

PENGEMBANGAN BANDUNG KOTA KREATIF MELALUI KEKUATAN KOLABORATIF KOMUNITAS

Freska Fitriyana

Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), ITB.

Email: freska.abhim@gmail.com

Abstrak

Kota Bandung merupakan kota kreatif dimana aktivitas kulturalnya menyatu dengan aktivitas ekonomi dan sosial. Potensi kreativitas yang besar membuat Bandung terpilih menjadi "pilot project" kota kreatif se-Asia Pasifik. Komunitas kreatif merupakan elemen penting dalam mengembangkan kota kreatif. Banyaknya komunitas kreatif yang ada, namun masih terfragmentasi, mendorong seorang tokoh kreatif Ridwan Kamil untuk membentuk Bandung Creative City Forum (BCCF) sebagai gerakan kebersamaan dalam mengembangkan Kota Bandung sebagai Kota Kreatif. Penelitian ini akan mengkaji kekuatan kolaboratif yang dihasilkan BCCF serta proses komunikasi ide yang dihasilkannya. BCCF sebagai organisasi lintas sektor kreatif, menjadi kekuatan kolaboratif karena terjadi perpaduan pemikiran, komitmen, kemitraan yang tidak berhirarkis, serta terjadi berbagi sumber daya. Proses komunikasi ide yang dihasilkan BCCF dilakukan melalui difusi horisontal dan vertikal. Dalam difusi horisontal BCCF tidak hanya menguntungkan secara individual dan kelompok, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi pengembangan Bandung sebagai Kota Kreatif. Sedangkan dalam difusi vertikal belum memberikan hasil yang diharapkan. Banyak ide kreatif yang dihasilkan BCCF namun belum diterapkan ke dalam kebijakan.

Kata Kunci : Kota Kreatif, Komunitas, Difusi dan Kolaboratif

Pendahuluan

Kota merupakan wahana bagi para penduduknya untuk beraktivitas, berinovasi dan berkreasi. Kreativitas merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi kota. Untuk menumbuhkan perilaku kreatif dalam perekonomian kota diperlukan dukungan simultan dari semua elemen baik pemerintah, pelaku ekonomi, maupun masyarakat (Carta, 2007). Kota Bandung merupakan salah satu kota kreatif di Indonesia. Banyak kekuatan kreativitas yang ada di Kota Bandung, sehingga terpilih menjadi *pilot project* kota kreatif se Asia Pasifik.

Keberhasilan mengembangkan citra Kota Bandung sebagai kota kreatif sangat tergantung pada sumber daya manusia yang ada yaitu komunitas kreatif. Komunitas kreatif di Kota Bandung cenderung terfragmentasi bergerak masing-masing. Agar timbul gerakan

kebersamaan, seorang tokoh kreatif, Ridwan Kamil berinisiatif membentuk sebuah forum lintas sektor kreatif yaitu "Bandung Creative City Forum" sebagai wadah berkreasi dan kolaborasi antar komunitas.

BCCF membangun kolaborasi melalui jaringan yang dinamis diantara komunitas kreatif sehingga menghasilkan kekuatan yang berpotensi lebih besar dalam mengembangkan Kota Bandung sebagai Kota Kreatif.

Menurut Charles Landry (2008), jaringan dan kreativitas pada hakikatnya saling menguntungkan, karena semakin besar jumlah simpul dalam sebuah sistem semakin besar kapasitas untuk berinovasi. Fenomena BCCF sebagai kekuatan kolaboratif yang merupakan jejaring pelaku ekonomi kreatif di Kota Bandung masih belum tereksplorasi. Sampai saat ini belum ada penelitian mengenai bagaimana proses kreatif individu menjadi kekuatan

kolaboratif melalui jejaring. Terjadinya evolusi dari kekuatan individu yang terfragmentasi kemudian menjadi kekuatan kolaboratif dengan berjejaring, tentunya akan memberikan implikasi yang besar dalam pengembangan Bandung Kota Kreatif. Peran BCCF melalui aksi kolaboratifnya dinilai mampu mempengaruhi komunitas kreatif, masyarakat dan Pemerintah.

Landry (2008) mengemukakan bahwa membangun kesadaran akan kebutuhan untuk berjejaring dan berkolaborasi jauh lebih sulit bagi pelaku yang heterogen dengan masing-masing budaya organisasi dan rencana yang dimilikinya. BCCF mampu membangun kesadaran akan kebutuhan untuk berjejaring dan berkolaborasi antar komunitas kreatif.

Penelitian ini untuk mengetahui peran komunitas kreatif BCCF dalam pengembangan Bandung sebagai Kota Kreatif dengan mengidentifikasi proses munculnya BCCF sebagai kekuatan kolaboratif serta mengidentifikasi proses komunikasi gagasan yang dihasilkan BCCF baik kepada masyarakat maupun Pemerintah.

Metodologi Penelitian

Pendekatan Studi yang digunakan yaitu studi kasus melalui tahapan (1) mengidentifikasi munculnya BCCF yang dapat menstimulasi kreativitas sistem jejaring sebagai kekuatan kolaboratif, (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya kekuatan kolaboratif dan (3) mengidentifikasi strategi proses komunikasi dalam menyampaikan gagasan kepada berbagai pihak yang meliputi penilaian proses difusi horisontal, yakni dengan melihat proses penyebaran dan perkembangan gagasan kepada masyarakat dan penilaian proses difusi vertikal, yakni dengan melihat pengintegrasian ide terhadap kebijakan Pemerintah serta kontribusi yang diberikan Pemerintah terhadap aksi kolaboratif BCCF.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, materi audio visual, observasi dan wawancara kualitatif. Pengambilan sampel kualitatif dilakukan berdasarkan metode

sampling *purposive* atau *judgement*. Sehingga terpilih narasumber dalam penelitian ini yaitu ketua BCCF, pengurus BCCF, anggota BCCF, non anggota BCCF, masyarakat umum dan Pemerintah Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Data Kualitatif, dengan melakukan reduksi Data dan Interpretasi Data dengan teknik analisis data dilakukan melalui analisis isi (*Content Analysis*) dan analisis ringkasan (*Summary Analysis*).

Analisis

Kota Bandung mempunyai wilayah seluas 16.729,65 Ha dengan jumlah penduduk mencapai 2.394.873 jiwa pada tahun 2011 (Bappeda Kota Bandung, 2010). Pada zaman dahulu, Kota Bandung dikenal sebagai *Parijs van Java* atau "Paris dari Jawa" dan direncanakan menjadi ibukota Hindia-Belanda. Bandung terletak di dataran tinggi, sehingga berhawa lebih sejuk bila dibandingkan dengan kota-kota besar lain di Indonesia. Potensi yang dimiliki Kota Bandung adalah sumber daya manusia terutama generasi muda yang mencapai 55,71% dari total penduduk Kota Bandung (BPS, 2012) didukung dengan keindahan alam dan iklim yang sejuk dan posisi Kota yang strategis. Sebagai Kota Pendidikan, hadirnya kampus-kampus ternama seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Padjadjaran, Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) dan lainnya membuat kreativitas semakin berkembang di Kota Bandung.

Potensi Bandung sebagai Kota Kreatif

Keunikan yang dimiliki Kota Bandung, dibandingkan kota-kota besar lainnya di Indonesia, membuat suasana yang kondusif dalam membangun kreativitas. Masyarakat Kota Bandung yang terbuka dan toleran membuat karakter mereka lebih dinamis dalam mengadaptasi perubahan. Secara budaya, terjadi akulturasi antar budaya Sunda dengan berbagai budaya yang masuk ke Kota Bandung melalui warga pendatang dan melalui berbagai

ragam teknologi informasi berlangsung dengan cepat, menghasilkan sebuah produk budaya kontemporer kota Bandung yang khas. Selain itu, kondisi lingkungan yang sejuk dan ukuran kota yang tidak begitu besar lebih memungkinkan warga Kota Bandung untuk dapat bergerak dan berinteraksi dengan lebih leluasa.

Kreativitas masyarakat Kota Bandung mendukung berkembangnya ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi lokal yang berpotensi yang luar biasa. Potensi Bandung sebagai kota kreatif telah didukung dengan *value, brand, positioning* dan diferensiasi produk kreatif yang ada. Aktivitas ekonomi Kota Bandung sebagian besar bersumber dari sektor perdagangan, hotel dan restoran yang kontribusinya mencapai 36,4% dari nilai PDRB Kota Bandung pada tahun 2010 adalah sebesar Rp. 51,3 trilyun. Secara umum, sektor ekonomi Kota Bandung terbagi menjadi 3 sektor, yaitu sektor basis, ekonomi lokal dan sektor informal. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDRB Kota Bandung sebesar 11% dari tahun 2008 (Bappeda Kota Bandung, 2008) dan memiliki tren yang membaik menggeser potensi lainnya. Ekonomi kreatif berbasis inovasi dan kreativitas, meliputi fashion, desain dan musik yang sebagian besar dikelola oleh generasi muda berusia 15-25 tahun menyerap 344.244 tenaga kerja. Walaupun tanpa dukungan Pemerintah, ekonomi kreatif dapat berkembang pesat dan ditingkat global tidak resisten dengan krisis keuangan global.

Pada tahun 2008 Kota Bandung memperoleh penghargaan sebagai proyek percontohan Kota Kreatif se-Asia Pasifik pada even internasional yang diselenggarakan oleh British Council. Ridwan Kamil merupakan tokoh kreatif dari Kota Bandung yang mengajukan Kota Bandung untuk menjadi kandidat dalam acara tersebut. Potensi kreativitas yang besar dan berkembang di Kota Bandung merupakan alasan yang layak untuk memilih Bandung sebagai proyek percontohan kota kreatif se-Asia Pasifik. Salah satu yang menonjol adalah pada sektor fesyen yaitu Distro yang cukup marak berkembang di Kota Bandung. Usaha distro berawal dari hobi atau kegemaran anak muda Kota Bandung kemudian dapat menghasilkan nilai ekonomi dan mampu

bertahan ditengah krisis ekonomi global yang pada saat itu terjadi (Kamil, 2011).

Dalam RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kota Bandung 2008-2013, telah tertuang Kebijakan Bandung Kota Kreatif yakni pada misi ke dua, tujuan ke satu dan sasaran ke-9 yang ingin dicapai adalah "Mengembangkan kota sebagai kota kreatif". Selain itu juga dijabarkan dalam roadmap Bandung Kota Kreatif yang terbagi menjadi rencana jangka pendek 2009-2011, menengah 2001-2016 dan panjang 2016-2024.

Komunitas Kreatif BCCF

Bandung Creative City Forum (BCCF) dideklarasikan pada tanggal 21 Desember 2008 merupakan wadah yang mempertemukan beragam individu, komunitas, dan organisasi untuk berdiskusi, berbagi ide, dan berkolaborasi dalam merancang kegiatan bersama. Strategi yang diusung BCCF dalam upaya berkontribusi dalam melayani masyarakat kota Bandung secara umum dan komunitas kreatif Kota Bandung pada khususnya meliputi (Kamil, wawancara, Desember 2011):

1. *Fostering Creative Culture: Events, Media, Community Organization and Education*
Program *Creative Culture* berupaya mengkreaitifkan masyarakat secara budaya melalui kreativitas dalam pendidikan dan penyelenggaraan festival-festival kreatif. BCCF menyelenggarakan pameran, diskusi, workshop, ekskursi, presentasi, pertemuan
2. *Nurturing Creative Businesses/Entrepreneurs: Business Incubators, Networking, Economic Policy, Taskforce/Creative Economy Council*
Program *Creative Economy* membuat kreativitas menjadi *value added* secara ekonomi melalui program kewirausahaan dan jejaring Creative Entrepreneur Network (CEN), yang kegiatannya meliputi: *Business Talk, Creative Entrepreneur Tours, YES (Young Entrepreneur Start up)*.
3. *Producing Responsive City Planning/Design: Creative Clusters, Public Space, District Regeneration, Architecture*

Program *Creative Urbanism* yang menjadikan kreativitas terlihat secara kasat mata melalui penataan kota (spasial). Contoh kegiatannya antara lain melalui penataan taman kota, dengan "Program satu taman satu komunitas", Bandung Bike Sharing, Babakan Siliwangi *City Forest*, dan Program Akupuntur Kota.

BCCF lahir untuk mewadahi seluruh energi kreatif ditengah potensi kekuatan kreativitas yang terfragmentasi. Kepedulian terhadap Kota Bandung dengan berbagai permasalahan yang perlu dipecahkan bersama melalui ekspresi kreativitas secara kolaboratif, tentunya juga akan memberikan nilai positif. Komunitas kreatif perlu memperluas komunikasi mereka dengan komunitas kreatif lain dan juga dengan masyarakat luas untuk mencapai suatu tujuan yang besar. Dengan adanya forum kebersamaan maka proses komunikasi dan pertukaran informasi menjadi terfasilitasi. Berbagai sektor kreatif yang ada memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga dengan berjejaring akan mendukung aktivitas kreatif mereka. Komunitas kreatif timbul dari latar belakang hobi dan keinginan yang sama (*hobinomics*) yakni hobi yang dapat dijadikan bisnis. Jejaring yang terbentuk tidak hanya dapat menguntungkan secara individual dan kelompok. London yang merupakan kota kreatif di dunia yang sudah memiliki berbagai institusi kreatif yakni *Creative Council*, *Incubator Bussines* dan *Creative Festival*, menginspirasi Ridwan Kamil untuk menerapkannya di Kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut, beliau mengajak komunitas kreatif lain Gustaf (*Common Room*) dan Fiki Satari (Kreative Independent Clothing Kommunity) untuk membentuk forum kebersamaan yang diawali dengan penyelenggaraan aksi bersama yaitu Helar Fest 2008. Forum tersebut diberi nama Bandung Creative City Forum (BCCF) sebagai wadah komunitas kreatif agar kreativitas yang dihasilkan menjadi sinergi dan saling menguntungkan.

BCCF sebagai Kekuatan Kolaboratif

Membentuk forum kebersamaan ditengah

heterogenitas yang ada tentunya tidak mudah. Kendala yang dihadapi pada awal pembentukan adalah membangun kepercayaan (*trust*) antar komunitas. Latar belakang yang berbeda tentunya tidak mudah untuk dibentuk forum kebersamaan yang hanya bermodal kepercayaan, tanpa *power* dan dana. Namun adanya semangat kegotong-royongan membuat rasa kebersamaan itu akhirnya muncul. Penyelenggaraan Helar Fest pada tahun 2008 sebagai aksi kolaboratif pertama diikuti oleh 30 komunitas kreatif Bandung. Kesuksesan Helar Fest merupakan titik awal eksistensi BCCF. Dalam menjalankan fungsinya sebagai sebuah organisasi, BCCF masih mengalami kendala, beberapa diantaranya yaitu: Keterbatasan sumber daya manusia, Keterbatasan Ruang Kreatif dan Keterbatasan Dana.

Kekuatan kolaboratif muncul jika, (1) adanya perpaduan pemikiran melalui proses komunikatif dan interaktif dalam pemecahan masalah maupun penyusunan rencana, (2) kekuatan kolaboratif muncul jika adanya komitmen yang sama dari semua pihak, kemitraan yang tidak berhirarkis serta semua pihak memiliki peran yang sama, dan (3) terjadi berbagi sumber daya (Healey 2006, Lowry dalam Bertha 2010, dan Marullo 2009).

BCCF dibentuk dari perpaduan pemikiran komunitas kreatif Ridwan Kamil dari komunitas arsitektur, Gustaf dari musik dan Fiki Satari dari komunitas fesyen. BCCF terbentuk beranggotakan komunitas kreatif yang berasal dari 14 (empat belas) sektor kreatif yang heterogen seperti: arsitektur, fesyen, desain, musik dan lain-lain. Proses komunikatif dan interaktif dilakukan BCCF setiap Rabu malam, pertemuan *ngariung* diisi acara sharing antar komunitas, mensosialisasikan ide, mendebat sesuatu dan lain-lain, disini pula terjadi perpaduan pemikiran. Anggota dan pengurus yang terlibat, memiliki komitmen yang sama untuk membenahi dan membangun Kota Bandung. Struktur organisasi BCCF pada awalnya tidak berhirarkis. Untuk meningkatkan eksistensi organisasi, setelah disahkan secara hukum maka dibentuk struktur yang berhierarkis

namun semua anggota BCCF memiliki posisi yang sama dalam menyuarakan idenya dan menghormati satu sama lain. Keterampilan yang bervariasi dan pengalaman setiap anggota membantu untuk membuat kolaborasi yang kuat. Setiap anggota BCCF memiliki peran masing-masing dalam membangun network yang seluas-luasnya sebagai upaya kolektif yang siap berkolaborasi sekaligus berkompetisi secara global. Adanya partisipasi anggota dengan memberikan waktu, tenaga, pikiran bahkan materi sehingga terjadi berbagi sumber daya baik. Ketua dan pengurus BCCF yang telah memiliki banyak pengalaman dan ilmu, berbagi pengetahuan bagi anggota lainnya. Selain itu juga terjadi sumbangsih materi, tenaga dan pemikiran untuk keberlangsungan kegiatan-kegiatan BCCF. 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. Untuk mewujudkan itu terjadi berbagi sumber daya baik pengetahuan, pengalaman, dan keuangan. Adanya semboyan "*Hidup adalah Uduan*" yang digalakan BCCF serta kepedulian diantara mereka menunjukkan semangat kegotong royongan dan bekerja sama yang pada gilirannya akan membantu membangun kapasitas komunitas untuk memecahkan masalah di lingkungannya. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa BCCF merupakan kekuatan kolaboratif.

Difusi Ide BCCF secara Horisontal dan Vertikal

Penyebaran ide BCCF melalui media masa, acara "*ngariung*" dan milist, Facebook, Twitter dan blog BCCF. Model komunikasi dalam difusi horisontal ini, informasi dan ide banyak yang mengalir tidak terencana, informal, dan sebagian besar melalui hubungan pertemanan. Informasi dan ide langsung berpengaruh pada sasaran tanpa membutuhkan perantara tersebar secara informal dan dengan cara yang tidak terkendali dalam organisasi. Namun ada pula yang tersebar secara terencana melalui media massa yang kemudian diterima masyarakat.

Maka, model komunikasi yang digunakan yaitu Model komunikasi banyak tahap (*multi step flow model*).

Proses adopsi ide BCCF secara horisontal meliputi: (1) tahap awal adalah tahap pengetahuan, dimana seseorang belum memiliki informasi mengenai BCCF. Tahap pengenalan BCCF pertama kali melalui kegiatan Helarfest yang terselenggara dengan sukses. Informasi mengenai BCCF disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, baik melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal di antara masyarakat, (2) tahap persuasi, dimana ketika individu atau komunitas kreatif mengenal BCCF, dan mengukur keuntungan yang akan ia dapat jika bergabung secara personal, misalnya untuk memenuhi kebutuhan latar belakang pekerjaannya, (3) tahap keputusan, dimana dalam tahap ini, seseorang membuat keputusan akhir apakah akan mengadopsi atau menolak bergabung dengan BCCF. Alasan seseorang menerima ide dan bergabung dengan BCCF, diantaranya kepentingan pribadi (*self oriented motive*), keinginan tercapainya keberhasilan kelompok (*desire for group success*), keinginan untuk menyenangkan orang lain (*to desire to benefit others*) dan keinginan membantu masyarakat (*to desire to benetif the community*) yaitu terhadap pembangunan Kota Bandung pada umumnya, (4) tahap implementasi, seseorang terlibat dalam kegiatan BCCF mengadopsi ide dengan melakukan aksi kolaboratif dan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan BCCF dan (5) tahap konfirmasi, yaitu tahap seseorang kemudian akan mencari pembenaran dan mengevaluasi akibat dari keputusan yang mereka buat. Melihat apakah setelah bergabung dengan BCCF seseorang memperoleh manfaat atau sebaliknya.

Difusi vertikal merupakan penyebaran ide BCCF sehingga terjadi pengintegrasian dan adaptasi ide kedalam kebijakan Bandung Kota Kreatif. Ini menunjukkan ide BCCF dapat berpengaruh terhadap pengambil kebijakan melalui intervensi sosial. Dalam proses difusi vertikal, ide-ide BCCF dapat diterima baik oleh maupun oleh Pemerintah melalui proses diseminasi aktif

(*Active Dissemination*) dimana penyebaran inovasi direncanakan, formal, sering terpusat, dan melalui hirarki secara vertikal.

Bentuk adopsi oleh Pemerintah Kota Bandung dalam hal penataan taman publik yang menginspirasi pengunjungnya untuk berinteraksi, yaitu taman Cikapayang, ide yang sederhana tulisan "DAGO" menjadi *brand* dan daya tarik kota Bandung. Pemerintah Kota berperan sebagai fasilitator pemberian perizinan dan bantuan pembiayaan kegiatan festival kreatif serata adanya rencana di tahun 2012 yaitu dengan memberikan fasilitas ruang kreatif. Selain itu, adanya pemberian dana hibah dari sebesar Rp700 juta yang dipergunakan untuk biaya sewa, renovasi dan operasinalisasi ruang publik Simpul Space#2 juga merupakan bentuk adopsi difusi vertikal.

Dalam proses difusi vertikal masih ditemukan kendala, baik dari pihak BCCF maupun pihak Pemerintah Kota Bandung. BCCF menganggap Pemerintah Kota Bandung kurang merespon ide-ide dari BCCF. Setelah melakukan peretemuan baik audiensi maupun lobi namun masih banyak ide-ide yang belum diakomodir. Birokrasi Pemerintah Kota Bandung kaku dan sulit diintervensi, membuat sulitnya ide-ide BCCF diimplementasikan dan diadopsi menjadi kebijakan. Sedangkan dari sisi Pemerintah Kota Bandung kendala yang dihadapi yaitu sulitnya membangun komitmen semua pihak baik dukungan politik dari dewan, dukungan kebijakan dari pimpinan eksekutif dan juga di level operasional SKPD terkait. Menformulasikan gagasan strategis dari masyarakat kedalam bahasa kebijakan, dan mensinergikan komitmen politik dan *political will* pimpinan menjadi program-program kemudian dilaksanakan secara operasional bukanlah hal yang mudah. Perlunya merubah *mind set* aparat birokrasi dalam penyusunan skala prioritas dimana program yang ada merupakan daftar kebutuhan untuk memenuhi harapan masyarakat dalam jangka pendek. Sedangkan untuk membangun kota masa depan perlu pemikiran yang radikal dengan telaah mendalam, kerja keras, keinginan kuat, motivasi, belum dilakukan.

Kesimpulan

Proses evolusi dari kreatif individu menjadi kreatif kolektif dimulai dari individu melakukan aktivitas kreatifnya masing-masing kemudian membentuk komunitas, demikian juga kemunculan BCCF sebagai kekuatan kolaboratif yang dalam perjalanannya melewati 4 (empat) fase, sebagai berikut:

Pertama, fase munculnya ide membentuk forum kebersamaan pertama kali dicetuskan oleh Ridwan Kamil (Komunitas Arsitektur). Kemudian beliau mengajak (Komunitas Musik) dan Fiki Satari (Komunitas Distro) untuk membentuk BCCF pada tahun 2008 untuk mewadahi heterogenitas komunitas kreatif di Kota Bandung agar menjadi sinergi dan saling berkontribusi positif.

Kedua, fase penyelenggaraan Helar Fest 2008 sebagai aksi kolaboratif pertama BCCF yang bertujuan untuk menjadikan Bandung sebagai kota kreatif melalui *event* dengan kompetensi internasional. Helar Fest 2008 diikuti oleh 30 komunitas kreatif dan terselenggara dengan sukses.

Ketiga, fase meresmikan BCCF sebagai organisasi berbadan hukum untuk mendukung eksistensi dan kebutuhan kerjasama dengan berbagai pihak dengan menetapkan ketua periode pertama yakni Ridwan Kamil. BCCF merupakan satu-satunya komunitas lintas sektor kreatif yang berbadan hukum di Indonesia.

Keempat, fase yang terakhir dimana BCCF menjadi kekuatan kolaboratif karena terjadi perpaduan pemikiran melalui proses komunikatif dan interaktif dalam pemecahan masalah maupun penyusunan rencana, adanya komitmen yang sama dari semua pihak dan kemitraan yang bentuk tidak berhirarkis. Semua pihak memiliki peran yang sama serta terjadi berbagi sumber daya baik pengetahuan maupun materi.

Kemunculan BCCF juga didukung dengan latar belakang Kota Bandung. Kota Bandung sebagai kota tujuan pendidikan sehingga kaya akan generasi muda yang kreatif. Karakteristik

masyarakat yang terbuka dan toleran dengan berbagai budaya dari luar serta dinamis dalam mengadaptasi perubahan. Selain itu, pembangunan Kota Bandung bergerak kearah kota megapolitan dengan berbagai permasalahan kota yang perlu dipecahkan bersama semakin memperkuat alasan perlunya BCCF hadir sebagai kekuatan kolaboratif.

Proses komunikasi ide kreatif yang dihasilkan BCCF, terjadi secara horisontal maupun vertikal. Proses difusi horisontal hingga BCCF dapat diterima dan berpengaruh bagi komunitas kreatif dan masyarakat Kota Bandung pada umumnya dikarenakan BCCF tidak hanya dapat menguntungkan secara individual dan kelompok, tetapi memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Bandung sebagai Kota Kreatif. Pemanfaatan saluran komunikasi dunia maya (internet) sangat efektif di era informasi saat ini selain mempermudah juga efisiensi waktu dan ruang.

Proses Difusi Vertikal belum memberikan hasil yang diharapkan. Banyak ide-ide kreatif yang dihasilkan BCCF namun belum diterapkan ke dalam kebijakan. Padahal dalam payung hukum, RPJMD Kota Bandung telah "Mengembangkan kota sebagai kota kreatif" adalah salah satu sasarannya. BCCF memandang peran Pemerintah Kota Bandung masih belum maksimal dalam upaya pengembangan Bandung sebagai Kota Kreatif. Sedangkan dari sisi Pemerintah Kota Bandung justru memandang positif dan menyambut baik ide-ide BCCF namun belum dapat secara maksimal mengimplementasikannya. Sistem internal yang ada di Pemerintah Kota Bandung masih perlu diperbaiki.

Rekomendasi

Sinergitas antara Pemerintah, Swasta dan Masyarakat penting dalam pengembangan Bandung sebagai Kota Kreatif. Berdasarkan studi yang telah dilakukan maka dapat direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Rekomendasi kepada BCCF
Untuk menghasilkan kekuatan kolaboratif yang lebih besar BCCF dapat memanfaatkan potensi-potensi kreativitas
- b. Rekomendasi kepada Pemerintah Kota Bandung
Untuk membangun kota kreatif tentunya memerlukan proses kreatif dari

yang belum terjaring. Hal ini bermanfaat bagi regenerasi dan keberlangsungan organisasi. Sebagai organisasi BCCF dapat melebarkan sayap, dengan menghasilkan secara ekonomi, sehingga dalam pembiayaan tidak tergantung kepada Pemerintah atau lembaga swasta.

Secara normatif, Pemerintah Kota Bandung menyediakan sarana yang memberi kesempatan kepada seluruh stakeholder kota untuk berpartisipasi dalam pembangunan dengan menyampaikan usulan program/kegiatan yang akan didanai APBD melalui Musyawarah Perencanaan Pembangunan Daerah (Musrenbang), peluang ini dapat dimanfaatkan oleh BCCF karena berdasarkan Peraturan Daerah tentang Perencanaan Pembangunan, 30% APB harus digunakan untuk mendanai usulan yang disampaikan melalui Musrenbang.

BCCF dengan jaringan yang telah dibangunnya juga dapat secara langsung menyampaikan ide kepada Dinas teknis dengan catatan bahwa ide yang disampaikan tersebut membawa manfaat bagi masyarakat dan meningkatkan pelayanan kepada publik. Mengembangkan kemitraan juga memberi peluang kepada BCCF untuk mengetahui program Pemerintah Kota Bandung sehingga ide BCCF dapat sinergi. Misalnya ketika ada upaya meningkatkan destinasi wisata dengan mengembangkan suatu kawasan, BCCF dapat menyampaikan ide penataan kawasan tersebut.

Upaya yang tidak kalah penting dilakukan oleh BCCF adalah melakukan kolaborasi secara langsung dengan masyarakat, setiap program/kegiatan kreatif yang digagas oleh BCCF memberikan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat, dengan demikian didapatkan dukungan terhadap BCCF.

manajemen kota. Bandung sebagai Kota Kreatif belum terlihat secara kasat mata. Oleh karena itu, Pemerintah diharapkan melakukan penataan kota yang benar-benar mencerminkan sebagai Kota Kreatif, misalnya dengan memberikan fasilitas ruang-ruang kreatif, pemeliharaan taman sebagai ruang kreatif dan membangun infrastruktur pendukung lainnya. Untuk hal tersebut, Pemerintah Kota Bandung dapat memanfaatkan ide-ide kreatif yang dihasilkan BCCF untuk menerapkannya dalam kebijakan.

Wacana *Triple helix* (Pemerintah, Akademisi dan Bisnis) yang menjadi kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif sebaiknya melibatkan komunitas sebagai pihak keempat. Pengembangan ekonomi kreatif secara serius agar dapat berkontribusi lebih besar kepada perekonomian kota sehingga dapat membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan kota lainnya. Jika semua rencana dapat dijalankan dengan serius, maka akan berdampak pada kesejahteraan. Untuk mensejahterakan masyarakat tidak selalu dari APBD, masyarakat yang mandiri mampu mensejahterakan dirinya dan membuka lapangan kerja.

Ucapan Terima Kasih

1. Ir. Tubagus Furqon Shofani, MA., Ph.d., selaku pembimbing atas bimbingan dan arahan selama penelitian.
2. Ridwan Kamil, BCCF dan seluruh narasumber penelitian ini atas segala informasi dan kemudahan yang diberikan selama melaksanakan penelitian.
3. Dr. H. Edi Siswadi, M.Si, atas kesediaan dan dukungannya untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang penulis perlukan dalam penelitian ini.
4. Seluruh keluarga besar Bappeda Kota Bandung atas segala dukungannya

Daftar Pustaka

- Bertha, Wiguna Sinya. 2009. *Collaborative for Empowerment In Interegional Infrastructure Development*. Tesis Program Magister. Institut Teknologi Bandung
- Carta, Maurizio. 2007. *Creative City: Dynamics, Innovation, Action*. Palermo: List
- Fitriyana, Freska. 2012. Peran Komunitas dalam Pengembangan Kota Kreatif, Sudi Kasus : Identifikasi Kekuatan Kolaboratif. Tesis Program Magister. Institut Teknologi Bandung
- Greenhalgh, Trisha. 2004. *Diffusion of Innovations in Service Organization : Systematic Review and Recommendations*. The Milbank Quarterly. Volume 82 : 4.
- Healey, Patsy. 2006. *Collaborative Planning*. Houndmills: Macmillan Press
- Lancaster, Kimberly, et.al., 2009. *Building Community Capacity in Resource Poor Neighborhoods: Community-University Partnerships*. Faculty Mentor: Leslie Hossfeld UNC Wilmington
- Landry, Charles. 2008. *Creative city: a toolkit for urban innovation*. London: Earthscan
- Marullo, Sam, Roxanna Moayed, and Deanna Cooke. 2009. "C. Wright Mills's Friendly Critique of Service Learning and an Innovative Response: Cross-Institutional Collaborations for Community-Based Research." *Teaching Sociology* 37:61-75.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Bandung 2009-2013
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovation Fifth Edition*. USA: Free Press