik.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Meningkatkan kualitas organisasi dengan dukungan sistem komunikasi yang handal.</p>

BCCF merupakan suatu forum komunikasi komunitas kreatif yang berisikan ribuan anak muda kreatif yang tergabung dalam komunitas-komunitas kecil. Ada sekitar 4000 komunitas kreatif yang terbentuk di Wilayah Kota/Kab Bandung, namun banyak juga diantara komunitas tersebut yang hanya bersifat *temporary* alias timbul tenggelam sesuai karakteristik anak muda yang *moody* atau mudah berubah. Tetapi dibandingkan dengan jumlah yang timbul tenggelam, masih lebih banyak komunitas kreatif di Bandung yang telah berhasil berkolaborasi dengan BCCF membuat Bandung menjadi lebih berwarna dan menjadi salah satu kota kreatif terbaik di Indonesia. Pola komunikasi yang baik yang terjalin di dalam komunitas, tiada lain karena perkembangan media komunikasi. Banyak dari komunitas yang memanfaatkan teknologi aplikasi digital untuk mempermudah komunikasi dengan komunitas lainnya, sehingga mengurangi potensi kekurangan informasi. Saat ini kita mengenal dengan aplikasi sebangsa, salah satu aplikasi yang menjadi sarana komunikasi online bagi komunitas-komunitas yang ada di Indonesia.

Berbicara mengenai BCCF, tentunya kita akan melihat apa yang membuat organisasi pada

awalnya adalah tiada lain *support* dari Pemerintah daerah, terutama Ridwan Kamil, Walikota kota, sebagai salah satu penggagas dari dibentuknya BCCF, karena melihat keberhasilan konsep *creative city* di beberapa negara di dunia. Dengan pengembangan konsep *creative city*, yang dikembangkan sesuai karakteristik lokal, membuat organisasi ini dengan cepat berkembang. Tidak tanggung-tanggung, BCCF saat ini sudah memulai kerjasama dengan beberapa organisasi *creative city* dari mancanegara, diantaranya dengan *SouthEast Asian Creative Cities Network (SEACCN)*, *Asia Europe Foundation (ASEF)* dan *Thailand Creative and Design Center (TCDC)*. Dengan potensi yang dimilikinya, dan kekuatan pemuda sebagai penggerak ekonomi kreatif, maka organisasi ini akan mampu memperluas dan membuka peluang kerjasama yang lebih luas lagi.

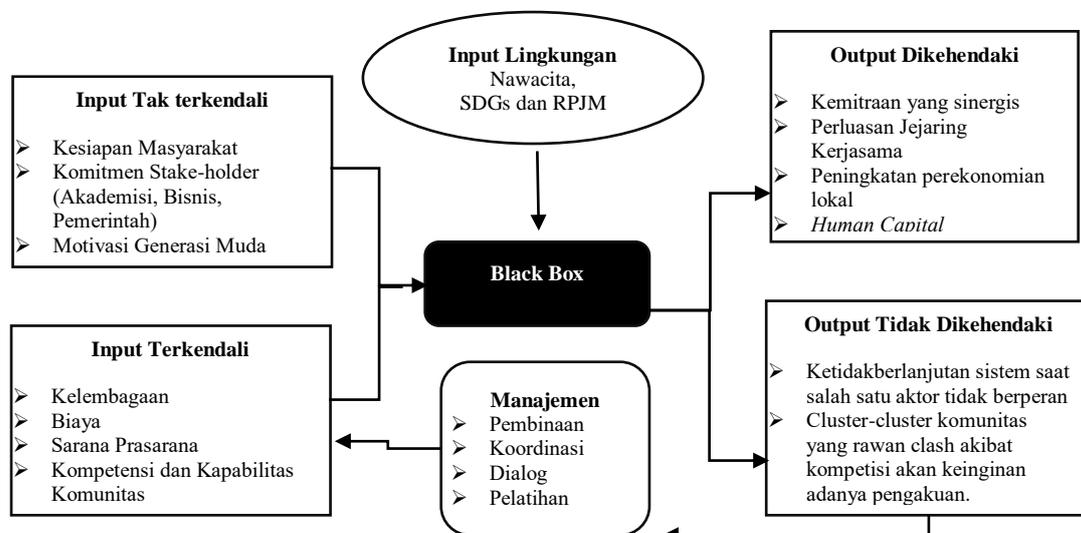
Adapun yang menjadi tantangan bagi organisasi adalah ketidaksinergisan dari konsep hubungan kerjasama yang diusung dalam pengimplementasian program penumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Hal ini sering kali disebutkan dalam beberapa penelitian terkait ekonomi kreatif sebagai salah satu faktor dominan yang mempengaruhi keberhasilan

pencapaian tujuan kerjasama. Tanpa adanya sinergitas dan pemahaman secara utuh atas peran masing-masing aktor, maka konsep bagus dari *Quadruple Helix* yang menghubungkan 4 (empat) aktor ini hanya menjadi wacana semata. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan suatu sistem komunikasi penunjang pelaksanaan penumbuhan ekonomi kreatif.

Untuk melihat sejauh mana sistem komunikasi penunjang tersebut dilakukan, kita harus terlebih dahulu melakukan identifikasi sistem. Identifikasi sistem adalah usaha untuk mencari faktor-faktor sistem yang meliputi data input, data output, data proses, data umpan balik, dan sifat sistem, serta hubungan antar faktor tersebut dalam mencapai tujuan dari sistem. Jadi

diperlukan usaha untuk menguraikan seluruh komponen yang dapat mempengaruhi efektivitas operasi sistem, untuk selanjutnya disaring komponen mana yang akan dipakai dalam pengkajian. Tools yang digunakan adalah diagram *input output*. Setelah dilakukan identifikasi, kemudian elemen-elemen dalam sistem dievaluasi untuk dicarikan solusi perbaikan/ pengembangan dari kondisi yang ada menjadi kondisi yang diinginkan.

Berikut ini adalah hasil identifikasi dan analisis masalah sistem komunikasi penunjang penumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, yang digambarkan dalam model *Black Box*:



Gambar 3. Analisis *Black Box* Sistem Komunikasi Penunjang
 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif (Jejaring BCCF)

Analisis *Black Box* memperlihatkan bahwa dalam sistem komunikasi penunjang pertumbuhan ekonomi kreatif terdapat beberapa elemen yaitu input terkendali dan tidak terkendali, Manajemen, Lingkungan, serta output terkendali dan tidak terkendali. Input terkendali berperan penting dalam mengubah kinerja sistem. Terdapat beberapa faktor dalam elemen input terkendali, seperti kelembagaan, biaya, sarana prasarana, serta kompetensi dan kapabilitas komunitas. Dari sisi kelembagaan yang memang sudah berbadan hukum, tidaklah menjadi kendala. Biaya, sarana

dan prasarana, serta kompetensi dan kapabilitas komunitas pun tidaklah diragukan lagi dengan kemampuan mereka mencari jejaring kerjasama secara mandiri dengan komunitas mancanegara.

Akan tetapi yang perlu diperhatikan adalah input tidak terkendali. Input ini diperlukan agar sistem berfungsi (berpengaruh langsung). Yang termasuk kedalamnya adalah motivasi generasi muda, kesiapan masyarakat serta komitmen stakeholder. Kita tahu bahwa sebagai generasi muda dihadapkan pada beberapa masalah karakter. Karakter generasi muda yang dikatakan generasi

tua sebagai orang yang *moody* tidak sepenuhnya salah. Akan tetapi banyak sekali karakter positif dari generasi muda yang jika dikembangkan akan menjadi modal yang luar biasa. Kedua, adalah kesiapan masyarakat. Banyak sekali masyarakat yang tidak yakin mampu menjadi aktor sentral penghasil ide-ide kreatif. Keyakinan masyarakat yang tumbuh tenggelam inilah yang harus senantiasa dimotivasi. Terakhir yaitu komitmen stakeholder. Banyak kasus terjadi dimana peran *intellectual* belum maksimal dalam menghasilkan inovasi dan ide kreatif, sehingga hasil riset belum dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis; peran pemerintah (*government*) belum optimal dalam merangsang pertumbuhan investasi bisnis, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif; peran *business* belum mampu menciptakan iklim bisnis yang sehat sesuai etika bisnis; serta peran *civil society* yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya turut berpartisipasi positif dalam sistem kerjasama ini. Pemahaman yang tidak komprehensif menyebabkan stakeholder tidak merasakan manfaat sehingga komitmen mereka pun menjadi setengah-setengah dan perlu ditindak lanjuti agar kembali pada komitmen awal, yakni kebersamaan berjuang demi Bandung yang lebih baik.

Sistem bekerja dipengaruhi oleh elemen lingkungan, dalam hal ini yang termasuk kedalamnya adalah Nawacita Presiden Jokowi yang merupakan acuan dari program kerja pemerintahan Jokowi, SDGs atau *sustainable development goals*, serta RPJM pemerintah. Elemen lingkungan ini adalah elemen-elemen yang mempengaruhi sistem secara tidak langsung dalam pencapaian tujuan. Selanjutnya adalah elemen output, yakni hasil dari suatu proses. Output yang dikehendaki dapat berupa respon terhadap sistem, terhadap kebutuhan yang telah ditetapkan. Yang termasuk kedalam output ini tentunya: kemitraan yang sinergis; perluasan jejaring kerjasama; peningkatan perekonomian lokal; serta *human capital*. Inilah yang menjadi tujuan dari suatu sistem komunikasi penunjang penumbuhan ekonomi kreatif. Kemitraan yang sinergis sangatlah penting untuk menghilangkan kondisi ego-

sektoral yang sekarang ini masih melekat. Pertanyaan terkait ego sektoral adalah selalu mempertanyakan siapa yang melakukan apa, siapa yang patut diberikan penghargaan atas keberhasilan suatu program. Disini, harapannya adalah kondisi dimana yang bertanggung jawab dan mendapatkan pengakuan atas keberhasilan/kegagalan adalah setiap aktor tersebut.

Dampak dari kemitraan yang sinergis ini menimbulkan efek domino pada terjadinya perluasan jejaring kerjasama. Perluasan jejaring kerjasama akan secara langsung berpengaruh pada peningkatan taraf hidup individu, dan secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian lokal. Segala hal ini tentunya merupakan dampak langsung dari indeks *human capital* yang mulai meningkat, semakin cerdas, mandiri, dan daya juang yang tinggi sehingga mampu mengendalikan input tak terkendali dalam kondisi yang buruk sekalipun.

Output tidak dikehendaki antara lain, yaitu: ketidakberlanjutan sistem saat salah satu aktor tidak berperan; dan *cluster-cluster* komunitas yang rawan *clash* akibat kompetisi keinginan mendapatkan pengakuan. Salah satu karakter generasi muda adalah perasaan ingin menunjukkan eksistensi agar mendapatkan apresiasi. Hal inilah yang kemudian rentan menghasilkan output yang tidak dikehendaki. Selanjutnya, adalah ketidakberlanjutan sistem. Hal ini sering dijadikan topik dari pembahasan penelitian dikarenakan ancaman kondisi ketidakmampuan salah satu aktor yang tidak bisa berkontribusi/ berperan secara maksimal dalam sistem komunikasi penunjang ini. Jika dijabarkan, maka peran setiap aktor dalam jejaring kerjasama ekonomi kreatif, adalah sebagai berikut:

1. Peran Pemerintah

Peran pemerintah (*government*) adalah sebagai lembaga yang memiliki otoritas pengembangan industri kreatif, baik oleh pemerintah pusat maupun daerah, serta keterkaitan dalam substansi maupun keterkaitan administrasi. Sinergi antar departemen dan badan di pemerintah pusat, sinergi antara pemerintah pusat dan daerah

sangat diperlukan untuk mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif. Pemerintah (*government*) sebagai bagian dari *Triple Helix* merupakan suatu bidang yang dapat menggerakkan masyarakat untuk meningkatkan kreativitas, ide-ide dan keterampilan (Etzkowitz, 2008). Interaksi *human capitals, organizational capital* dan *social capital*, telah menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan inovasi (Xiaobo, 2013).

2. Peran Akademisi

Peran perguruan tinggi (*intellectual*) perlu diakui sebagai komponen transfer kreativitas dan teknologi (Etzkowitz, 2008). *Intellectual capital* mampu meningkatkan kapabilitas inovasi (Xiaobo, 2013). Universitas memiliki peran penting dalam inovasi setara dengan industri dan pemerintah dalam masyarakat (James, 2008). Akademisi memainkan peran kunci dalam pengembangan inovasi dan teknologi yang akan ditransfer pada pihak pelaku bisnis industri kreatif (Dewi, 2009). *Intellectual* sebagai bagian dari *Triple Helix* memiliki hubungan positif dengan inovasi produk baru dan inovasi ekologi (Maria, 2012). Perguruan Tinggi (*intellectual*) sebagai pendorong yang signifikan dalam mentransfer pengetahuan dan teknologi serta modal intelektual bagi pembentukan usaha baru yang komersial (Cinzia, 2012).

3. Peran Pelaku Usaha/ Praktisi

Peran pelaku usaha atau praktisi adalah sebagai entitas organisasi yang diciptakan untuk menyediakan barang atau jasa bagi konsumen. Bisnis umumnya dimiliki swasta yang dibentuk untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kemakmuran bagi pemiliknya, serta dapat terbentuk melalui kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Dinamika sosial dan inovasi di daerah-daerah perkotaan, meningkatkan bakat dan

kreativitas dalam ekonomi perkotaan dan implikasinya bagi kinerja ekonomi daerah (David, 2008). *Triple Helix (business)* diperlukan untuk memperkenalkan praktek-praktek dan prosedur yang inovatif bagi pengembangan kewirausahaan (Ethel, 2008), hubungan pelaku bisnis di industri kreatif akan menciptakan kreativitas dan inovasi melalui komunitas dan *supply chain* (Hasan, 2009).

4. Peran Komunitas

Community memainkan peran penting sebagai pendukung pasar ramah lingkungan melalui perubahan gaya hidup, perilaku konsumsi, partisipasi dalam pengaturan kelembagaan yang memacu inovasi sosial dan kelembagaan (Yan, 2012). Kekuatan hubungan pelaku bisnis di industri kreatif akan menciptakan kreativitas dan inovasi melalui komunitas dan *supply chain* (Hasan, 2009).

Output-output yang tidak dikehendaki ini dapat diminimalisir dengan pengaplikasian metode manajemen organisasi yang baik. Hal ini dapat berupa pembinaan, koordinasi, dialog, serta pelatihan. Ada perbedaan konsep dari beberapa cara tersebut. Misalnya pembinaan ditujukan untuk mengarahkan/ juga mengendalikan suatu aktor untuk tetap berjalan sebagai mana mestinya. Koordinasi adalah komunikasi horizontal yang menuntut adanya interaksi aktif dari pihak yang terhubung. Tujuannya adalah untuk membagi peran dan tanggung jawab. Proses dalam manajemen lainnya adalah dialogis, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan memancing ide-ide kreatif yang dihasilkan masyarakat. Terakhir adalah pelatihan, dengan tujuan meningkatkan kapabilitas sehingga selalu terjadi pemutakhiran SDM sesuai dengan perkembangan tujuan organisasi.

Strategi untuk meningkatkan proses komunikasi di dalam sistem tersebut.

Untuk mendapatkan hasil yang optimal yakni meningkatkan proses komunikasi dalam suatu sistem, maka perlu dilakukan proses manajerial komunikasi. Proses manajerial komunikasi dalam pengertian mengelola potensi yang dimiliki sehingga proses komunikasi dapat terlaksana lebih baik. Kembali pada teori komunikasi, Mc. Crosky Larson dan Knapp mengatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (*accuracy*) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam setiap komunikasi. Komunikasi yang lebih efektif terjadi apabila komunikator dan komunikan terdapat persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa. Komunikasi dapat dikatakan efektif apa bila komunikasi yang dilakukan dimana: 1) Pesan dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya; 2) Pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat

disetujui oleh penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatan yang diminati oleh pengirim; 3) Tidak ada hambatan yang berarti untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim. Oleh karena itu, untuk meningkatkan proses komunikasi dalam sistem ekonomi kreatif ini harus disesuaikan dengan karakteristik generasi muda sebagai pengguna terbanyak atas sistem ini.

Karakteristik generasi muda yang sangat bersahabat dengan penggunaan teknologi misalnya, hal itu dapat dijadikan suatu pola komunikasi yang dapat dikembangkan dalam sistem penumbuhan ekonomi kreatif yang diusung BCCF. Implikasi dari manajerial komunikasi pada dasarnya adalah meminimalisir adanya output yang tidak dikehendaki sebagai akibat komunikasi yang tidak efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan Penulis, maka dengan ini kesimpulan yang didapatkan, antara lain:

- Terlepas dari banyaknya kekurangan yang dimiliki BCCF salah satunya member komunitas yang timbul tenggelam, masih lebih banyak komunitas kreatif di Bandung yang telah berhasil berkolaborasi dengan BCCF membuat Bandung menjadi lebih berwarna dan menjadi salah satu kota kreatif terbaik di Indonesia.
- Dengan potensi yang dimilikinya, dan kekuatan pemuda sebagai penggerak ekonomi kreatif, maka organisasi ini akan mampu memperluas dan membuka peluang kerjasama yang lebih luas lagi.
- Tantangan bagi organisasi adalah ketidaksinergisan dari konsep hubungan kerjasama yang diusung dalam pengimplementasian program penumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.
- Analisis *Black Box* memperlihatkan bahwa dalam sistem komunikasi penunjang

pertumbuhan ekonomi kreatif terdapat beberapa elemen yaitu input terkendali dan tidak terkendali, Manajemen, Lingkungan, serta output terkendali dan tidak terkendali.

- Output-output yang tidak dikehendaki ini dapat diminimalisir dengan pengaplikasian metode manajemen organisasi yang baik. Hal ini dapat berupa pembinaan, koordinasi, dialog, serta pelatihan.
- Untuk meningkatkan proses komunikasi dalam sistem ekonomi kreatif ini harus disesuaikan dengan karakteristik generasi muda sebagai pengguna terbanyak atas sistem ini.
- Implikasi dari manajerial komunikasi pada dasarnya adalah meminimalisir adanya output yang tidak dikehendaki sebagai akibat komunikasi yang tidak efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Afonso, O., S. Monteiro., M. Thomson. (2012). A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory. *Journal of Business*

- Economics and Management, Volume 13, Issue 4, page 1-3.*
- Carayannis, EG and Campbell D.F.J. (2006). *Knowledge creation, diffusion and use in innovation network and knowledge cluster: a comparative system approach across the United State, Europe and Asia.* Preager.
- Charon, Joel M. (1998). *Symbolic interactionism: an introduction, an interpretation, and integration; with a chapter on Erving Goffman by Spencer Cahill.* New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Cinzia. C and C. Porlezza. (2012). Innovation in creative industries: from the Quadruple Helix Model to the systems theory. *Journal Knowledge Economy, Volume 3, page 343-353.*
- David. A. W & A. Bramwell. (2008). Innovation, creativity and governance: social dynamics of economic performance in city-regions. *Innovation : Management, Policy and Preactice, Volume 10 No. 2.*
- Dewi, E. M. (2009). Peran perguruan tinggi dalam triple helix sebagai upaya pengembangan industri kreatif. Seminar Nasional *Peran pendidikan kejuruan dalam pengembangan industri kreatif*”. Jurusan PTBB FT UNY, 21 November.
- Etzkowitz, H. (2008). *Triple Helix innovation: industry, university, and government in action,* London and New York: Routledge.
- Executive Summary. (2006). *Hasil Kajian Diputi Bidang Sumber Daya Manusia UKM dan Koperasi.* <http://www.smeccda.com>.
- Hasan, B., & E., McVittie. (2009). Creative supply-chain linkages and innovation: do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy. *Innovation: management, policy & practice, Volume 11 No 2, page169–189.*
- James. D., & Henry. E. (2008). Triple helix circulation: the heart of Innovation and Development. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development , Volume 7 No. 2, 101-115.*
- Jogiyanto, Hartono. (1999). *Analisis dan disain sistem informasi: pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Landry, C. (2007). *The art of city making.* Routledge.
- Laudon, Kenneth C., Laudon, Jane P. (2010). *Management information systems (11th Edition).* New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Maria, M., & J. P.A., Cuato. (2012). The Triple Helix Model and Dynamics of Innovation: A Case Study. *Journal of Knowledge-based Innovation , Volume 4 No. 1, page 36-54.*
- O'Brien, James A., Marakas, George M. (2008). *Management information system. 8th Edition.* New York: McGraw Hill.
- Oscar. A, S. Monterino, dan M. Thomshon. (2010). A growth model for quadruple helix innovation theory. *Journal of Business Economics and Management, Volume 13 No. 4, page 1-31.*
- Stair, M. Ralph, George W. Reynolds. (2010). *Principles of information systems: a managerial approach. (9th edition).* Australia: Thomson Course Technology.
- Xiaobo. W. & V. Sivalogathan. (2013). Intellectual capital for innovation capability: a conceptual model for innovation. *International Journal of trade and Finance, Volume 4 No. 3, page 139-144.*