

INOVASI PEMERINTAH DAERAH BERBASIS KOLABORASI, BANDUNG *CREATIVE CITY*.

Desty Kunariyanti : 14010115120054

kunariyantidesty@gmail.com

Dosen Pembimbing : Dr.Drs Teguh Yuwono M.Pol.Admin

tyuwonos22@gmail.com

Departemen Politik dan Pemerintahan

Universitas Diponegoro

INTISARI

Bandung telah dinobatkan sebagai kota kreatif oleh lembaga internasional. Adanya proses yang panjang yang harus dilalui untuk mendapatkan predikat sebagai kota kreatif berbagai kegiatan berkolaborasi dan potensi kreatif di kota Bandung yang menghantarkan Bandung sebagai kota kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis inovasi – inovasi berbasis kolaborasi serta bagaimana kolaborasi antar aktor yang dijalankan untuk mewujudkan Bandung sebagai kota kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan teori inovasi, teori kolaborasi , model pentahelix dan konsep kota kreatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat berbagai kegiatan kolaborasi yang muncul dari kegiatan komunitas disana yang menghantarkan Bandung sebagai kota kreatif. Seiring dengan berjalannya waktu, pemerintah mulai konsen dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif. Predikat Bandung sebagai kota kreatif merupakan tantangan bagi pemerintah untuk dapat berinovasi dengan cara berkolaborasi dengan beberapa aktor dari masyarakat kota Bandung dengan tujuan guna mempertegas predikat sebagai kota kreatif.

KATA KUNCI

Inovasi, Kolaborasi, Pentahelix, Kota Kreatif

Pendahuluan

Bandung dinobatkan sebagai kota kreatif dunia oleh UNESCO serta terpilih menjadi pilot project kota kreatif se-Asia Pasifik yaitu menetapkan Kota Bandung sebagai proyek percontohan dalam pengembangan industri kreatif di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Hal ini dapat dikatakan merupakan tantangan baru karena mendapat tugas baru untuk dapat membuktikan kota Bandung sebagai kota kreatif dan bukan hanya predikat belaka. Sebagai pembuktian dan bentuk komitmen Bandung sebagai kota kreatif berbagai upaya telah dilakukan sebagai bentuk inovasi yang dilakukan untuk mengembangkan Bandung sebagai kota kreatif. Untuk mewujudkan hal tersebut tidak hanya membutuhkan satu atau dua aktor saja melainkan membutuhkan berbagai aktor untuk berkolaborasi dan bekerjasama. Dari berbagai inovasi yang dijelaskan diatas, muncul pertanyaan yang mendasar terkait bagaimana proses inovasi tersebut serta keberjalanan kolaborasi yang dilakukan. Pertanyaan secara rinci terkait bagaimana inovasi tersebut direncanakan serta dijalankan. Selain itu juga peran aktor – aktor yang terlibat dalam inovasi tersebut serta kolaborasi seperti apa yang dijalankan.

Umumnya, penelitian tentang kota kreatif menjelaskan tentang proses suatu kota menjadi suatu kota kreatif. Penelitian ini membahas tentang inovasi sebagai bentuk upaya yang dilakukan setelah kota Bandung mendapat predikat kota kreatif. Peran aktor yang terlibat dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif.

Beberapa literasi yang relevan dengan penelitian ini yaitu Mohammad Beny Alexandri (2015) melihat terdapat 6 indikator Bandung sebagai kota kreatif. Prayudi (2017) dalam penelitian ini menjelaskan bahwa predikat Bandung sebagai kota kreatif tidak lahir dari *grand design* pemerintah melainkan komunitas kreatif yang mengembangkan Bandung sebagai kota kreatif. Freska, penelitian ini membahas tentang peran BCCF dalam mengembangkan Bandung sebagai kota kreatif melalui kolaboratif komunitas. Penelitian ini menggunakan teori inovasi, teori kolaborasi, model pentahelix dan konsep kota kreatif. Albury dalam Yogi Suwarno (2008: 10) mendefinisikan inovasi adalah berhubungan erat dengan ide-ide baru yang bermanfaat. Sifat baru inovasi ini tidak akan berarti apa – apa apabila tidak diikuti dengan nilai kebermanfaatan dari kehadirannya. Kolaborasi dapat dipahami sebagai kerjasama antar actor, antar organisasi atau antar institusi dalam rangka mencapai tujuan yang tidak bisa dicapai atau dilakukan secara independent. Konsep kota kreatif Menurut Landry (2006) yang dimaksud dengan kota kreatif yaitu kota yang membuat seluruh warganya dapat mengekspresikan bakat dan potensinya dibidang apapun, khususnya seni, budaya, teknologi, arsitektur, desain, musik, dan film.

Inovasi Bandung Sebagai Kota Kreatif

Dari hasil temuan dilapangan, inovasi – inovasi berbasis kolaborasi yang muncul itu secara nyata diinisiasi oleh komunitas yang ada di kota Bandung, yang kemudian menjadi sesuatu hal yang serius ketika Bandung masuk kedalam anggota UCCN sebagai kota desain. Artinya hal ini menjadi konsen pemerintah untuk mengembangkan Bandung sebagai kota kreatif dengan munculnya inovasi – inovasi yang dilakukan sebagai bentuk pengembangan Bandung sebagai kota kreatif.

Inovasi yang dilakukan dapat dikatakan sebagai inovasi yang masih jarang kota-kota di Indonesia melakukan. Inovasi yang dilakukan antara lain, inovasi *design action*, inovasi taman tematik (foto, musik dan film), inovasi Bandung *Creative Hub* dan inovasi Patrakomala.

Design action merupakan kegiatan berbentuk workshop yang menggunakan cara berpikir orang desain atau *design thinking*. *Design action* ini merupakan salah satu inovasi yang muncul dari komunitas kota Bandung yaitu BCCF. Kegiatan ini melibatkan seluruh aktor – aktor pentahelix, akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media. Hasil dari kegiatan ini merupakan rekomendasi untuk pemerintah untuk menyelesaikan berbagai permasalahan kota. Kontribusi inovasi *design action* ini terhadap pengembangan Bandung sebagai kota kreatif adalah menciptakan individu kreatif dengan menerapkan *design thinking* untuk membentuk suatu solusi kota. Hal ini dilakukan karena salah satu narasi Bandung dapat dinobatkan sebagai kota desain dunia adalah penerapan desain itu sendiri tidak hanya pada bentuk fisik saja akan tetapi diterapkan dalam cara berpikir warganya.

Inovasi Bandung *Creative Hub* merupakan gedung *creative center* pertama di Indonesia. Pembangunan gedung diinisiasi oleh Walikota Bandung saat itu yaitu Ridwan Kamil. Pembangunan gedung ini bertujuan untuk mewadahi / mengintegrasikan aktivitas kreatif yang ada di kota Bandung. Harapannya dengan adanya gedung ini para pelaku ekonomi kreatif dapat saling bertukar ide, pengalaman yang nantinya akan dapat memberikan manfaat kepada kota Bandung. Gedung ini telah dimanfaatkan oleh masyarakat kota Bandung untuk berkegiatan kreatif, dimana menurut hasil turun lapangan telah terselenggaranya 900 kegiatan kreatif yang dilakukan disana pada tahun pertama penerapan gedung BCH ini. Dalam proses pembangunan gedung ini melibatkan kolaborasi antar aktor pemerintah, komunitas kreatif.

Inovasi Taman Tematik. Taman tematik di Kota Bandung sempat menjadi hal yang menjadi perhatian di kalangan masyarakat Indonesia. Karena penamaan taman yang unik dan membangun taman tematik yang cukup massif. Sebenarnya konsep taman tematik di kota Bandung adalah merevitalisasi taman yang telah ada menjadi taman yang unik dan pemberian tema di taman tersebut. Seperti taman musik, taman film dan taman foto. Dalam pembangunan ketiga taman tersebut melibatkan beberapa aktor antara lain, dinas taman, komunitas, FKPP dan dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung. Pembangunan gedung BCH dan Taman Tematik ini merupakan inovasi Bandung sebagai kota kreatif dengan melihat salah satu hal yang menjadikan kota itu kreatif adalah adanya infrastruktur berupa ruang kreatif yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan kreatif.

Inovasi Patrakomala. Dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif tidak terlepas dari pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kota Bandung. Salah satu upaya untuk menciptakan hal tersebut melalui inovasi patrakomala. Patrakomala merupakan patron atau portal yang isinya dapat memetakan seluruh potensi ekraf yang tersebar di Kota Bandung. Selain itu juga menjadi induk database kegiatan ekraf di kota Bandung yang akan dapat dijadikan sebagai landasan untuk pemerintah membuat suatu kebijakan. Tidak hanya sekedar data yang berupa angka.

- angka dan mapping, akan tetapi portal ini mewadahi pelaku ekonomi kreatif , memberikan fasilitas untuk dapat mengembangkan diri serta didalamnya pun dapat menjadi *market place* yang mampu menyambungkan pelaku kreatif ke dunia internasional. Dalam pengembangan inovasi ini berkolaborasi dengan komunitas kreatif karena memang yang menjadi sasaran dalam inovasi ini adalah komunitas kreatif.

Aktor – Aktor yang terlibat

Dalam upaya optimalisasi sebuah inovasi pemerintah, pemerintah tidak dapat bekerja sendiri. Dibutuhkan aktor – aktor lain baik aktor pemerintah maupun non pemerintah. Hal ini dilakukan sebagai upaya menjalankan inovasi pemerintah tersebut, dalam arti pemerintah harus bekerja sama dan berkolaborasi agar perjalanan inovasi pemerintah dapat optimal. Mengingat keterbatasan yang dimiliki pemerintah mengharuskan pemerintah bekerjasama dan berkolaborasi dengan aktor lain. Seperti yang dilakukan di Kota Bandung Jawa Barat, kekuatan kolaboratif menjadikan Bandung mendapat predikat sebagai kota kreatif. Kota Kreatif Bandung tidak lepas peran komunitas – komunitas di kota Bandung sebagai insiator pergerakan kreatifitas di Kota Bandung yang kemudian dikembangkan oleh pemerintah. Menurut Winarno bahwa aktor – aktor yang terlibat dalam inovasi kebijakan dibagi kedalam dua kelompok yakni aktor resmi dan aktor tidak resmi. Aktor resmi adalah agen-agen pemerintah , presiden, eksekutif, legislative dan yudikatif. Sedangkan kelompok tidak resmi meliputi kelompok kepentingan, warga negara, partai politik. Aktor resmi dalam penelitian ini yaitu Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang berperan dalam bidang yang mengtaur segala urusan kreatifitas di kota Bandung. Dinas Pertamanan Kota Bandung, Unit Pelaksana Tugas Bandung *Creative Hub* dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta Bapak Ridwan Kamil yang saat itu menjabat sebagai walikota Bandung. Aktor tidak resmi dalam penelitian ini yaitu Bandung *Creative City Forum* (BCCF) , Komite Ekonomi Kreatif Kota Bandung, Aktor Swasta, Forum Komunikasi Putra Putri Purnawirawan (FKPP) , Komunitas Kreatif di Kota Bandung, Akademisi dan Media.

Model Kolaborasi dalam Bandung *Creative City*

Di Kota Bandung strategi yang digunakan dalam membangun Kota Kreatif Bandung adalah model kolaborasi pentahelix. Secara keseluruhan / umum , dalam membangun Bandung sebagai kota kreatif menggunakan Model Pentahelix ini diyakini sebagai strategi dalam hal kolaborasi dengan berbagai aktor. Proses pengembangan dan pembangunan akan berlangsung ketika setiap aktor memahami peran mereka masing – masing dan memiliki komitmen untuk dapat berkolaborasi dan bersinergi sebagai motor penggerak pengembangn Bandung sebagai kota kreatif. Akademisi dalam Bandung *Creative City* merupakan sumber pengetahuan dengan konsep teori yang relevan dengan pengembangan Bandung sebagai kota kreatif. Dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif, akademisi berperan sebagai aktor yang memiliki tugas akademis seperti melakukan pengkajian / riset dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di kota Bandung lebih kearah penelitian dan pengembangan. Bisnis dalam model pentahelix sebagai *enabler* (pendukung). Bisnis berperan sebagai pendukung suatu program salah satunya

melalui CSR serta bisnis dapat berperan dalam peningkatan kontribusi ekonomi di Kota Bandung. Komunitas dalam buku putih kota kreatif, komunitas adalah suatu kelompok sosial dari berbagai latar belakang lingkungan, yang secara umum memiliki keterkaitan dan habitan yang sama. Komunitas berdiri adanya kesamaan tujuan yang ingin dicapai. Kota Bandung memang dikenal sebagai kota dimana komunitas kreatif bertumbuh dan berkembang secara pesat. Banyaknya komunitas kreatif yang tumbuh dan berkembang di kota Bandung adalah merupakan salah satu potensi yang dimiliki kota Bandung dan yang membedakan kota Bandung dengan kota yang lainnya. Hal ini juga yang menjadikan Bandung dinobatkan sebagai kota kreatif. Karakteristik komunitas kreatif di kota Bandung yang cukup mandiri dan aktif ini juga mewarnai perkembangan Bandung sebagai kota kreatif. Pemerintah Dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif, peran pemerintah merupakan peran yang sangat penting. Selain pemerintah berperan sebagai regulator, pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator terhadap segala urusan untuk pengembangan kota Bandung sebagai kota kreatif. Fasilitator sebagai wadah dalam para aktor untuk dapat berbagi setiap apa yang menjadi permasalahan dan bagaimana penyelesaian. Serta penyedia berbagai fasilitas yang dibutuhkan sebagai pengembangan kota kreatif itu sendiri. Selain berfokus pada kegiatan perlu diperhatikan juga kolaborasi antar seluruh pemangku kepentingan baik dari segi instansi pemerintah lainnya ataupun dari *stakeholder* lainnya. Media dalam model kolaborasi pentahelix berperan sebagai aktor pendukung dalam publikasi dalam promosi serta membuat *brand image*. Dalam pengembang kota kreatif di Bandung, media berperan sebagai media publikasi menyuarakan apa yang menjadi program / kegiatan kreatif. Peran media sangatlah penting, mengingat kemajuan teknologi dan informasi yang mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun, media dapat menjadikan penambahan informasi dan dapat membuat warga untuk dapat bergerak dan turut berpartisipasi kegiatan kreatif. Dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif media berperan sebagai mitra kerja pemerintah baik dari penyebaran informasi atau dapat juga sebagai penyedia sumber daya manusia. Hal ini dijelaskan dalam slamet dkk, media berperan *expander* untuk mendukung publikasi dalam promosi dan informasi. Media dalam penembangan Bandung sebagai kota kreatif memiliki peran yang cukup besar. Bagaimana informasi tersebar luas juga melalui media. Dalam pengembangan Bandung sebagai kota kreatif, media melakukan berbagai upaya sesuai dengan apa yang menjadi tupoksi mereka yaitu sosialisasi dan publikasi.

Penutup

Predikat yang didapat Bandung sebagai kota kreatif merupakan sebuah tantangan untuk dapat lebih mengembangkan Bandung dan mempertegas predikat sebagai kota kreatif. Sebagai upaya untuk mewujudkan hal tersebut, dilakukan inovasi – inovasi dengan berkolaborasi oleh berbagai stakeholoder. Inovasi dalam penelitian ini antara lain inovasi *Design Action*, Inovasi Taman Tematik, Inovasi Bandung *Creative Hub*, Inovasi Patrakomala. Dalam melaksanakan inovasi tersebut, tentunya terdapat stakeholder yang terlibat baik aktor resmi dan aktor tidak resmi. Salah satu strategi pengembangan Bandung sebagai kota kreatif adalah dengan

berkolaborasi. Model kolaborasi yang digunakan adalah Pentahelix, dimana dalam model tersebut adanya peran akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media. Bandung *Creative City* bukanlah sesuatu yang tercipta dari *grand design* pemerintah melainkan adanya aktivitas kreatif komunitas yang peduli akan kota Bandung.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih penulis ucapkan untuk para narasumber yang telah turut membantu penulis dalam mengumpulkan data sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Selain itu terimakasih penulis ucapkan kepada Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran.

Pendanaan

Penulis tidak menerima bantuan pembiayaan untuk penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan publikasi dari pihak manapun.

Daftar Pustaka

- Abdulsyani, Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan, (Jakarta: BumiAksara, 1994), hlm. 156
- Aris Pujo Sunarso. 2014. Tahapan Kota Bandung menjadi Kota Kreatif .Yogyakarta. Drucker, Peter., 1986. Innovation and Entrepreneurship.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Everret M. Rogers, 2003, *Diffusion of Innovations 5th Edition*, New York: Free Press, hal. 12.
- FreskaFitriyana, Jurnal. 2012 “Pengembangan Bandung Kreatif Melalui Kekuatan Kolaboratif Komunitas”.Bandung : ITB
- John W. Creswell, 2016, *Research Design: PendekatanMetodeKualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi IV*, Yogyakarta: PustakaPelajar, hlm. 332
- Manisyah. 2009. Kota Kreatif: Penelusuran Terhadap Konsep Kota Kreatif melalui Pengamatan Studi Kasus.
- Muhammad Fadli.2016. “ InovasiPemerintah Daerah Dalam Pembangunan Fisik (StudiPembentukan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pekerjaan Umum (UptdPu) Di Kabupaten Penajam Paser Utara)”, eJournalIlmuPemerintahan Vol.4, No.4, 2016, hlm. 1731-1740.
- R. WidyaSetiabudiSumadinata. 2003. Mohammad Benny Alexandri “*Asean Economic Community: Analysis of Bandung Creative City*”. International Journal of Science and Research.Vol 6 Issue 2, February 2017.
- Sabarudin, Abdul, 2015. *ManajemenKolaborasiDalamPelayananPublik*, GrahaIlmu, Yogyakarta, hlm.4
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City. Hlm 182
- Yogi Suwarno, 2007, *Inovasi di SektorPublik*, hal. 3 litbang.bandung.go.id/content-upload/kajIAN/2016/EXSUM_Sistem_Inovasi.pdf
- https://eprints.uns.ac.id/27648/1/S421308016_pendahuluan.pdf
- Dasho Karma Tshiteem.2016. Design Thingking, The Guide Book.

Rina, Hermawati. 2015. *Enhancement of Creative City in Bandung City Through Cultural, Community and Public Policy Approach*. International Conference on Law, Education and Humanities. Paris.

Daftar Narasumber

Tris Avanti, SE, M.Si , Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 5 Juli 2019, pukul 11.00 WIB

Rikke Siti Fatimah, Kasi Pengembangan Taman Tematik , 1 Juli, pukul 09.00 WIB

Dr. Dwinita Larasati, MA. , Ketua Bandung Creative City Forum periode 2017 – 2021, 2 juli 2019, pukul 10.00 WIB

Sanny Megawati, S.Sos, M.Ikom, Kasi Pengembangan Teknologi dan Informasi Bidang Ekonomi Kreatif Kota Bandung, 3 Juli 2019, pukul 13.00

Uet Suhendar, Ketua Komunitas Musik (FOMPI) , 30 Januari 2019, pukul 15.00 WIB Sofyan Ali Binandiar, Ketua Komunitas Film (Bandung Film Council) , 30 Januari 2019 , pukul 19.00 WIB

Dian Primastuti, Ketua Komunitas Kuliner (Bandung Empowering Entrepreneur) , 4 Februari 2019, pukul 11.00 WIB

Muhammad Subarkah, Ketua Komunitas Fashion (Bandung Fashion Society), 4 Februari 2019, pukul 14.00 WIB

Dr. Mohammad Benny Alexandri, SE, MM. Akademisi (Kaprodi Magister Kebijakan Publik) Universitas Padjajaran, 1 Februari 2019, pukul 09.00

Raden Hana Ganrina, SS, M.Ikom, Kepala UPT Radio, 1 Februari 2019, pukul 10.30 WIB

Tentang Penulis

Desty Kunariyanti adalah mahasiswa Departemen Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Diponegoro