

KESIAPAN KOTA SURAKARTA SEBAGAI KOTA KREATIF BIDANG KRIYA DAN KESENIAN RAKYAT**Nicolaus Fristo Atmaja, Deva Fosterharoldas Swasto**

Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Email: nicolaus.fristo@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Kota Surakarta memiliki akar seni dan warisan budaya yang melahirkan beragam jenis kriya, kesenian rakyat dan kuliner yang menegaskan identitas kota sebagai kota budaya dan memperkuat branding “Solo the Spirit of Java”. Budaya merupakan basis dalam mencapai tujuan tata ruang dalam wujud kota kreatif untuk mempromosikan, mendukung, dan memperkuat sektor kriya dan kesenian rakyat di Kota Surakarta. Dengan menjadi kota kreatif, Surakarta dapat meningkatkan daya tarik wisata dan menciptakan peluang ekonomi yang lebih baik bagi penduduknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deduktif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan antara hasil dokumen dan literatur dengan hasil wawancara. Kesiapan kota kreatif dirumuskan melalui analisis skoring berdasarkan pendekatan bangunan kota kreatif. Lokasi penelitian dipilih kota Surakarta yang memiliki identitas budaya kuat di bidang kriya dan kesenian rakyat. Surakarta memiliki pilar kota kreatif yang belum berimbang dimana pilar kreasi, produksi, distribusi, dan konsumsi masuk dalam kategori siap, sedangkan pilar konservasi masuk dalam kategori tidak siap. Hasil, dengan mempromosikan sektor kriya dan kesenian rakyat yang unik dan khas, Surakarta dapat menarik wisatawan yang ingin melihat dan membeli produk-produk kriya dan kesenian lokal. Hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan dari sektor pariwisata. Kesimpulan, Kriya dan kesenian rakyat adaptif dan mampu bertahan menghadapi perkembangan jaman merupakan kunci kesiapan kota Surakarta sebagai kota kreatif. Kekhasan budaya turun temurun yang tetap terjaga menguatkan identitas kota Surakarta sebagai kota budaya sekaligus menggerakkan sektor industri kreatif saling mendukung dengan sektor pariwisata, serta perdagangan dan jasa di Kota Surakarta dan sekitarnya

Kata kunci: Budaya; Branding; Kesiapan; Kota Kreatif; Kriya Dan Kesenian Rakyat**Abstract**

The city of Surakarta has artistic roots and cultural heritage which gave birth to various types of crafts, folk arts and culinary arts which express the city's identity as a city of culture and reinforce the branding of "Solo the Spirit of Java". Culture is the basis for achieving spatial goals in the form of a creative city to promote, support and strengthen the craft sector and folk art in the city of Surakarta. By being a creative city, Surakarta can increase its tourist attractiveness and create better economic opportunities for its residents. This study uses a qualitative approach with a deductive method. The data collection technique uses a triangulation technique by comparing the results of documents and literature with the results of interviews. Creative city

How to cite:Nicolaus Fristo Atmaja, Deva Fosterharoldas Swasto (2023) Kesiapan Kota Surakarta sebagai Kota Kreatif Bidang Kriya dan Kesenian Rakyat, (Volume) Issue, <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227>**E-ISSN:**[2684-883X](https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227)**Published by:**[Ridwan Institute](https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227)

readiness is formulated through a scoring analysis based on a creative city building approach. The research location was chosen as the city of Surakarta, which has a strong cultural identity in the field of craft and folk art. Surakarta has an unbalanced creative city pillar where the pillars of creation, production, distribution and consumption are in the ready category, while the conservation pillar is in the unprepared category. As a result, by promoting the unique and distinctive craft and folk art sector, Surakarta can attract tourists who want to see and buy local craft and art products. This can increase the number of tourist visits and income from the tourism sector. In conclusion, crafts and folk arts that are adaptive and able to survive the times are the key to Surakarta's readiness as a creative city. The uniqueness of hereditary culture that is maintained strengthens the identity of the city of Surakarta as a city culture while at the same time driving the creative industry sector to support each other with the tourism sector, as well as trade and services in the city of Surakarta and its surroundings.

Keywords: *Culture; Branding; Readiness; Creative Cities; Crafts and Folk Arts.*

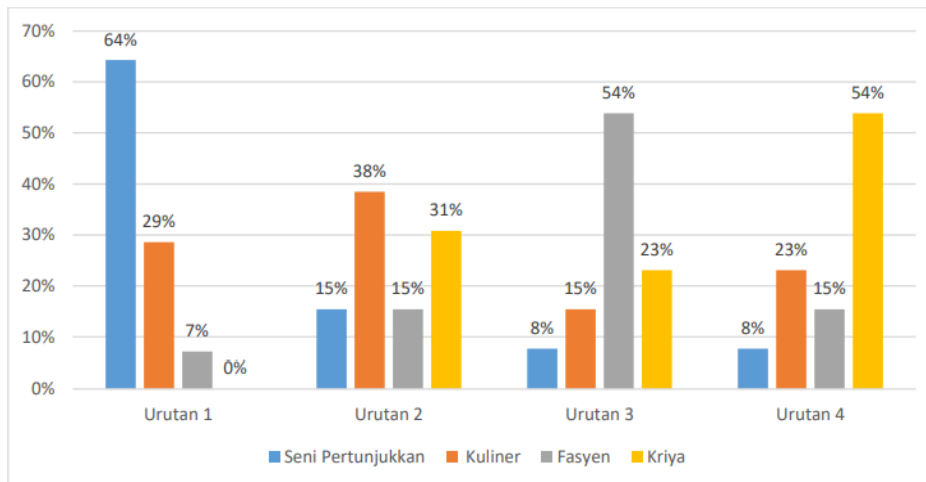
PENDAHULUAN

Kota Surakarta atau yang juga dikenal dengan Kota Solo memiliki branding “*Solo the Spirit of Java*” yang dapat diartikan bahwa Kota Surakarta merupakan pusat dari kebudayaan Jawa. Budaya juga menjadi basis dalam tujuan penataan ruang Kota Surakarta yakni “Memantapkan peran Daerah sebagai PKN (Pusat Kegiatan Nasional) yang produktif, berkelanjutan, dan berbasis budaya yang didukung sektor industri kreatif, pariwisata, perdagangan, dan jasa” yang tertuang dalam pasal 4 Peraturan Daerah tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta tahun 2021-2041. Berdasarkan slogan dan tujuan penataan ruang, dapat dimaknai bahwa peran Kota Surakarta sebagai Pusat Kebudayaan Jawa dan Pusat Kegiatan Nasional yang produktif dan berkelanjutan dapat dicapai melalui kontribusi industri kreatif berbasis budaya dan ekologi dalam wujud kota kreatif.

Pemerintah Kota Surakarta berupaya memperkuat branding dan kontribusi industri kreatif dengan menjadi bagian dari jejaring kota kreatif nasional maupun internasional. Melalui dukungan dari Bapekraf (Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif), perjalanan untuk mewujudkan kota Surakarta sebagai kota kreatif dimulai dengan pengajuan aplikasi (*dossier*) ke UCCN (*The UNESCO Creative Cities Network*) dimulai pada tahun 2013 untuk bidang desain dan pada tahun 2017 untuk bidang kriya dan kesenian rakyat. Walaupun kedua pengajuan tersebut mengalami kegagalan, Bapekraf terus mendukung program Surakarta sebagai kota kreatif dengan menetapkan Kota Surakarta menjadi kota kreatif bidang kesenian rakyat yang dimaknai sebagai bidang seni pertunjukan pada tahun 2019 setelah melalui uji petik dari PMK3I (Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif).

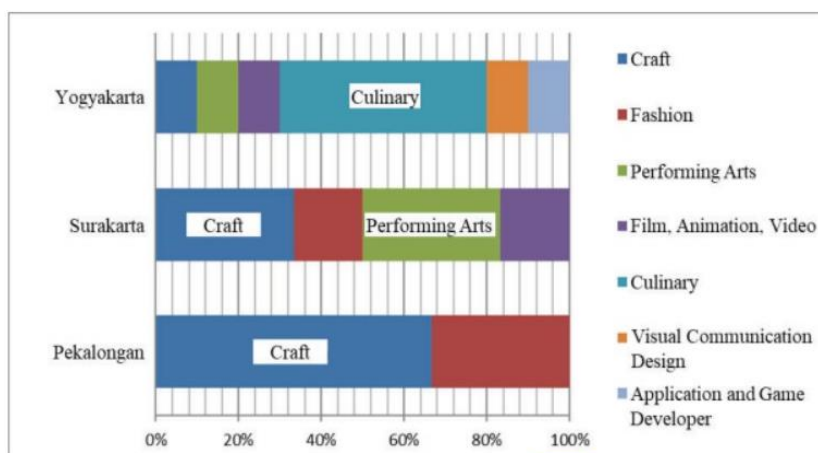
Pemilihan sektor kriya dan kesenian rakyat (*craft and folk arts*) sebagai bidang kreatif, pada dasarnya sudah merepresentasikan nilai budaya Kota Surakarta. Hal tersebut diungkapkan oleh Bappeda Kota Surakarta melalui pemeringkatan sektor kreatif. Pemeringkatan atau urutan prioritas utama sektor kreatif di Kota Surakarta

menunjukkan bahwa seni pertunjukan berada peringkat pertama. Sebanyak 64% responden memilih seni pertunjukan sebagai urutan pertama, disusul dengan sektor kuliner pada urutan kedua, fashion pada urutan ketiga dan terakhir kriya pada urutan keempat.



Gambar 1. Pemeringkatan Prioritas Utama Sektor Kreatif di Kota Surakarta
Sumber: Bappeda Kota Surakarta

Mayoritas, responden menyatakan bahwa subsektor seni pertunjukan perlu ditempatkan pada urutan pertama karena dinilai memiliki adaptasi yang baik terhadap gejolak ekonomi. Selain itu seni pertunjukan dianggap sebagai subsektor yang paling bisa merepresentasikan intelektualitas dan nilai budaya masyarakat Kota Surakarta. Penelitian dari (Nugroho et al., 2022) juga menguatkan hasil pemeringkatan dari Bappeda. Penelitian dengan topik terkait peran sektor kreatif di Kota Pekalongan, Surakarta dan Yogyakarta dalam mewujudkan tujuan SDG's tersebut menunjukkan bahwa seni pertunjukan dan kriya merupakan masuk dalam persepsi paling atas dari publik Kota Surakarta.

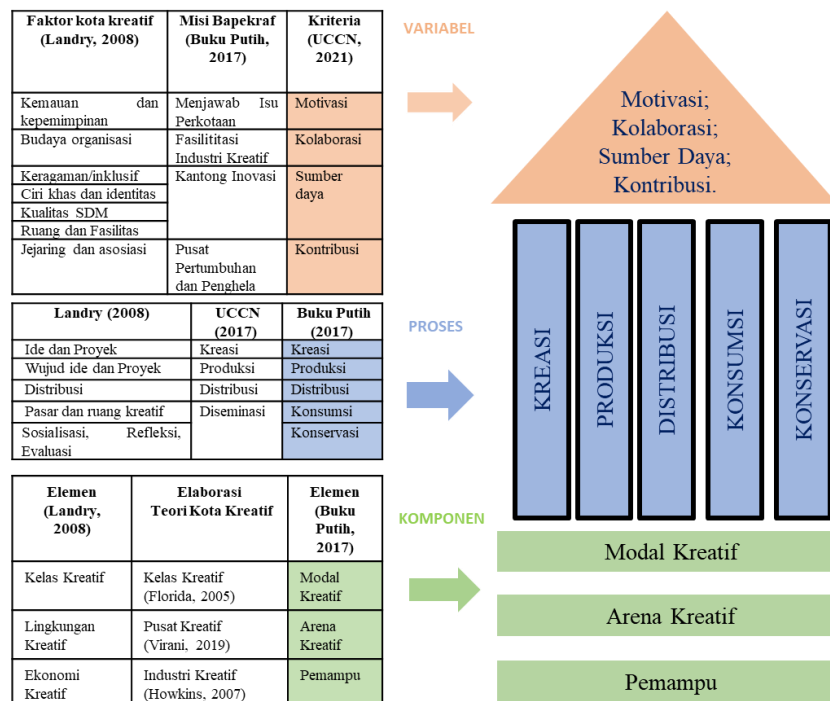


Gambar 2. Persepsi Publik tentang Prioritas Pengembangan Sektor Industri Kreatif Sumber: (Nugroho et al., 2022)

Jika persepsi masyarakat sejalan dengan program kota kreatif, maka diperlukan langkah untuk mengetahui kesiapan Kota Surakarta sebagai kota kreatif bidang kriya dan kesenian rakyat berdasarkan pendekatan teori kota kreatif dan kriteria kota kreatif UCCN. Kota kreatif terdiri dari tiga elemen yakni: ekonomi kreatif, komunitas kreatif dan lingkungan kreatif (Mengi & Guaralda, 2020). Kota yang mengajukan diri wajib berkomitmen untuk menerapkan tujuan dari UCCN, sehingga harus memenuhi kriteria motivasi, kolaborasi, sumber daya, dan kontribusi untuk menjadi kota yang berkelanjutan.

Elemen kota kreatif dan kriteria kota kreatif tersebut dapat dikembangkan menjadi variabel untuk mengetahui kesiapan suatu kota sebagai kota kreatif yang terdiri dari: ekonomi kreatif, kebijakan, komunitas kreatif, dan penyelenggaraan event (Ramadhani et al., 2015);(Herawati et al., 2020). Peran kota kreatif terhadap pembangunan kota juga dapat dikembangkan melalui variabel pemeliharaan ekonomi kreatif, komunitas kreatif, dan penyelenggaraan event Andriani (2020) ataupun variabel modal budaya, ekonomi kreatif, dan lingkungan yang mendukung (Nugroho et al., 2022).

Pendekatan untuk mengetahui kesiapan kota kreatif juga dapat dikembangkan berdasarkan Bangunan Kota Kreatif yang mengacu pada Buku Putih Kota Kreatif. Buku Putih Kota Kreatif merupakan panduan dalam pembangunan kota kreatif di Indonesia yang disusun oleh ICCN (Indonesia Creative City Network) (Tayyiba & Sungkari, 2017).



Proses	Komponen	VARIABEL	INDIKATOR
Kreasi	Modal Kreatif	Motivasi	Proses + Komponen + Variabel
	Arena Kreatif	Kolaborasi	
	Pemampu	Sumber Daya	
Produksi	Modal Kreatif	Kontribusi	
	Arena Kreatif		
	Pemampu		
Distribusi	Modal Kreatif		
	Arena Kreatif		
	Pemampu		
Konsumsi	Modal Kreatif		
	Arena Kreatif		
	Pemampu		
Konservasi	Modal Kreatif		
	Arena Kreatif		
	Pemampu		

Gambar 1. Bangunan Kota Kreatif

Sumber: (Mengi & Guaralda, 2020); (Tayyiba & Sungkari, 2017)

Kesiapan kota kreatif dapat dikembangkan berdasarkan konsep bangunan kota kreatif dimana proses diambil dari pilar, komponen diambil pondasi, variabel diambil dari atap. Konsep Bangunan Kota Kreatif mampu menjelaskan prinsip utama kota kreatif yang holistik, berkelanjutan dan multistakeholder, sehingga mampu melengkapi pendekatan penelitian sebelumnya yang bersifat parsial karena ruang lingkupnya lebih spesifik.

Berdasarkan konsep kota kreatif yang holistik, konsep tersebut dipilih sebagai pendekatan dalam mengetahui kesiapan Kota Surakarta sebagai kota kreatif. Untuk melangkah ke tahap selanjutnya, penulis menggali penelitian terkait kota kreatif. Kolaborasi pentahelix kota kreatif terdiri atas elemen ABCGM yaitu Academician, Business, Community, Government, dan Media Rozikin (2019), dengan tantangan dalam komunikasi dan konsistensi sehingga menimbulkan diskontinuitas (Maulidya & Alfirdaus, 2019). Penelitian terkait peran kota kreatif terhadap tujuan SDG's di Kota Surakarta mengungkapkan bahwa industri kreatif yang ditargetkan hanya mendapat sedikit dukungan dalam kebijakan pembangunan daerah (Nugroho et al., 2022). Surakarta sebagai kota budaya dan perdagangan kawasan kotanya antara lain dibentuk oleh kawasan kampung kampung tradisional berbasis kampung kreatif (Priyatmono, 2013). Dengan adanya kekuatan budaya tersebut, maka harapan akan kesiapan kota Solo sebagai kota kreatif UCCN bidang kriya dan kesenian rakyat akan semakin besar

Berdasarkan beberapa temuan diatas tujuan menjadi bagian UCCN sebaiknya bukan melalui kebijakan instan sebagai kendaraan politik, akan tetapi merupakan kebijakan yang berkelanjutan (De Beukelaer, 2021). Untuk menciptakan kota kreatif yang berkelanjutan para pemimpin pemerintah tidak boleh berfokus pada penetapan Kota Kreatif UNESCO sebagai tujuan ekonomi, tetapi sebagai komitmen yang kuat terhadap pembangunan berkelanjutan (Punpeng, 2020). Kebijakan yang mendukung industri kreatif diantaranya melalui pengembangan industri kreatif berbasis budaya dan peningkatan kapasitas SDM (Li, 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah mewujudkan kota kreatif untuk mempromosikan, mendukung, dan memperkuat sektor kriya dan kesenian rakyat di Kota Surakarta. Dengan menjadi kota kreatif, Surakarta dapat meningkatkan daya tarik wisata dan menciptakan peluang ekonomi yang lebih baik bagi penduduknya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Creswell & Wekke, 2020). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui studi dokumen dari dinas terkait dan penelusuran sumber online, observasi lapangan, dan wawancara dengan akademisi, pelaku bisnis, komunitas seni, pemerintah dan media sebagai pemangku kepentingan yang berkolaborasi dalam mengembangkan kota kreatif (Khairuddin, 2022).

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif bersifat kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam informasi yang diperoleh dari studi dokumen dan observasi lapangan sebagai bahan eksplorasi sekaligus konfirmasi melalui proses wawancara dengan responden (Karim, 2019). Indikator kesiapan diperoleh melalui deduksi dari teori kota kreatif dan kriteria kota kreatif UNESCO yang dielaborasi melalui bangunan kota kreatif, sehingga menghasilkan 5 pilar proses kota kreatif yakni: kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi.

Penilaian setiap indikator dinilai menggunakan skala Likert untuk memperoleh gradasi dari positif sampai dengan negative Sugiyono (2013), melalui pembagian parameter menjadi tiga, yakni: siap (S), cukup siap (CS) dan tidak siap (TS). Setelah didapatkan nilai maksimal dan nilai minimal, dilanjutkan dengan menentukan interval.

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai max-nilai min}}{\text{Jumlah Sampel}} \\ &= \frac{15-5}{5} \\ &= 3,33 \end{aligned}$$

Klasifikasi skor total yang digunakan untuk menentukan kesiapan kota kreatif adalah sebagai berikut:

5-8,3	=	Tidak siap
8,4-11,7	=	Cukup
11,8-15	=	Siap

Tabel 1. Indikator Kesiapan Kota Kreatif

Proses	Komponen	Variabel	Indikator	Kriteria
Kreasi	Modal Kreatif	Sinergi kreatifitas SDM	Pelaku seni	1 = terdapat pelaku kriya dan kesenian rakyat yang dikenal Internasional 2 = terdapat pelaku kriya dan kesenian rakyat yang dikenal Nasional 3 = tidak terdapat pelaku kriya dan kesenian rakyat
			Unit pengelola dan komunitas	1 = terdapat unit khusus pengelola kota kreatif struktural maupun non struktural (di luar pemerintah). 2 = terdapat unit khusus pengelola kota kreatif struktural. 3 = tidak terdapat unit khusus pengelola kota kreatif
		Potensi unggulan	Potensi/ komoditas unggulan	1 = terdapat warisan kriya dan kesenian rakyat 2 = terdapat warisan kriya atau kesenian rakyat 3 = tidak terdapat warisan kegiatan seni dan budaya
			Ruang kreatif	Ruang kreasi

Proses	Komponen	Variabel	Indikator	Kriteria
	Pemampu (enabled)	Kebijakan	rencana dan program	rakyat 1 = terdapat RPJP, RPJMD, dan rencana strategis terkait kota kreatif 2 = terdapat RPJP, RPJMD terkait kota kreatif 3 = tidak terdapat kebijakan terkait kota kreatif.
		Pendidikan dan pelatihan	Kurikulum, sosialisasi	1 = terdapat lembaga pendidikan formal dan non formal (misal: sanggar) dengan kurikulum kriya dan kesenian rakyat 2 = terdapat lembaga pendidikan non formal (misal: sanggar) 3 = tidak terdapat lembaga pendidikan formal dan non formal
		Infrastruktur	Dukungan TIK	1 = terdapat aplikasi, web dan media sosial kriya dan kesenian rakyat 2 = terdapat web dan media sosial terkait kriya dan kesenian rakyat 3 = tidak terdapat aplikasi, web dan media sosial
Produksi	Modal Kreatif	Potensi unggulan terkelola	Jumlah event	1 = terdapat persiapan event dan produksi kriya skala Internasional 2 = terdapat persiapan event dan produksi kriya skala Nasional 3 = tidak terdapat persiapan event dan produksi kriya
TS (4-6,6)				
CS (6,7-9,3)	Arena Kreatif	Ruang kreatif	Ruang Produksi	1 = tersedia ruang produksi di setiap kecamatan. 2 = tersedia ruang produksi kriya dan kesenian rakyat 3 = tidak terdapat ruang produksi kriya dan kesenian rakyat
S (9,4-12)	Pemampu	Finansial	Skema biaya dan modal	1 = terdapat skema kebijakan, pembiayaan, dan pemberdayaan 2 = terdapat skema kebijakan dan pemberdayaan bagi pelaku kreatif. 3 = tidak terdapat skema kebijakan, pembiayaan, dan pemberdayaan
		Infrastruktur	Dukungan TIK untuk produksi	1 = terdapat pusat pengembangan teknologi dan pagelaran 2 = terdapat pusat pengembangan teknologi 3 = tidak terdapat pusat pengembangan teknologi
Distribusi	Modal Kreatif	Kegiatan distribusi	Event promosi	1 = terdapat promosi event unggulan skala internasional 2 = terdapat promosi event unggulan skala nasional 3 = tidak terdapat promosi event
TS (3-5)				
CS (5,1-7)	Arena Kreatif	Ruang kreatif	Ruang distribusi	1 = terdapat ruang untuk promosi yang menjangkau pasar Internasional 2 = terdapat ruang untuk promosi yang menjangkau pasar Nasional 3 = tidak terdapat ruang untuk promosi
S (7,1-9)	Pemampu	Infrastruktur	Jaringan fisik, TIK	1 = terdapat jaringan transportasi dan inovasi teknologi 2 = terdapat jaringan transportasi untuk mendukung distribusi 3 = terdapat jaringan transportasi yang tidak memadai
Konsumsi	Modal Kreatif	Sarana apresiasi	Apresiasi	1 = terdapat event tahunan dengan skala Internasional 2 = terdapat event tahunan dengan skala Nasional 3 = tidak terdapat event kriya dan kesenian rakyat
TS (5-8,3)				
CS (8,4-11,6)		Peran	Kontribusi terhadap PAD	1 = terdapat kontribusi dari kriya dan kesenian rakyat terhadap PAD 2 = kriya dan kesenian rakyat mendorong sektor lain 3 = kriya dan kesenian tidak berkontribusi atau mendorong sektor lain
S (11,7-15)	Arena Kreatif	Ruang kreatif	Ruang apresiasi	1 = terdapat ruang publik dan pameran skala Internasional 2 = terdapat ruang publik dan pameran skala Nasional 3 = tidak terdapat ruang publik dan pameran
	Pemampu	Terlindunginya konsumen	Perlindungan konsumen	1 = terdapat kebijakan dan pembinaan perlindungan konsumen 2 = terdapat kebijakan terhadap perlindungan konsumen 3 = tidak terdapat kebijakan atau pembinaan perlindungan

Proses	Komponen	Variabel	Indikator	Kriteria
		Infrastruktur	Dukungan TIK untuk konsumsi	konsumen 1 = terdapat aplikasi dan media untuk mendukung konsumsi 2 = terdapat media untuk mendukung konsumsi 3 = tidak terdapat aplikasi dan media untuk mendukung konsumsi
Konser-vasi	Modal Kreatif	HAKI	Perlindungan HAKI	1 = terdapat pendaftaran HAKI kriya dan kesenian rakyat 2 = terdapat dokumentasi event kriya dan kesenian rakyat 3 = tidak terdapat pendaftaran HAKI dan dokumentasi event
TS (3-5) CS (5,1-7) S (7,1-9)	Arena Kreatif	Ruang Konservasi	Museum, galeri, ruang	1 = terdapat museum, galeri dan ruang publik bagi konservasi 2 = terdapat ruang publik bagi event kriya dan kesenian rakyat 3 = tidak terdapat ruang publik bagi event kriya dan kesenian rakyat
	Pemamapu	Infrastruktur	Basis data/repositori	1 = terdapat inovasi teknologi untuk mendukung basis data/repositori 2 = terdapat sistem arsip untuk mendukung basis data/repositori 3 = tidak terdapat inovasi dan arsip basis data/repositori

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pilar Kreasi

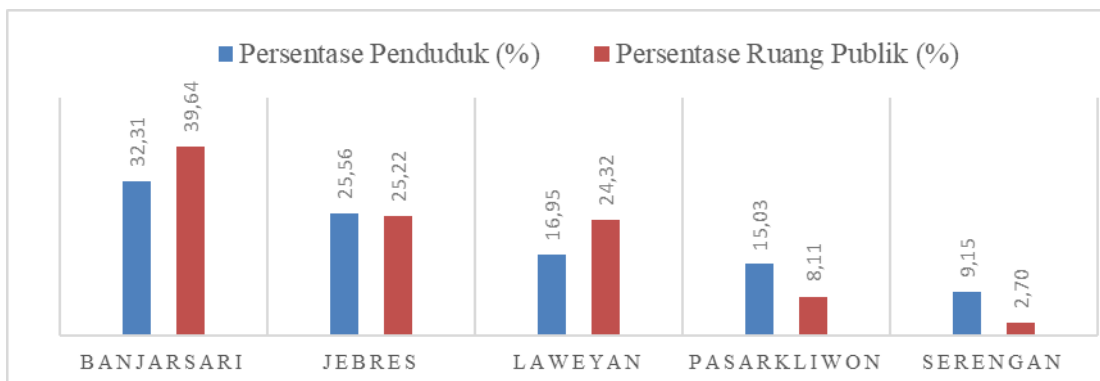
Kota Surakarta memiliki pelaku kriya dan kesenian rakyat (*local champion*) yang dikenal dengan skala nasional bahkan sampai dengan internasional, mulai dari Almarhum Gesang, Waljinah, Endah Laras, Sruti Respati sebagai seniman keroncong, Almarhum Didi Kempot sebagai seniman campursari, Peni Candra Rini dan Eko PC sebagai koreografer. Samapai dengan pengggagas kegiatan seni di Surakarta yakni SIPA oleh Irawati Kusumorasri sebagai bentuk kesenian rakyat. Sedangkan, bidang kriya dan diwakili oleh Heru Mataya yang menggagas Fespun dan Solo Art Market. *Local champion* tersebut didukung oleh 10.000 pelaku seni sehingga indikator pelaku seni masuk dalam kategori siap.

Kebijakan kota kreatif dijalankan melalui bentuk kelembagaan yakni unit khusus struktural pemerintah dengan tugas dan fungsi untuk menjalankan program kota kreatif. Unit tersebut adalah Badan Perencanaan Daerah, Dinas Koperasi Usaha Kecil, Menengah, dan Perindustrian, dan Dinas Perdagangan, serta Disbudpar yang merupakan dinas yang bersinggungan langsung terhadap ekonomi kreatif dan berkoordinasi dengan Pemerintah Pusat dalam hal ini Bapekraf.

Pemerintah dibantu unit non struktural yakni, Dewan Kesenian Surakarta, Komite Ekonomi Kreatif dan SCCN (*Solo Creative City Network*) yang berfungsi sebagai aggregator untuk mensinergikan kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam kota kreatif. Berdasarkan temuan data dan hasil wawancara, aggregator belum aktif dalam mensinergikan kolaborasi antar pemangku kepentingan kota kreatif dan tetap bergantung pada peran aktif pemerintah. Berdasarkan temuan tersebut indikator unit pengelola dan komunitas masuk dalam kategori cukup siap.

Kota Surakarta memiliki akar seni dan warisan budaya jawa yang diwujudkan dalam kriya, kesenian rakyat (*seni pertunjukan*) dan ragam kuliner sebagai potensi unggulan kota. Seni pertunjukan menjadi prioritas utama dalam pengembangan ekonomi kreatif oleh Pemerintah, sehingga indikator potensi/ komoditas unggulan masuk dalam parameter siap.

Semenjak seni dan budaya menjadi inklusif dan boleh dikembangkan diluar keraton Surakarta, maka lingkungan kreatif juga mulai tumbuh dan berkembang mulai dari edung wayang orang Sriwedari, Taman Balekambang dan Taman Budaya Jawa Tengah. Berdasarkan data dossier Kota Surakarta tahun 2017, Kota Surakarta memiliki 20 panggung terbuka dan 50 gedung pertemuan yang dapat digunakan sebagai panggung pementasan kegiatan seni. [Khofifah \(2022\)](#) Dalam penelitian dengan judul “Kajian Pola Pemanfaatan Ruang Publik Di Kota Surakarta Sebagai Kota Kreatif Sektor Seni Pertunjukan” mengungkapkan bahwa kota Surakarta memiliki 111 ruang publik. Proporsi kepadatan penduduk di tiap kecamatan sesuai dengan jumlah ruang publik yang dapat dimanfaatkan sebagai panggung pementasan.



Gambar 4. Proporsi panggung pementasan terhadap kepadatan penduduk Kota Surakarta.

Sumber: ([Khofifah, 2022](#)), BPS Surakarta

Berdasarkan penjabaran diatas, kota Surakarta memiliki ruang kreatif bagi tumbuh kembang ide, kreativitas dan inovasi kriya dan kesenian rakyat. Ruang kreatif tersebut tersebar merata di seluruh kelurahan dan kecamatan, sehingga indikator ruang kreatif masuk dalam kategori siap.

Kota Kreatif merupakan pusat pengembangan ekonomi kreatif, yang tercantum dalam kebijakan nasional di dalam strategi Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 dimana ekonomi kreatif merupakan kunci dari pembangunan berkelanjutan. Kebijakan tersebut didukung oleh pengembangan karya kreatif baru berbasis pemanfaatan sumber daya alam dan warisan budaya dengan perlindungan kekayaan intelektual, seperti juga tertuang dalam Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Tengah dan RPJMD Kota Surakarta tahun 2021-2026. Rencana aksi Ekonomi Kreatif Tahun 2017-2021 Kota Surakarta memaknai keberlanjutan sebagai ekologi, dengan visi “Terwujudnya Kota Surakarta sebagai Kota Kreatif berbasis budaya dan ekologi”.

Ruang kreatif sebagai salah satu elemen kota kreatif merupakan salah satu komponen stategi dalam mendukung arah kebijakan ketiga dari Rencana Strategis Bapekraf Tahun 2020-2024. Industri kreatif merupakan salah sektor yang mendukung tujuan dari penataan ruang kota Surakarta tahun 2021-2041, komponen Industri Kreatif dari sub sektor seni pertunjukan terus mendapat perhatian sebagai

salah satu sektor utama, mulai dari Inpres nomor 6 tahun 2009, UU Nomor 24 tentang Ekonomi Kreatif sampai dengan Rencana aksi ekonomi kreatif tahun 2017-2021 Kota Surakarta yang dilanjutkan dengan Rencana aksi kota kreatif tahun 2022-2026 yang bersisi tentang program pengembangan ekonomi kreatif di kota Surakarta. Berdasarkan penjabaran diatas Surakarta memiliki kebijakan yang terarah dalam pengembangan kota kreatif mulai dari RTRW, RPJP, RPJMD dan Rencana Aksi Ekonomi Kreatif. sehingga indikator kebijakan masuk dalam kategori siap.

Terselenggaranya pendidikan dan pelatihan kreatifitas serta teknologi dan tersedianya infrastruktur untuk mendorong kreatifitas dan inovasi didukung oleh ruang kreatif yang terbuka untuk publik (inklusif), mulai dari sanggar, sekolah kejuruan dan universitas yang menunjang edukasi dan pembinaan dari kesenian rakyat yang ditunjang dengan infrastruktur TIK (teknologi informasi dan komunikasi) yang memadai. Wujud dukungan tersebut dimulai dari pendidikan formal dari UNS (Universitas Negeri Sebelas Maret), ISI (Institut Seni Indonesia) Surakarta, SMK 8 Surakarta dan pendidikan non fomal dari 274 sanggar seni, sampai dengan pembinaan ketrampilan oleh Disbudpar.

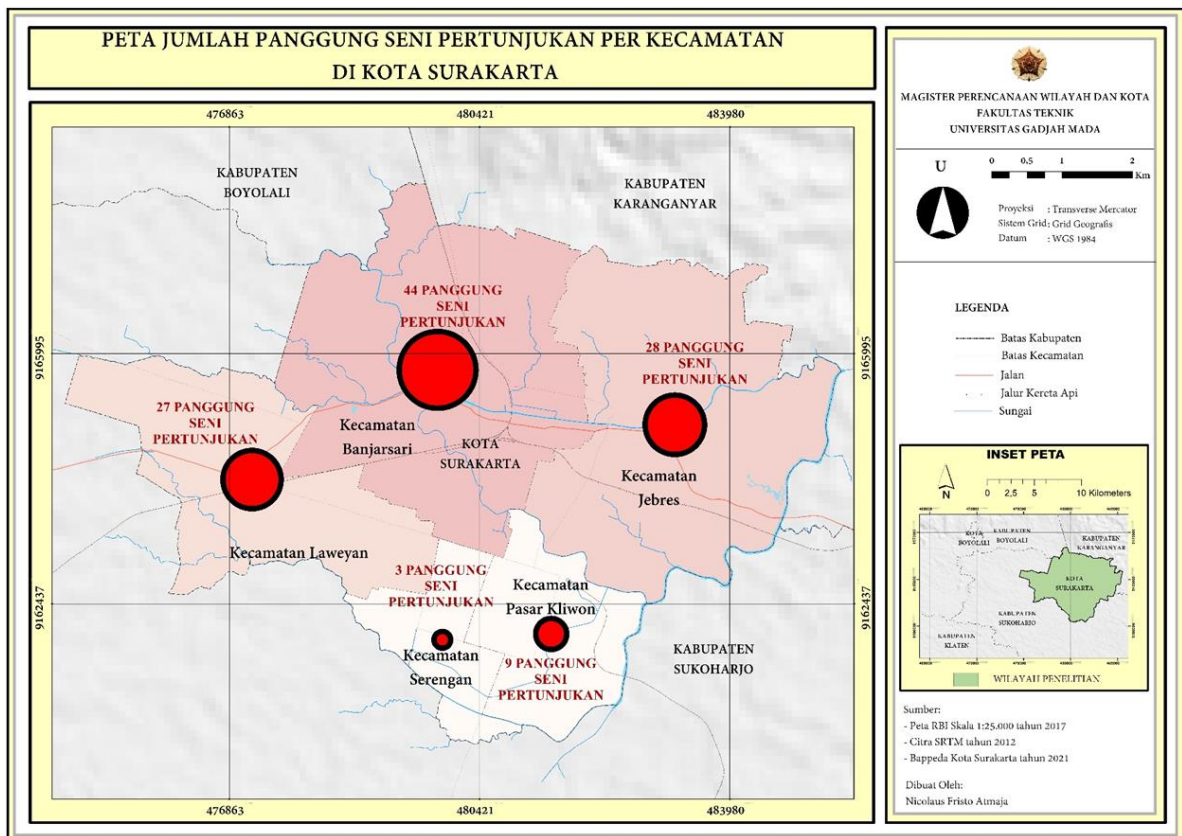
Ruang publik mulai dari taman, museum, galeri seni, hingga technopark sebagai ruang komunal untuk pengembangan inovasi juga dikelola dengan baik di Surakarta, mulai dari Creative space, Solo Technopark dan dukungan Aplikasi (Cus Solo, Let's go to Solo, Solo Destination) dan Website (surakarta.go.id; solocity.travel) sebagai media informasi terkait pariwisata dengan ragam informasi terkait seni pertunjukan di dalamnya. Berdasarkan penjabaran tersebut ruang kreatif, ruang edukasi dan infrastruktur TIK menjadi satu ekosistem yang saling mendukung di Kota Surakarta. Pusat kreatif di Surakarta juga berfungsi sebagai tempat pembinaan dan edukasi seni dan budaya mulai dari lembaga pendidikan formal, non formal, kegiatan pelatihan seni dan budaya sehingga dua indikator yakni kurikulum dan dukungan TIK masuk dalam kategori siap.

Secara kumulatif pilar kreasi memiliki skor total indikator 20, sehingga masuk dalam kategori siap. Solo memiliki kesiapan dalam komponen modal kreatif sehingga arena kreatif dan pemampu mampu saling mendukung kesiapan kota.

B. Pilar Produksi

Persiapan untuk pelaksanaan event kesenian rakyat dalam bentuk pagelaran seni pertunjukan dapat terkelola dengan baik di dengan terlaksananya kegiatan seni pertunjukan skala internasional diantaranya SIPA dan IMF. Event Fespin juga terselenggara dengan sukses dengan adanya persiapan dan produksi kriya, sehingga indikator persiapan event masuk dalam kategori baik.

Persiapan event yang baik tersebut tidak lepas dari peran sentra IKM, salah satunya IKM Semanggi merupakan ruang produksi dan pengembangan kriya yang juga berperan dalam persiapan event kesenian rakyat. Sentra dan pusat kreatif di Kota Surakarta sangat beragam dan mampu memenuhi kebutuhan ruang produksi mulai dari sanggar seni dn ruang publik yang dapat digunakan sebagai panggung pementasan yang tersebar setiap kecamatan di Kota Surakarta.



Gambar 5. Peta Jumlah Ruang Apresiasi per Kecamatan di Kota Surakarta
 Sumber: Bappeda Kota Surakarta, (Khofifah, 2022)

Surakarta memiliki panggung pementasan legendaris yang masih bertahan hingga saat ini, diantaranya Gedung Wayang Orang Sriwedari, Panggung Balekambang, Pura Mangkunegaran, dan Gedung RRI. Taman Budaya Jawa Tengah yang secara rutin menggelar pementasan seni dan budaya, sehingga indikator ruang produksi masuk pada kategori baik.

Skema anggaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta pada tahun 2021 secara tepat sudah disesuaikan dengan unit eselon dan sub koordinator yang mengelola seni budaya dan ekonomi kreatif untuk mendukung ekosistem kota kreatif. Pada APBD tahun 2022 nomenklatur pada program anggaran lebih diperjelas sesuai dengan Perwali 40 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Daerah. Bentuk dukungan dalam skema anggaran salah satunya juga melalui kegiatan SIPA di tahun 2022 dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mendukung beberapa kegiatan dalam bentuk stimulan dana melalui kontrak kegiatan senilai 400 (empat ratus) juta rupiah.

Disisi lain, terdapat kendala pada pemberian insentif honor ataupun gaji bagi pelaku seni yang mendukung program seni budaya maupun kota kreatif yang berada diluar struktur pemerintah diantaranya adalah SCCN. Keterbatasan tersebut disebabkan karena tidak adanya regulasi turunan terkait anggaran unit khusus

pengelola seni budaya dan kota kreatif sehingga indikator skema biaya dan modal masuk dalam kategori sedang.

TIK mampu berkembang dengan adanya akses untuk penggalian dan pertukaran ilmu sekaligus dapat menjadi sarana dalam menampilkan hasil kreasi kesenian rakyat melalui pusat kreatif di kota Surakarta. Solo Technopark, Hetero Space, Ruang Rempah Karya yang diwujudkan dalam aplikasi dan media digital lain, sehingga indikator dukungan TIK masuk dalam kategori baik. Secara kumulatif pilar produksi memiliki skor total indikator 11, sehingga masuk dalam kategori siap. Surakarta memiliki kesiapan dalam komponen modal kreatif dan arena kreatif sehingga mampu melengkapi komponen pemampu dalam meningkatkan kesiapan kota.

C. Pilar Distribusi

Surakarta merupakan kota unggulan dalam penyelenggaraan kegiatan kriya dan kesenian rakyat. Pada tahun 2022, Surakarta menyelenggarakan 5 dari 11 event unggulan Provinsi Jawa Tengah, sehingga promosi kegiatan juga mendapatkan dukungan. Kerjasama pelaku seni lokal dengan pelaku seni dari luar daerah Surakarta juga mendukung promosi lintas negara. SIPA dan IMF melibatkan seniman tari daerah dan di tiap benua di dunia, sedangkan Fespin menjalin persaudaraan (sister city) dengan Kota Chiang-Mai, Thailand sehingga indikator promosi event masuk dalam kategori siap.

Pemerintah Kota Surakarta dan pengelola event kesenian telah berinovasi di bidang TIK dengan mengembangkan media promosi digital yang saling terintegrasi mulai dari kanal YouTube Pariwisatasolo, halaman web pariwisatasolo.go.id dan aplikasi seluler “Let,s Go to Solo” dimana masing-masing menyajikan informasi yang mendukung promosi destinasi wisata mulai dari objek wisata, event (seni pertunjukan), akomodasi, belanja (kriya) dan kuliner.

Peran tokoh dan konsistensi dalam suatu gelaran menjadi salah satu daya tarik. Gelaran Solo Batik Carnival di tahun 2019 yang dimeriahkan dengan penampilan Ganjar Pranowo dalam parade busana sehingga mampu menarik jumlah penayangan video di kanal YouTube sebanyak 72.525 kali, sedangkan tayangan pementasan wayang orang Sriwedari yang diunggah di tahun 2020 dan telah ditonton sebanyak 111.742 kali. Jumlah penayangan tersebut membuktikan bahwa pementasan yang dikelola secara konsisten seperti Wayang Orang Sriwedari mampu menarik jumlah penonton secara online karena sudah memiliki basis pengunjung yang setia.

Tabel 1. Tabel Aplikasi Seluler dan Website Promosi Ekonomi Kreatif di Kota Surakarta

Aplikasi	Uraian Aplikasi dan Media Promosi
Solo Destination	Aplikasi seluler sebagai panduan wisata sampai dengan fasilitas umum serta sarana komunikasi dua arah antara masyarakat dengan pemerintah. Rating 4,1 (684 ulasan) dan telah diunduh oleh 50.000 pengguna
Let's Go to Solo	Applikasi seluler untuk memperkenalkan wisata dan ekonomi kreatif Rating 5 (15 ulasan) dan telah diunduh oleh 100 pengguna
You-Tube Chanel	SIPA Festival mengunggah 236 video sejak 16 Agustus 2012 dengan 4.670 pelanggan dan ditonton 272,902 kali Batiksolutv

Aplikasi	Uraian Aplikasi dan Media Promosi
Pariwisatasolo.go.id	mengunggah 571 video sejak 8 Desember 2015 dengan 2.210 pelanggan dan ditonton 216,317 kali Gibran Rakabuming
	mengunggah 356 video sejak 14 Februari 2020 dengan 20.500 pelanggan dan ditonton 1,261,843 kali Pariwisata Solo
	mengunggah 233 video sejak 21 April 2019 dengan 5.260 pelanggan dan ditonton 378,612 kali
	Web Disbudpar yang memberikan layanan dan informasi tentang wisata, profil Disbudpar, dan kota kreatif. Pengunjung bulan Agustus-Oktober 2022: 60.630 kunjungan (statshow)

Sumber: pariwisatasolo.go.id; Solo Destination; YouTube, 2022

Jaringan transportasi merupakan unsur penting, dimana moda transportasi kereta, bus, dan pesawat di kota Surakarta telah terintegrasi dengan jam layanan yang mampu memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat dan wisatawan Kota Surakarta. Peran jejaring transportasi dan media digital tersebut mampu memenuhi indikator jaringan fisik dan TIK serta ruang distribusi, sehingga keduanya masuk dalam kategori capaian baik. Secara kumulatif pilar distribusi memiliki skor total indikator 9, sehingga masuk dalam kategori siap. Surakarta memiliki kesiapan di setiap komponen.

D. Pilar Konsumsi

Surakarta memiliki beragam event dengan skala lokal, nasional dan internasional yang melibatkan kerjasama dengan daerah lain ataupun institusi lain yang dijelaskan dalam Tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel Event Kriya dan Kesenian Rakyat di Kota Surakarta tahun 2022

Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan
17-18 Juni	<i>International Mask Festival (IMF)</i>	Pertunjukkan seni topeng dan pameran kriya topeng tahunan. Acara ini telah berlangsung sejak tahun 2014.
2-4 September	Festival Payung Indonesia (Fespin)	Festival tahunan yang diselenggarakan sejak tahun 2014 oleh Mataya Arts & Heritage.
8-10 September	<i>Solo International Performance Art (SIPA)</i>	Gelaran mahakarya kesenian rakyat yang digelar setiap tahun mulai tahun 2013.
7 Juli dan 1-5 Oktober	<i>Solo Batik Carnival (SBC)</i>	Karnaval tahunan mulai tahun 2008 dan sempat vakum selama pandemic COVID-19.

Sumber: visitjawatengah.jatengprov.go.id; aplikasi Solo Destination, 2022

Kualitas pagelaran makin meningkat dengan inovasi di masa pandemi dengan adanya pementasan secara “live streaming” sehingga dapat menjangkau penonton yang lebih luas. Event kriya dan kesenian rakyat mendapat apresiasi yang cukup baik. Pada gelaran Fespin di tahun 2022, yang dibedakan menjadi dua lokasi yakni di area luar tanpa retribusi masuk pada halaman Pura Mangkunegaran dan area dalam Pura Mangkunegaran yang mengharuskan pengunjung membayar tiket masuk. Adanya perubahan pola seni pertunjukan yang umumnya gratis, tetap tidak menurunkan

antusias untuk masuk walaupun dikenakan biaya, sehingga indikator apresiasi masuk dalam kategori siap.

Komoditas Batik berkontribusi sebesar 221 milyar, seni pertunjukan senilai 10 milyar, pementasan wayang senilai 1 milyar dan industri gamelan sebagai penunjang pementasan seni dan pertunjukan memiliki kontribusi 494 juta. Kontribusi kriya dan kesenian rakyat belum menjadi penyumbang signifikan dalam PAD kota Surakarta. Akan tetapi kesenian rakyat memberikan kontribusi sebagai pengungkit sektor pariwisata, perdagangan dan jasa, serta sektor lain dengan kontribusi sebesar 43,1 persen dari PAD, sehingga indikator kontribusi masuk dalam kategori cukup siap.

Kota Surakarta mampu menyelenggarakan event kriya dan kesenian rakyat dengan adanya ruang publik yang memadai. Ruang publik yang dapat digunakan untuk pementasan maupun event kriya tersebar merata di setiap kecamatan di Kota Surakarta, sehingga peran ruang apresiasi masuk pada kategori siap. Terlaksananya event kesenian rakyat dengan skala internasional belum didukung oleh perlindungan konsumen. Kondisi standarisasi produk dan sertifikasi SDM masih sangat rendah dengan nilai 1% menurut RPJMD Kota Surakarta tahun 2021-2026, sehingga capaian indikator berada pada kategori capaian sedang.

Aplikasi dan media promosi Kota Surakarta belum dikelola secara konsisten dengan promosi yang efektif. Terdapat dua media yang aktif yakni aplikasi “Solo Destination” dan web “Surakarta.travel”. Akan tetapi jumlah pengguna aplikasi dan pengunjung dari portal web tersebut masih berada di bawah angka 100.000. Atas dasar belum optimalnya apresiasi dan kinerja aplikasi, maka indikator dukungan TIK untuk konsumsi masuk dalam kategori cukup siap. Secara kumulatif pilar konsumsi memiliki skor total indikator 12, sehingga masuk dalam kategori siap. Surakarta memiliki kesiapan dalam komponen modal kreatif terutama pada indikator apresiasi sehingga mampu mendukung komponen arena kreatif dan pemampu.

E. Pilar Konservasi

Persentase sertifikasi ISO/SNI dan pendaftaran HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) masih berada pada angka satu persen seperti yang dijelaskan sebelumnya pada pilar konsumsi. Peran pemerintah dalam sosialisasi, pembinaan dan stimulan pendaftaran HAKI dari produk dan hasil karya kesenian rakyat di kota Surakarta belum mampu diwujudkan. Dengan adanya pementasan rutin pementasan kesenian rakyat di kota Surakarta mulai dari pagelaran wayang orang setiap hari di Gedung Wayang Orang Sriwedari, maka pagelaran rutin mampu menjadi unsur pendukung dari dokumentasi kegiatan sehingga indikator perlindungan HAKI masuk dalam kategori cukup siap.

Upaya promosi dan sosialisasi terhadap konservasi hasil karya kesenian rakyat perlu ditingkatkan, dikarenakan Surakarta memiliki infrastruktur fisik konservasi yang baik dan memadai, diantaranya adalah Museum Radya Pustaka dan Museum Keris yang dikelola oleh pemerintah atau Tumurun Galery yang dikelola oleh pihak swasta. Selain museum, sarana konservasi juga didukung oleh balai warga di setiap kelurahan yang dapat digunakan sebagai panggung pementasan. Berdasarkan peran

ruang konservasi tersebut, indikator ruang konservasi masuk dalam kategori capaian siap.

Kesiapan ruang konservasi belum mendapat dukungan dari infrastruktur TIK. Infrastruktur TIK belum mampu mendukung basis data maupun repositori produk dan hasil karya seni dan budaya, dimana beberapa aplikasi belanja maupun aplikasi untuk mendukung sektor wisata dan konservasi kriya dan kesenian rakyat. Belum adanya sistem arsip untuk mendukung basis data/repositori kesenian rakyat maka indikator basis data/repositori masuk dalam kategori tidak siap.

Secara kumulatif pilar konsumsi memiliki skor total indikator 12, sehingga masuk dalam kategori tidak siap. Surakarta memiliki kesiapan dalam komponen arena kreatif, akan tetapi komponen arena kreatif dan pemampu masih terkendala oleh ketidaksiapan indikator perlindungan HAKI dan repositori.

F. Kesiapan Surakarta sebagai Kota Kreatif Bidang Kriya dan Kesenian Rakyat

Berdasarkan nilai total kesiapan kota kreatif di tiap pilar adalah 13, sehingga Surakarta masuk dalam kelas siap sebagai kota kreatif. Akan tetapi, seluruh pilar kota kreatif seharusnya masuk dalam kategori siap, sehingga dapat menjadi penopang yang kuat dan seimbang dalam bangunan kota kreatif sehingga visi dan misi kota kreatif dapat terwujud.

Akar budaya yang kuat dari masyarakat Kota Surakarta berdampak pada kesiapan indikator apresiasi masyarakat dan ketersediaan ruang kreatif untuk kriya dan kesenian rakyat yang didukung oleh kebijakan yang terarah. Kesiapan tersebut dapat digunakan sebagai pengungkit indikator lain mulai dari peningkatan peran agregator untuk mewujudkan kolaborasi antar pemangku kepentingan pada pilar kreasi. Pemampu kepentingan yang saling bersinergi dan aktif dalam mengembangkan kota kreatif dengan dukungan inovasi infrastruktur TIK diharapkan mampu merumuskan skema biaya yang sesuai kemampuan daerah dan berdampak pada meningkatnya kontribusi kriya dan kesenian rakyat. Peningkatan kontribusi diharapkan berdampak pada kesadaran akan perlindungan kekayaan intelektual yang secara organik menjadikan produk kriya dan kesenian rakyat terdokumentasi dalam basis data untuk mendukung kesiapan pilar konservasi.

KESIMPULAN

Kriya dan kesenian rakyat adaptif dan mampu bertahan menghadapi perkembangan jaman merupakan kunci kesiapan kota Surakarta sebagai kota kreatif. Kekhasan budaya turun temurun yang tetap terjaga menguatkan identitas kota Surakarta sebagai kota budaya sekaligus menggerakkan sektor industri kreatif saling mendukung dengan sektor pariwisata, serta perdagangan dan jasa di Kota Surakarta dan Kabupaten/ Kota di sekitarnya. Hal tersebut tercermin dari apresiasi pada berbagai event kriya dan kesenian rakyat.

Kekuatan tersebut mendorong Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terus mendorong Kota Surakarta untuk mengembangkan kreatif, dan kota Surakarta menjawab dengan penguatan budaya

sebagai branding kota dan basis dalam mewujudkan tujuan penataan ruang. Keselarasan dalam arah pengembangan ekonomi kreatif dari pemerintah pusat, pemerintah provinsi dan pemerintah kota diharapkan mampu mewujudkan Kota Surakarta sebagai kota produktif dan berkelanjutan.

BIBLIOGRAFI

- Andriani, R., Astuti, W., & Putri, R. A. (2020). Peran Sentra Batik Kauman dan Pesindon Untuk Mencapai Kota Pekalongan Sebagai Kota Kreatif Kerajinan. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, Dan Permukiman*, 2(2), 203–216. [Google Scholar](#)
- Creswell, J. W., & Wekke, I. S. (2020). Berpikir Seperti Peneliti Kualitatif. [Google Scholar](#)
- De Beukelaer, C. (2021). Friction in the Creative City. *Open Cultural Studies*, 5(1), 40–53. <https://doi.org/10.1515/culture-2021-0001>. [Google Scholar](#)
- Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2020). Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, Dan Permukiman*, 2(2), 143–157. [Google Scholar](#)
- Karim, K. (2019). Persepsi Masyarakat Nelayan terhadap Kemampuan Perbankan Syariah di Makassar dalam Menciptakan Kepuasan Nasabah. [Google Scholar](#)
- Khairuddin, A. G. A. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas SDM Pelaku UMKM Melalui Community Based Tourism (Studi Pada Desa Plunturan, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. [Google Scholar](#)
- Khofifah, A. (2022). Kajian Pola Pemanfaatan Ruang Publik di Kota Surakarta Sebagai Kota Kreatif Sektor Seni Pertunjukkan. [Google Scholar](#)
- Li, X. (2020). Cultural creative economy and urban competitiveness: How one matters to the other. *Journal of Urban Affairs*, 42(8), 1164–1179. [Google Scholar](#)
- Maulidya, N. M., & Alfirdaus, L. K. (2019). Diskontinuitas Kota Kreatif Pekalongan dalam Perspektif Collaborative Governance. *Journal of Politic and Government Studies*, 8(04), 281–290. [Google Scholar](#)
- Mengi, O., & Guaralda, M. (2020). Multidimensional management framework for creative places. *Journal of Place Management and Development*. [Google Scholar](#)
- Nugroho, P., Artiningsih, A., Tyas, W. P., & Asyifa, I. (2022). Sustainable Development Goals (SDGs) and the Emergence of Creative Cities in Indonesia: Comparative Studies from Pekalongan, Yogyakarta, and Surakarta During the Covid-19 Pandemic. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*,

1082(1), 12018. [Google Scholar](#)

Priyatmono, A. F. (2013). Dari wisata kreatif menuju Solo kota kreatif. *Sinektika*, 13(2), 69–75. [Google Scholar](#)

Punpeng, G. (2020). Three Pillars of a Sustainable Creative City in ASEAN: Examples From Thailand, Singapore and Indonesia. *Journal of Urban Culture Research*, 21, 125–142. [Google Scholar](#)

Ramadhani, A. K., Soedwihajono, S., & Putri, R. A. (2015). Kajian Kesiapan Penerapan Konsep Kota Kreatif Desain di Surakarta. *Arsitektura*, 13(2). [Google Scholar](#)

Rozikin, M. (2019). Kolaborasi Antar Stakeholders Penta Helix Dalam Pengembangan Kota Kreatif (Studi di Kota Malang). *Pangripta*, 2(2), 49–57. [Google Scholar](#)

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. [Google Scholar](#)

Tayyiba, M., & Sungkari, H. (2017). *Buku Putih Kota Kreatif: Ekosistem yang Mencipta*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia: ICCN. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Nicolaus Fristo Atmaja, Deva Fosterharoldas Swasto (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

