



02 Mengasah Kreativitas di Tengah Keberagaman Indonesia

04 Etam Kutai Kartanegara!

06 Majalengka *Exotic Sundaland*



09

Serampang Dua Belas, Ikon Seni
Pertunjukan Kab. Deli Serdang

10

Kota Gunung Sitoli
Perkuat Budaya, Unggulkan Kriya



Solo International Performing Arts 2018

Sorotan

Mengasah Kreativitas di Tengah Keberagaman Indonesia

Tanggal 9 Agustus ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa menjadi Hari Masyarakat Adat Sedunia. Hari Masyarakat Adat Sedunia ini pertama kali diresmikan oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa-bangsa pada Desember 1994.

Seperti yang dikutip dari un.org, diperkirakan ada 370 juta masyarakat adat di dunia, yang tinggal di 90 negara. Jumlah mereka memang kurang dari 5 persen dari populasi dunia, tetapi merupakan 15 persen dari yang termiskin. Bagaimana halnya di Indonesia? Di Indonesia sendiri lebih dari 700 suku dengan adat dan tradisi yang berbeda-beda. Bahkan dalam satu suku ada ragam dialek yang berbeda-beda. Sama halnya

dengan problem masyarakat adat di dunia, masyarakat adat setempat pun menemui kesulitan mengangkat potensi dan keunikan masing-masing.

Bila dikaitkan dengan berbagai bidang ekonomi kreatif, sebetulnya problem yang dihadapi masyarakat adat di Indonesia merupakan kesempatan kita mengasah kreativitas. Keberagaman Indonesia selain masyarakat adat masih ditambah pula dengan keberagaman budaya, agama, kondisi geografi setempat seperti gunung-lembah-laut, dan lain-lain. Hal paling dekat dengan keseharian kita misalnya fesyen, kuliner, ritual dan tempat tinggal. Ini sudah cukup bisa mengasah kreativitas di 16 bidang ekonomi kreatif. Contohnya pada



Raja dan Sultan Se-Indonesia di Istana Bogor dengan baju khas daerah

pagelaran JFC 2019 (*Jember Fashion Carnival*) yang baru lalu. Artis Cinta Laura mengenakan kostum Hudoq yang memukau. Walaupun di satu sisi mendapat sorotan dari sisi kepantasan, tetapi kita jadi belajar untuk memperbaiki hasil kreativitas supaya diterima masyarakat luas. Sisi lain, kita jadi belajar, di mana dan bagaimana Hudoq itu?

Contoh lain, dari sisi kuliner. Beberapa negara lain mempunyai kekhasan kuliner, misalnya ada masakan Perancis, masakan Thailand, dan lain-lain. Begitu beragamnya kuliner Nusantara, bahkan dari nama saja, ada belasan nama Soto, tetapi bumbu dan penyajiannya berbeda pada masing-masing daerah. Sehingga belum ada jenis kuliner yang mewakili Indonesia. Sedangkan dari kreativitas, banyak elemen dan bumbu khas negara lain yang ditambahkan dalam kuliner kita. Misalnya menambahkan keju, stroberi, green tea, dan lain-lain. Atau sebaliknya membuat menu baru dari kuliner setempat, misalnya ice cream tempe, cokelat rasa cabe, burger rendang, dan lain-lain.

Merdeka berkreasi merambah pula ke produk kerajinan yang ada di Indonesia. Hal ini disebabkan rasa aman dari semua lini dan jejaring komunitas. Sehingga kita terbiasa dengan keragaman produk suatu daerah yang diproduksi



Tenun Tradisional di Kab. Sikka

dari daerah lain. Contohnya, ulos Batak yang diproduksi di Garut, tenun Lombok ditunen di Pekalongan, tenun Sumba yang berasal dari Jepara, dan banyak lagi.

Seperti kita ketahui ada lima proses rantai nilai ekonomi kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi. Kelima nilai ekonomi kreatif tersebut hanya bisa terlaksana apabila pemerintah bersama seluruh lapisan masyarakat menciptakan rasa aman di segala bidang. (Tri Wahyu Handayani)

Foto : Fornews, Femidiah, Pesona.Travel

Sorotan

Etam Kutai Kartanegara!

Di kalangan warga Kutai Kartanegara bergema slogan *Etam Kutai Kartanegara* yang artinya *Kami Kutai Kartanegara*. Slogan tersebut adalah wujud kebanggaan warga daerah yang memiliki sejarah panjang sejak berdirinya kerajaan-kerajaan Hindu pada abad V bernama Kutai Martadipura, dan selanjutnya Mulawarman Nala Dewa di tempat yang sekarang dikenal sebagai Kalimantan Timur. Sejarah melaju hingga pada abad ke XIV, Aji Betara Agung Dewa Sakti mendirikan kerajaan Kutai Kartanegara yang kemudian disusul dengan berdirinya kesultanan Islam bernama Kutai Kartanegara dengan penguasa pertama Sultan Aji Muhammad Idris pada abad XVII.

Sebagai bagian Republik Indonesia, saat ini Kutai Kartanegara menjadi salah satu kabupaten di Kalimantan Timur dengan ibu kota Kecamatan Tenggarong dengan luas wilayah sebesar 27.263 km² yang terdiri dari 18 kecamatan dan memiliki jumlah penduduk mencapai 626,286 jiwa.

Membicarakan kekhususan Kabupaten Kutai Kartanegara, maka tak bisa lepas dari aspek bentang alam yang melingkupi lansekap sungai, danau dan hutan kawasan tersebut, dan aspek ragam budayanya yang mencakup kesejarahan panjang, dan kearifan lokal ragam budayanya.

Aspek Bentang Alam

Kabupaten Kutai Kartanegara dilewati oleh Sungai Mahakam yang merupakan sungai terpanjang ke 2 di Kalimantan yang telah menjadi jalur transportasi utama sejak awal sejarah dalam membawa bahan alam keluar dari Kutai Kartanegara. Mahakam adalah Ibu bagi masyarakat Kutai Kartanegara hingga saat ini dan memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat di sekitarnya sebagai sumber air, potensi perikanan maupun sebagai prasarana transportasi.

Kata *Mahakam* berasal dari bahasa Sanksekerta dimana *Maha* berarti Agung/Besar dan *Kama* berarti cinta atau kasih sayang. Oleh sebab itu Mahakam berarti lambang atau wujud kasih sayang Tuhan bagi tanah Kalimantan. *Tradisi Erau* yang terkenal di Mahakam sudah dilaksanakan sejak Raja Aji Betara Agung Dewa Sakti melakukan upacara *tajak tanah* dan *mandi ke tepian Mahakam*. Kata Erau sendiri berasal dari Bahasa Melayu Eroh yang artinya riuh rendah, ramai, ribut, penuh sukacita sehingga menggambarkan suasana pesta, bersifat sakral dan menghibur.

Aspek Sosial Kebudayaan

Akulturasasi kebudayaan terhimpun dari pengalaman kolektif yang didapat dari rentang

panjang kesejarahan yang dapat dilihat dari tiga kewilayahan. Pertama Wilayah Pesisir yang mencakup muara Sungai Mahakam dengan keragaman suku dan budaya pendatang (Bugis, Banjar, dan Jawa). Wilayah kedua adalah Wilayah Tengah yang memiliki situs-situs kerajaan Hindu, dan kerajaan Melayu, dimana masyarakatnya terkenal masih memegang adat dan teratur menyelenggarakan Festival Erau sebagai bagian tradisi kebudayaannya. Yang terakhir adalah Wilayah Pedalaman yang memiliki kekuatan sumber daya alam berupa hutan, air terjun, dan danau.

Seni Pertunjukan sebagai Lokomotif Kutai Kartanegara

Pada saat penyelenggaraan Penilaian Mandiri Kabupaten Kota Kreatif Indonesia (PMK3I), subsektor seni pertunjukan dipilih oleh para aktor Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai lokomotif ekonomi kreatif daerahnya. Seni pertunjukan itu mencakup tarian seperti Tari Jepen Kutai, Tari Kasultanan, Belian, Hudoq Dayak, Mamanda (teater Melayu), selain juga seni musik seperti orkestra musik tradisional Kutai Kartanegara, kesenian gambus (Melayu), musik Sampek (dari kawasan pedalaman), dan Tarsul. Kesemuanya masih menjadi perayaan yang jamak dilaksanakan dan masuk dalam kegiatan agenda tahunan festival kabupaten.

Seni pertunjukan dan seni musik yang sering mengadakan pertunjukan tidak terlepas dari dinamisnya para penggerak komunitasnya. Keberadaan komunitas yang dinamis ini, baik dari kalangan komunitas tradisional maupun kontemporer, mampu mengaktifkan *calendar event* tahunan kabupaten Kutai Kartanegara. *Calendar event* seni pertunjukan berskala internasional yang terselenggara setiap tahunnya berupa perayaan tradisi Erau Adat Kutai dan Tenggarong International Folk Arts Festival (TIFAF). Sedangkan yang berskala lokal antara lain Festival Budaya Loa Kulu, Festival

Selarong di Sebulu, Festival Kota Raja VIII (FKR) di Tenggarong, Festival Kutai Adat Lawas di Kedang Ipit-Kota Bangun.

Seni Pertunjukan yang berperan sebagai lokomotif ekonomi kreatif menjadi sangat penting untuk diperhitungkan dan dikembangkan lebih jauh karena pada tahun 2019 ini Presiden Jokowi telah mengumumkan penunjukan wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai Ibu Kota Indonesia. Mengingat perannya sebagai Ibu Kota Indonesia, pesatnya pembangunan, modernisasi dan gentrifikasi akan menjadi tantangan bumi Kutai Kartanegara selain memastikan keberlanjutan bentang alam, juga memastikan keberagaman sosial kebudayaan semakin menguat tanpa meninggalkan akar kesejarahannya.

Akan sangat relevan jika slogan *Etam Kutai Kartanegara* digali lebih dalam kaitannya dengan seni pertunjukan yang telah dipilih sebagai lokomotif pendorong ekonomi kreatif Kabupaten Kutai Kartanegara dan diharapkan dapat menjadi sumber berkelanjutan dari kebanggaan warga Kutai Kartanegara. (Kusumaningdyah NH dan Tri Wahyu Handayani)



Majalengka Exotic Sundaland:

Bentuk Kolaborasi Aktor Kreatif
Majalengka Untuk Sepanjang Masa



Sinergi pentahelix aktor ekonomi kreatif Kabupaten Majalengka yang terjadi pada kegiatan *Workshop City Branding* telah menguatkan para aktornya untuk bersepakat mencintai, memelihara, mencari dan meningkatkan martabat Majalengka dengan seksama dan dalam tempo sepanjang masa. Ikrar ini diserukan oleh puluhan aktor ekonomi kreatif Majalengka yang terdiri dari akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah daerah, dan media (biasa disingkat sebagai ABCGM) yang hadir dalam paparan Membangun Brand Majalengka pada hari terakhir rangkaian *Workshop City Branding* Kabupaten Majalengka.

Kegiatan *Workshop City Branding* merupakan bentuk pendampingan Direktorat Fasilitas Infrastruktur Fisik

dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) yang berkoordinasi dengan Bappelitbangda Kabupaten Majalengka pasca ditetapkannya Kabupaten Majalengka sebagai KaTa Kreatif 2019 pada akhir Juni 2019 lalu. Pada kegiatan *Workshop City Branding* yang berlangsung selama 3 hari tersebut yakni dari 20 Juli hingga 22 Juli 2019, tidak kurang dari 40-an aktor ekonomi kreatif dari berbagai komunitas, baik dari seni pertunjukan tradisional maupun kontemporer, selain juga para pelaku bisnis, akademisi, media, dan pemerintah daerah dari berbagai kecamatan di Majalengka berpartisipasi dan bekerja sama.

Pelaksanaan *workshop* kali ini cukup unik karena dilaksanakan di tempat-tempat yang berbeda setiap harinya. Tiga tempat pelaksanaan *workshop* tersebut menggambarkan perwakilan wilayah Utara, Selatan, dan Tengah Majalengka,



Kegiatan Workshop City Branding Kab. Majalengka

yakni *Jatiwangi Art Factory*, Balai Kecamatan Argapura, dan Pendopo Kab. Majalengka. Selain itu, pelaksanaan di tempat-tempat yang berbeda ini ditujukan untuk membangun dan mempertajam persepsi para peserta akan keberagaman khazanah dan potensi Majalengka yang selama ini belum tereksplorasi lebih jauh. Perbedaan karakteristik tempat di Kabupaten Majalengka ini telah disebutkan di dalam pemaparan Bupati Majalengka, Karna Sobahi, saat membawakan paparannya di Jakarta pada 24 Juni 2019 yang menyebutkan kategorisasi 3 (tiga) wilayah Kabupaten Majalengka tersebut.

Bupati Majalengka menyatakan bahwa Kabupaten Majalengka memiliki Wilayah Utara, Wilayah Tengah, dan Wilayah Selatan yang masing-masing memiliki kekhasan tema dan karakteristik topografi yaitu kaya akan bahan terakota di wilayah Utara yang panas, banyaknya wisata alam di wilayah Selatan yang sejuk hawanya, serta dinamika budaya dan edukasi di wilayah Tengah.

Workshop pada hari pertama di *Jatiwangi Art Factory*

Pada hari pertama pelaksanaan *workshop*, peserta berkegiatan di ruang auditorium Jatiwangi Sinematek yang terdapat di dalam kompleks *Jatiwangi Art Factory* yang merupakan sebuah hub komunitas di desa Jatisura.

Kompleks tersebut awalnya adalah milik pabrik genteng Jatiwangi yang selanjutnya berkembang menjadi hub komunitas bagi para aktor ekonomi kreatif di sekitarnya. Sebagai narasumber di bidang *branding*, Kandi Windoe menjelaskan mengenai teori *branding*, *city branding*, hingga strategi komunikasi branding. Ia membagi para peserta menjadi empat kelompok yang masing-masing lengkap memiliki unsur ABCGM dari tiga Wilayah Majalengka. Kegiatan menemu kenali dan upaya mengimplementasikan teori branding bagi Kabupaten Majalengka ini diperkuat oleh Ramalis Sobandi, Dwi Rustiono, dan Ilma Indriasy serta Herman Jusuf yang tergabung dalam Tim PMK3I (Penilaian Mandiri Kabupaten Kota Kreatif di Indonesia) dan KaTa Kreatif (Kabupaten Kota Kreatif) dari Kedeputan III Bekraf.

ABCGM Menyuarakan Deklarasi Argapura di Hari Kedua *Workshop*

Antusiasme yang terbangun pada hari pertama menjadi semakin meningkat pada hari berikutnya, usai para peserta menandatangani dan menyuarakan Deklarasi Argapura yang dituliskan di halaman Kantor Kecamatan Argapura tempat dimana *workshop* hari kedua dilaksanakan. Di hari kedua inilah terhimpun gagasan tagline Majalengka *Exotic Sundaland*. Kata *exotic* diambil untuk memadukan seluruh potensi yang dimiliki Majalengka seperti keindahan alam, seni budaya,

kreativitas, komunitas, heritage, kuliner, kriya, sejarah dan banyak potensi lainnya yang ketika seluruhnya dipadukan menjadi sangat eksotik, istimewa, luar biasa. Sedangkan kata *Sundaland* merujuk kepada daratan biogeografis Asia Tenggara pada 2,6 juta tahun lalu ketika permukaan air laut lebih rendah dari kondisi masa kini karena sedang mengalami zaman es. Wilayah Sundaland terentang dari Semenanjung Malaya di daratan Asia, pulau-pulau besar seperti Jawa, Kalimantan, dan Sumatra, serta pulau-pulau di sekitarnya. Jika dimaknai secara harfiah, *Sundaland* juga dapat diartikan sebagai tanah Sunda, di mana Majalengka merupakan bagian darinya. Setelah menyepakati brand tagline yang akan diucapkan di hari ketiga, peserta kembali berkelompok sesuai peran aktor ekonomi kreatif untuk menyusun dan merencanakan komitmen dan langkah ke depan bagi Majalengka.

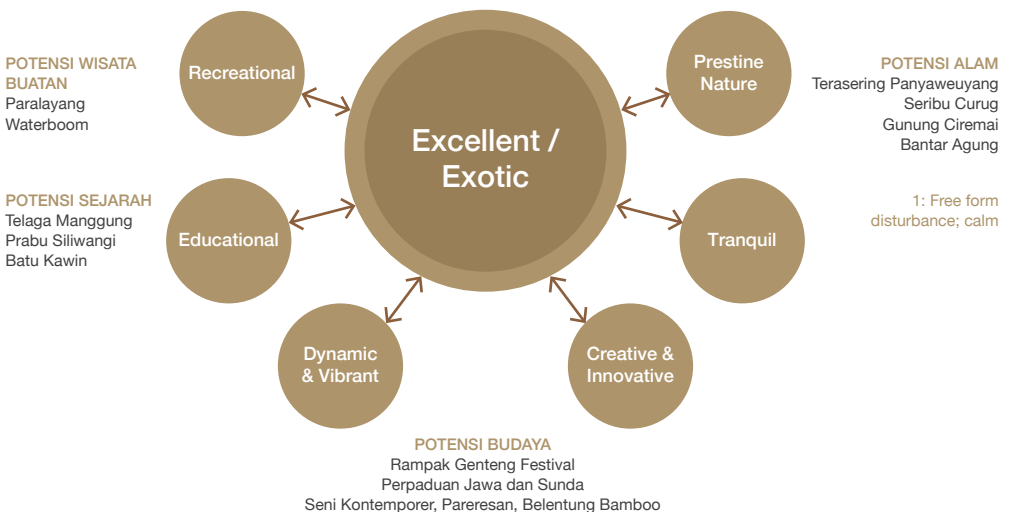
Pendopo Kabupaten menjadi lokasi workshop pada hari terakhir, di mana perwakilan peserta memaparkan usulan branding dan menyepakati Deklarasi Majalengka di hadapan Wakil Bupati, jajaran Kepala dan perwakilan OPD terkait, serta

perwakilan DPRD Kabupaten Majalengka. Di dalam tanggapannya, Tarsono Mardiana, Wakil Bupati Majalengka menyatakan setuju dengan usulan tersebut dan mengapresiasi tinggi hasil sinergi dan kerja bersama para aktor *pentahelix*. Sebagai paparan penutup Selliane Halia Ishak, selaku Direktur Fasilitas Infrastruktur Fisik Bekraf, memaparkan berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk mengaktivasi ekosistem ekonomi kreatif dengan kolaborasi antar aktor ABCGM.

Pejabat dan Pimpinan Daerah Menyimak Paparan Peserta *Workshop* pada Hari Ketiga Majalengka *Exotic Sundaland* sebagai *brand essence* Majalengka diharapkan mampu mengusung seni pertunjukan sebagai subsektor unggulan ekonomi kreatif untuk menarik dan mendorong subsektor ekonomi kreatif lainnya. Branding ini diharapkan juga untuk dapat mengangkat seluruh potensi wilayah Majalengka sehingga mampu berperan sebagai pusat pertumbuhan bagi daerah sekitarnya yang pada gilirannya akan mendorong ekosistem ekonomi yang kondusif untuk pengembangan inovasi. (Resya Wulanningsih)

1: relating to activity done for enjoyment when one is not working

1: in its original condition; unspoiled
2: clean and fresh as if fiew; spotless



Serampang Duabelas Ikon Seni Pertunjukan Kabupaten Deli Serdang



Serampang duabelas, pertunjukan tarian khas Deli Serdang yang mendunia. Tari serampang dua belas diciptakan oleh seorang seniman bernama Guru Sauti yang terinspirasi dari tarian tradisional Melayu Deli yang bernama tari Pulau Sari. Guru Sauti, sebagai seniman asal tanah Deli pada tahun 1940-an kemudian mengaransemen ulang tarian khas Melayu tersebut dengan menambahkan beberapa elemen, seperti kisah drama melalui babak-babak dan iringan musiknya. Gubahan tari yang diciptakan oleh Guru Sauti inilah yang kemudian diberi nama tari Serampang Duabelas.

Tarian ini secara historis menjadi tarian unggulan yang sangat didukung oleh Presiden Soekarno menjadi pertunjukan unggulan Indonesia. Di awal kemunculannya, pertunjukan tari serampang duabelas hanya diperankan oleh penari laki-laki. Namun seiring perkembangannya, tarian yang mengisahkan makna cinta muda mudi ini disajikan secara berpasangan laki-laki dan perempuan.

Sebagai tarian yang diciptakan oleh seniman asal Deli Serdang, kini Tarian Serampang Duabelas menjadi ikon Kabupaten Deli Serdang yang aktifitas kreatifnya terus-menerus dilakukan oleh komunitas penggiat seni pertunjukan di Kabupaten Deli Serdang. Salah satunya adalah

Sanggar Lingkaran. Sanggar yang mendapat perhatian pemerintah melalui Disporabudpar Kabupaten Deli Serdang ini beralamat di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Sanggar Lingkaran yang berdiri sejak tahun 2003 di pimpin oleh Irwanto, SH ini memiliki semangat konservasi seni pertunjukan yang sangat tinggi seperti halnya komunitas seni lainnya di Kabupaten Deli Serdang. Misi regenerasi dan konservasi seni pertunjukan ini dibangun atas kesadaran atas manfaat yang terkandung dalam pengajaran karakter budi luhur dari esensi budaya yang terkandung dalam seni pertunjukan tersebut. Menurut Irwanto, melalui seni pertunjukan kita dapat mengajarkan tata laku dan karakter budi luhur kepada manusia. Selain itu, melalui pengajaran karakter inilah kita dapat menciptakan mental kreasi yang mandiri sehingga mampu mengangkat kesejahteraan masyarakat. Semangat yang disambut oleh warga di Desa Denai Lama ini kemudian diturunkan menjadi aksi-aksi kreatif yang bernilai ekonomis melalui kolaborasi Akademisi, Bisnis, Komunitas dan Pemerintah salah satunya adalah Inisiasi Desa Wisata Denai Lama yang diproyeksikan untuk mengangkat kesejahteraan masyarakat dan tentunya konsep monetisasi seni pertunjukan juga dirintis.

Selain sanggar Lingkaran, terdapat sejumlah sanggar yang juga sangat aktif dalam upaya

kreasi dan konservasi Seni Pertunjukan khususnya Tari Serampang Duabelas, diantaranya Sanggar Gatrasindo, Cipta Pesona, Serampang Laut, Tirta Deli, Tamora 88 dan lain-lain. Setiap Desa di Kabupaten Deli Serdang senantiasa memiliki penggerak seni pertunjukan dan umumnya berwujud Sanggar. Semangat “bottom up” yang diinisiasi oleh banyak masyarakat salah satunya seperti Irwanto ini disambut dan difasilitasi oleh pemerintah untuk mendorong aktivitas kreasi

seni Pertunjukan hingga ke level internasional. Selain itu fasilitasi pemerintah juga dilakukan melalui pendataan potensi pelaku seni pertunjukan yang tersaji dalam website, dan fasilitasi festival – festival seni yang ke depannya akan diprioritaskan menjadi asset daerah yang mampu mengangkat nilai ekonomis seni pertunjukan sehingga dapat menarik pula potensi sub sektor lainnya seperti sub sektor kuliner, kriya, fashion, fotografi dan film. (Andreas Syah Pahlevi)



Kota Gunungsitoli Perkuat Budaya, Unggulkan Kriya

Kota Gunungsitoli merupakan gerbang Pulau Nias. Saat ini, akses menuju Pulau Nias selalu melewati Kota Gunungsitoli, baik melalui jalur laut maupun jalur udara. Jalur udara dapat diakses melalui Bandar Udara Binaka yang terletak di kilometer 19.5 kota Gunungsitoli dengan waktu tempuh sekitar setengah jam menggunakan kendaraan bermotor dari pusat Kota Gunungsitoli. Jalur laut melalui pelabuhan Pelindo I Gunungsitoli yang melayani pelayaran dari pelabuhan Sibolga.

Di era digitalisasi, sub sektor Film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi dan visual serta televisi dan radio menjadi garda terdepan dalam melakukan publikasi geliat ekonomi kreatif di Kabupaten Kota. Sub sektor ini merupakan lokomotif yang mampu mendorong dan menarik sub sektor lainnya seperti Seni pertunjukan, kriya, fashion, musik, arsitektur, design interior, design produk, dan kuliner.

Kota Gunungsitoli juga memiliki beberapa komunitas kreatif seperti Badan Pemberdaya dan Warisan Nias, Komunitas Ekoniha, Komunitas WOW, Komunitas Try To Be Creative dan Komunitas Fotografi Indonesia Nias yang berdomisili di Kota Gunungsitoli. Sub sektor film dan video, dan subsektor fotografi mulai aktif pada tahun 2017 dan telah memiliki karya lokal berupa film yang sarat dengan budaya lokal dengan judul ; yaitu Laowomaru dan Tuo Nifaro. Kedua film tersebut memiliki gabungan genre film *action, adventure, dan epics/historical* serta mengangkat beberapa sub sektor ekonomi kreatif seperti seni pertunjukan, kriya, fesyen, musik, arsitektur, desain interior, desain produk dan kuliner.

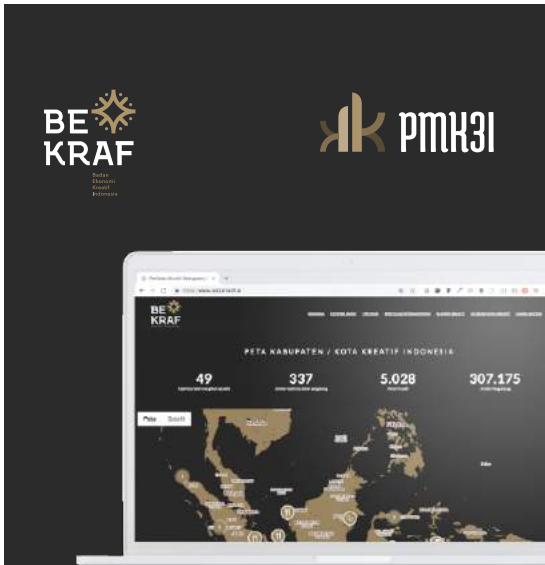
Ke depan diharapkan terdapat sinergi dari kaum milenial yang berada di Kota Gunungsitoli dan

Pulau Nias untuk melakukan sinergi dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Nias dengan menjadikan sub sektor film dan video dan sub sektor fotografi sebagai media pemasaran pengembangan ekonomi kreatif di era digital dengan memasukkan sub sektor kriya, fesyen, musik, seni pertunjukan, arsitektur, desain interior, dan kuliner khas Nias sebagai objek dari sub sektor fotografi, film dan video untuk di pasarkan secara digital.

Setelah melakukan uji petik dan diskusi dengan pemerintah kota beserta *stakeholder*, maka bersama-sama disepakati kriya ukir kayu dan anyaman sebagai subsektor unggulan yang akan dikembangkan karena mampu menjadi lokomotif untuk mengangkat pertumbuhan subsektor lain serta memiliki dampak paling signifikan terhadap perekonomian masyarakat.

Tim PMK3I bersama Asesor mengusulkan beberapa langkah untuk tercapainya ekosistem ekonomi kreatif unggulan di Kota Gunungsitoli dalam jangka pendek dan jangka menengah dimana kegiatan dapat dilakukan melalui kerjasama lintas pelaku di Kota Gunungsitoli, antar kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Utara, lintas provinsi maupun internasional dengan melakukan upaya 1. Membangun sinergitas antar pelaku subsektor ekonomi kreatif kota Gunungsitoli untuk mempercepat pengembangan ekonomi kreatif; 2. Menempatkan kekayaan warisan budaya Nias sebagai acuan pengembangan keempat subsektor ekonomi kreatif dan dengan meningkatkan peran pemerintah kota Gunungsitoli, khususnya Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Pariwisata dan Bappeda dalam pengembangan keempat subsektor ekonomi kreatif.

Pada akhirnya pemerintah kota Gunungsitoli menyambut baik kolaborasi antara pemerintah pusat, pemerintah kota dan komunitas kreatif yang dilakukan melalui proses uji petik ini dan berharap ke depan pengembangan subsektor unggulan menjadi fokus utama sehingga mampu menjadi lokomotif dalam mendorong pertumbuhan subsektor lainnya. Selain sebagai upaya meningkatkan kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap kesejahteraan masyarakat, subsektor Kriya diharapkan mampu menjadi daya dorong untuk mengembalikan dan menguatkan nilai budaya dari Kota Gunungsitoli. (Ari Anggara)



BE KRAF
Tim
Asesor
Kreatif
Indonesia

PMK3I

BE KRAF
PETA KABUPATEN / KOTA KREATIF INDONESIA

49	337	5.028	307.175
KABUPATEN	KOTA	KECAMATAN	DESA

Kantor:
Gedung Kementerian BUMN, Lt 15, 17, 18
Jl. Medan Merdeka Selatan No. 13,
Jakarta Pusat - 10110

Email : info@kotakreatif.id

Tim Redaksi :

Ramalis Sobandi, Tri Wahyu Handayani, Elizabeth Tioria Gurning, Kusumaningdyah Nurul Handayani, Adib Toriq, Juni Soehardjo
Fariz Rizky Wijaya, Raden Zulfikar, Resya Wulanningsih, Dian Prasetya Hantoroputri