

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

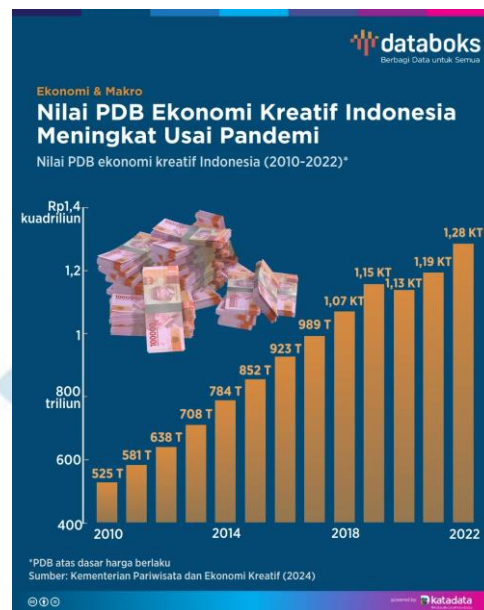
Beberapa dekade terakhir, ekonomi kreatif telah berkembang menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan strategis di berbagai negara, termasuk Indonesia. Ekonomi kreatif menggabungkan kreativitas, inovasi, dan nilai budaya dengan kekuatan teknologi untuk menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Menurut Sunarya Ekonomi Kreatif pada dasarnya kegiatan ekonomi yang mengandalkan kreatifitas berpikir untuk menciptakan hal yang baru dan berbeda yang memiliki makna dan nilai (Bimantara, et al., 2021).

Sedangkan Menurut Richard Florida, ekonomi kreatif melibatkan kelompok orang yang terlibat dalam pekerjaan kreatif seperti seni, ilmu pengetahuan, teknologi dan bisnis (Ari Riswanto, 2023). Ekonomi kreatif sendiri, dalam pengertian yang lebih luas, mencakup sektor-sektor yang berfokus pada penciptaan nilai melalui kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan sumber daya intelektual dan budaya. Sub sektor ekonomi kreatif terdiri dari: Arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi; video, fotografi periklanan, kriya, kuliner, musik, aplikasi, pengembangan permainan, penerbitan, periklanan, TV dan radio, seni pertunjukan dan seni rupa.

Sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi global yang penting, sektor ekonomi kreatif berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan pekerjaan, inovasi produk, dan peningkatan daya saing negara. Indonesia, dengan kepadatan penduduk yang tinggi, semakin menyadari potensi besar sektor ini dan melihatnya sebagai bidang yang sangat menjanjikan (Rusmini et al., 2022). Terbukti, banyak anak muda Indonesia yang telah sukses di pentas internasional. Negara-negara maju telah lama memanfaatkan ekonomi kreatif untuk memastikan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, mendorong inovasi, dan memperkuat posisi mereka dalam perekonomian global.

Di Indonesia, Ekonomi kreatif kini menjadi sektor yang cukup membantu perekonomian negara (Luqma, et al., 2023). Sektor ini terus menunjukkan peningkatan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.1
Informasi Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2022



(Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif , 2024)

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pasca pandemi COVID-19, sektor ekonomi kreatif bahkan menjadi salah satu sektor yang pulih lebih cepat dibandingkan sektor-sektor lainnya. Pandemi telah mempercepat transformasi digital di Indonesia, yang mendorong banyak pelaku ekonomi kreatif untuk beralih ke *platform* digital. Penggunaan teknologi digital dalam bisnis kreatif, seperti *e-commerce*, konten digital, aplikasi, game, dan *platform* hiburan berbasis teknologi, menciptakan peluang baru yang signifikan bagi pelaku usaha, terutama bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sektor ekonomi kreatif. Salah satu keunggulan dari ekonomi kreatif adalah fleksibilitasnya yang tinggi dalam menghadapi perubahan ekonomi.

Selama pandemi, banyak pelaku usaha di sektor ini yang mampu beradaptasi dengan cepat, beralih ke model bisnis digital, serta memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Di sisi lain, ekonomi kreatif juga menunjukkan kemampuan yang besar dalam menciptakan inovasi produk yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen modern, baik di pasar lokal maupun internasional. Selain itu bentuk dukungan pemerintah dalam memfasilitasi perkembangan ekonomi kreatif diantaranya adalah dengan merubah nomenklatur kementerian menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif melalui Perpres RI Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Adanya perubahan tersebut diharapkan perekonomian daerah di seluruh wilayah Indonesia disokong oleh usaha industri kreatif (Pangestu dalam (Kelompok & Kreatif, 2023).

Penguatan bagi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif oleh pemerintah melalui PERPRES tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2018-2025 sebagai acuan bagi pemerintah pusat hingga pemerintah desa. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan bentuk dukungan pemerintah, ekonomi kreatif di Indonesia diprediksi akan terus tumbuh dan menjadi salah satu sektor pendorong utama pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi.

Beralih dari skala nasional, pengembangan ekonomi kreatif juga berperan penting dalam pembangunan daerah. Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi lokal yang unik dan beragam, mulai dari seni dan budaya, hingga produk khas lokal yang dapat dikembangkan sebagai produk kreatif. Salah satunya yakni kabupaten Subang, yang memiliki kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang sangat potensial untuk dijadikan sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi kreatif. Potensi lokal ini, jika dikelola dengan baik, tidak hanya dapat meningkatkan daya saing daerah, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat identitas budaya daerah. Pelaku ekonomi kreatif (Ekraf) di Kabupaten Subang terdiri dari berbagai sektor yang melibatkan seniman, pengrajin, pelaku UMKM, komunitas kreatif,

hingga perusahaan rintisan (*start-up*). Data Pelaku Ekonomi Kreatif dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Data Pelaku Ekonomi Kreatif di Kab. Subang

Pelaku Ekonomi Kreatif		
No	Sub Sektor	Jumlah
1	Kuliner	5
2	Fashion	3
3	Kriya	12
4	Televisi & Radio	0
5	Penerbitan	0
6	Arsitektur	0
7	Periklanan	0
8	Musik	1
9	Fotografi	0
10	Seni Pertunjukan	0
11	Desain Produk	0
12	Seni Rupa	1
13	Desain Interior	1
14	Film, Animasi dan Vidio	1
15	DKV	0
16	Aplikasi	3
17	Game	0

Sumber : Kreasi Jabar (Diolah Peneliti,2024)

Dari data pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Subang menunjukkan terdapat 27 pelaku yang tersebar di berbagai sektor, namun masih terfokus pada bidang kriya, kuliner, dan *fashion*. Kriya menjadi sektor paling dominan dengan 12 pelaku, disusul kuliner dan *fashion* yang juga memiliki peran signifikan. Sektor kuliner lokal, selain menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif, juga berfungsi sebagai daya tarik utama dalam mempromosikan Subang sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman unik dan autentik.

Konteks pembangunan daerah, strategi branding atau merek kota menjadi salah satu faktor kunci untuk memperkenalkan potensi daerah kepada publik. Merek kota didefinisikan sebagai sarana untuk mencapai keuntungan kompetitif yang memungkinkan sebuah kota meningkatkan daya tarik investasi dan pariwisata, serta memperkuat identitas lokal dan menghindari adanya eksklusivitas sosial (Satria & Fadillah, 2021). Merek kota berperan dalam menciptakan posisi yang unik di mata wisatawan, sehingga suatu daerah lebih mudah diingat dan lebih menarik untuk dikunjungi. Pemasaran daerah melalui merek kota juga dapat merangsang pertumbuhan industri lokal, meningkatkan kesempatan kerja, serta mendatangkan pendapatan yang lebih besar bagi daerah tersebut.

Kabupaten Subang adalah salah satu daerah yang berhasil mengimplementasikan strategi branding kota melalui kampanye “*Subang Full of Charm*”. Tagline ini menyoroti kekayaan alam, budaya, dan sejarah Subang yang menawan, serta keindahan wisata alamnya yang mempesona. Dengan kampanye ini, Kabupaten Subang berharap dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun internasional, untuk berkunjung dan menikmati keindahan alam serta warisan budayanya. Selain strategi branding, pelaksanaan *event* pariwisata menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan potensi daerah. *Event* pariwisata mampu menarik perhatian wisatawan sekaligus memperkenalkan destinasi, budaya, dan produk lokal kepada pasar yang lebih luas. Salah satu contoh nyata dari pengintegrasian ekonomi kreatif dalam pembangunan daerah di Kabupaten Subang adalah penyelenggaraan *event* Subang Creative Week.

Subang *Creative Week* direncanakan menjadi *event* tahunan untuk memajukan ekonomi kreatif di Kabupaten Subang. Acara ini menggabungkan seni, budaya, dan inovasi, serta menjadi wadah bagi pelaku industri kreatif lokal untuk berkarya dan berkolaborasi. Melalui pendekatan *Collaborative Governance*, pemerintah daerah, komunitas, dan sektor swasta akan bekerja sama dalam penyelenggaraannya.

Sebagai *event* tahunan, Subang *Creative Week* bertujuan membangun jaringan kreatif, mendorong inovasi, serta membuka peluang ekonomi bagi UMKM dan generasi muda. Diharapkan, acara ini tidak hanya memperkuat identitas kreatif Subang, tetapi juga membawa dampak positif pada ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Implementasi *event* Subang *Creative Week* sudah di selenggarakan pada tahun 2023 dan 2024. Pada penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2023 mengusung tema “*Collaboration Culture and Modern Art*” yang diselenggarakan pada tanggal 10 – 13 Agustus 2023. Adapun rangkaian acara Subang *Creative Week* 2023 dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.2
Rangkaian Acara Subang *Creative Week* 2023



Sumber : Instagram @subangcreativehub

Event ini di dalamnya dipamerkan seni, workshop, seni pertunjukan budaya dan modern, perlombaan kreatifitas dan kegiatan yang berhubungan

dengan ekonomi kreatif. Selain itu berbagai seni pertunjukan juga akan ditampilkan seperti musik, teater, monolog, puisi, dan lainnya. Diselenggarakan pula berbagai workshop mulai dari fotografi, film, seni pertunjukan dan public speaking. Ada pula bazar UMKM untuk mendukung Bangga Buatan Subang.

Pada 2024, acara ini hadir dengan tema "*Rhythm of Subang: Nikmati Irama Kreativitas*" dan berlangsung lebih panjang, dari 18-25 Agustus. Berbeda dari tahun sebelumnya, acara ini menonjolkan ekspresi kreativitas kaum muda melalui lebih banyak kegiatan kolaboratif, inovatif, dan program interaktif. Dengan konsep yang lebih segar, Subang *Creative Week* 2024 dirancang untuk memperluas partisipasi lintas generasi dan menonjolkan beragam ekspresi seni lokal. Melalui perubahan ini, Subang *Creative Week* diharapkan semakin memperkuat identitas kreatif Subang, serta menciptakan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi daerah.

Adapun Rangkaian Acara Subang *Creative Week* dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :

Gambar 1.3

Rangkaian Acara Subang *Creative Week* 2024



Sumber : Instagram @subangcreativehub

Subang *Creative Week* 2024 tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk menciptakan peluang bagi para pelaku industri

kreatif di Subang untuk memperkenalkan karya dan produk mereka. Melalui acara ini, Subang memberikan ruang bagi para pelaku seni, desainer, dan inovator teknologi untuk tampil di panggung yang lebih luas, berinteraksi dengan publik, serta menjalin kolaborasi dengan para pelaku industri lainnya.

Lebih dari sekedar festival, Subang *Creative Week* 2024 memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi lokal. Acara ini berhasil menarik ribuan pengunjung, yang secara langsung meningkatkan pendapatan daerah dan mendukung bisnis lokal di sektor kuliner, fashion, dan pariwisata. Sebagai contoh, acara Subang Kuliner *Night* yang diselenggarakan selama Subang *Creative Week* berhasil menarik lebih dari 4.955 pengunjung dan menghasilkan perputaran uang sebesar lebih dari Rp 216 juta (Annisa, 2024). Dengan adanya *event* semacam ini, Subang tidak hanya berhasil mempromosikan produk lokalnya, tetapi juga menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Selain itu, Subang *Creative Week* 2024 berkontribusi dalam memperkuat identitas dan citra Kabupaten Subang sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Jawa Barat. Acara ini memanfaatkan kekayaan budaya lokal sebagai alat branding yang memperkenalkan warisan budaya Subang kepada khalayak luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Identitas budaya yang kuat ini tidak hanya mendukung sektor pariwisata, tetapi juga memperkuat posisi Subang dalam peta ekonomi kreatif nasional.

Pada Penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2024, Pemerintah Daerah Kabupaten Subang berkolaborasi dengan komunitas kreatif lokal untuk menarik dukungan dari berbagai pihak, termasuk sektor swasta, UMKM, dan sponsor. Pendanaan acara ini bersumber dari kombinasi APBD, sponsor perusahaan swasta, dan kontribusi pelaku usaha lokal, mencerminkan sinergi lintas sektor yang kuat. *Event* ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang, baik dalam hal peningkatan jumlah kunjungan wisatawan maupun pembangunan ekonomi kreatif di Subang.

Collaborative Governance dalam *event* ini menjadi model penting untuk diteliti karena mendorong keterlibatan aktif pemerintah, pelaku usaha, komunitas kreatif, dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Model ini meningkatkan partisipasi pemangku kepentingan, mengoptimalkan sumber daya, serta mendorong kebijakan yang lebih inklusif dan adaptif. Penelitian ini juga diharapkan memberikan rekomendasi strategis untuk memperkuat kolaborasi lintas sektor dalam membangun ekosistem kreatif yang berdaya saing dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

Pembangunan ekonomi kreatif telah menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing daerah serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas. Dalam era digital dan globalisasi saat ini, ekonomi kreatif memiliki peran signifikan dalam menciptakan nilai tambah dan membuka peluang kerja baru. Oleh karena itu, pengelolaannya membutuhkan pendekatan yang lebih kolaboratif dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, komunitas kreatif, akademisi, sektor swasta, serta masyarakat luas. *Collaborative Governance* menjadi konsep yang relevan dalam mengembangkan ekonomi kreatif karena memungkinkan partisipasi aktif dari berbagai pihak dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program, termasuk dalam penyelenggaraan *event* berbasis kreatif seperti Subang *Creative Week* 2024.

Subang *Creative Week* 2024 merupakan sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Subang dengan menampilkan berbagai potensi dari sektor industri kreatif, seperti seni, musik, kuliner, desain, fashion, dan teknologi digital. *Event* ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi pelaku industri kreatif lokal untuk berkembang, sekaligus meningkatkan daya tarik wisata dan ekonomi daerah. Namun, dalam pelaksanaannya, keberhasilan *event* ini sangat bergantung pada sejauh mana pemerintah daerah mampu membangun sinergi dengan komunitas kreatif, sektor swasta, serta masyarakat. Jika tidak dikelola dengan pendekatan kolaboratif yang baik, *event* ini berpotensi menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya

koordinasi antar-*stakeholder*, minimnya dukungan kebijakan, serta keterbatasan sumber daya dan pendanaan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi model *Collaborative Governance* yang efektif dalam pembangunan ekonomi kreatif melalui *event* ini.

Kepentingan penelitian ini juga berkaitan dengan optimalisasi peran pemangku kepentingan dalam ekosistem ekonomi kreatif. Dalam konteks Subang *Creative Week* 2024, perlu dipahami bagaimana peran masing-masing aktor dalam mendukung keberlanjutan *event* ini. Pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator dan regulator, tetapi peran komunitas kreatif sebagai pelaku utama dalam ekonomi kreatif juga harus diperhatikan. Selain itu, sektor swasta dan akademisi juga memiliki kontribusi penting dalam mendukung pengembangan ekosistem kreatif melalui investasi, inovasi, serta pendampingan keahlian. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana peran aktor-aktor tersebut dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan program, hingga evaluasi keberhasilan *event* ini.

Selain itu, penelitian ini juga diperlukan untuk menilai dampak dari penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2024 terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat. *Event* ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Subang. Namun, perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai apakah dampak tersebut bersifat jangka pendek atau dapat menciptakan efek keberlanjutan bagi ekosistem ekonomi kreatif di daerah tersebut. Tanpa adanya strategi keberlanjutan yang jelas, ada kemungkinan *event* ini hanya menjadi ajang tahunan tanpa memberikan dampak ekonomi yang signifikan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana *event* ini dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan industri kreatif secara berkelanjutan.

Lebih lanjut, penelitian ini juga memiliki urgensi dalam merumuskan rekomendasi kebijakan yang berbasis data dan praktik kolaboratif yang efektif. Dengan memahami dinamika *Collaborative Governance* dalam penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2024, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pemerintah daerah, komunitas kreatif, dan sektor swasta dalam membangun strategi kolaborasi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi daerah lain yang ingin mengembangkan ekosistem kreatif melalui pendekatan berbasis kolaborasi.

Selain itu, dasar kebijakan yang memperkuat urgensi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Subang dapat dilihat dari adanya Perjanjian Kerja Sama antara Pemerintah Provinsi Jawa Barat Nomor 1001/HK.03.01/Inpar dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Subang Nomor HM.03/1.215/Dispar tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Kerja sama ini menunjukkan adanya komitmen lintas pemerintahan dalam mendorong tumbuhnya ekosistem kreatif di daerah, yang melibatkan sinergi antara kebijakan provinsi dan pelaksanaan program di tingkat kabupaten. Langkah ini juga menjadi bentuk penguatan peran pemerintah daerah dalam menciptakan iklim yang kondusif bagi pelaku industri kreatif lokal, baik melalui fasilitasi, pelatihan, maupun promosi.

Tidak hanya itu, dalam Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Kabupaten Subang juga tercantum Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai bagian dari sasaran strategis dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah. Hal ini menegaskan bahwa ekonomi kreatif bukan hanya dilihat sebagai sektor pelengkap, melainkan sebagai pilar penting dalam pembangunan ekonomi daerah. Realisasi anggaran terhadap program ini juga mencerminkan efektivitas dan komitmen pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor ini secara nyata.

Adapun realiasi anggaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.4 Realiasi Anggaran Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

SUBANG
KABUPATEN SUBANG, BERTAMBAH
BERKUALITAS

BerAKHLAK
Berakhlak, Berprestasi, Berkeadilan, Berkeadilan
berakhlak, berprestasi, berkeadilan, berkeadilan

**bangga**
melayani
bangsa

Tabel 3.43
Efisiensi Anggaran pada Indikator Kontribusi Sektor
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum terhadap PDRB

Indikator Kinerja Utama (IKU)	Capaian IKU	Nama Program	Pagu Anggaran (Rp)	Realisasi Anggaran (Rp)	Selisih Anggaran (Rp)	Serapan Anggaran (%)	Efisiensi (%)
Kontribusi Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum terhadap PDRB	108,92% (Tercapai)	Program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata	14.713.965.000	14.557.401.650	156.563.350	98,94	1,06
		Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	269.815.000	263.783.000	6.032.000	97,76	2,24
		Program Pemasaran Pariwisata	1.308.245.000	1.288.198.500	20.046.500	98,47	1,53
Total			16.292.025.000	16.109.383.150	182.641.850	98,88	1,12

Sumber: Sekretariat Daerah, BKAD dan BP4D Kabupaten Subang

Sumber : Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP)
Kabupaten Subang 2024

Berdasarkan Gambar 1.4, Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki pagu anggaran sebesar Rp269.815.000 dengan realisasi sebesar Rp263.783.000, yang menunjukkan tingkat serapan anggaran sebesar 97,76% dan efisiensi sebesar 2,24%. Angka ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan program tersebut dilakukan secara optimal dan efisien. Walaupun hingga saat ini belum terdapat peraturan bupati (perbup) khusus terkait ekonomi kreatif, kehadiran kerja sama dan pengakuan dalam dokumen perencanaan resmi menunjukkan bahwa sektor ini telah menjadi perhatian strategis dalam pembangunan daerah.

Berdasarkan demikian, penelitian ini sangat penting dalam mengisi kesenjangan studi mengenai implementasi *Collaborative Governance* dalam pengembangan ekonomi kreatif di tingkat daerah. Selain itu, penelitian ini juga dapat berkontribusi dalam perumusan strategi kebijakan yang lebih efektif dan berbasis bukti dalam mendukung keberlanjutan industri kreatif di Kabupaten Subang, khususnya melalui *event* Subang *Creative Week* 2024. Penelitian ini menjadi krusial karena relevan dengan kondisi saat ini, di mana perubahan zaman menuntut ekonomi kreatif untuk terus beradaptasi agar tetap berdaya saing dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu, belum adanya penelitian yang mengkaji secara mendalam tentang *Collaborative Governance* dalam pembangunan ekonomi kreatif. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***Collaborative Governance dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif Pada Event Subang Creative Week 2024***.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana proses komunikasi dalam penerapan *Collaborative Governance* pada Subang *Creative Week* 2024?
2. Bagaimana upaya membangun *trust building* (pembangunan kepercayaan) dilakukan antara pemerintah daerah, Subang *Creative Hub*, dan pelaku ekonomi kreatif dalam konteks Subang *Creative Week* 2024?
3. Bagaimana masing-masing pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, Subang *Creative Hub*, dan pelaku ekonomi kreatif menunjukkan komitmennya (*commitment to the process*) dalam mendukung penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2024?
4. Bagaimana *shared understanding* (pemahaman bersama) antara para pemangku kepentingan dalam Subang *Creative Week* 2024?
5. Bagaimana *intermediate outcomes* (hasil antara) yang dihasilkan dari penerapan *Collaborative Governance* dalam Subang *Creative Week*

2024 dan bagaimana hasil tersebut berkontribusi pada pembangunan ekonomi kreatif?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses komunikasi dalam penerapan *Collaborative Governance* pada Subang *Creative Week* 2024
2. Untuk mengetahui upaya *trust building* (pembangunan kepercayaan) dilakukan antara pemerintah daerah, Subang *Creative Hub*, dan pelaku ekonomi kreatif dalam konteks Subang *Creative Week* 2024?
3. Untuk mengetahui masing-masing pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, Subang *Creative Hub*, dan pelaku ekonomi kreatif, menunjukkan komitmennya (*commitment to the process*) dalam mendukung penyelenggaraan Subang *Creative Week* 2024
4. Untuk mengetahui *shared understanding* (pemahaman bersama) antara para pemangku kepentingan dalam Subang *Creative Week* 2024
5. Untuk mengetahui *intermediate outcomes* (hasil antara) yang dihasilkan dari penerapan *Collaborative Governance* dalam Subang *Creative Week* 2024 dan bagaimana hasil tersebut berkontribusi pada pembangunan ekonomi kreatif

D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. **Secara teoritis**, penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Administrasi Publik, khususnya dalam konteks penerapan prinsip-prinsip *Collaborative Governance*. Dengan menggunakan teori Ansell Grash (2007) sebagai landasan, penelitian ini tidak hanya memperluas pemahaman tentang bagaimana mekanisme kolaborasi berfungsi dalam pengelolaan acara kreatif tetapi juga memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang menghubungkan kolaborasi antara pemerintah, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan dasar yang solid bagi peneliti dan

mahasiswa untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif di masa depan, seperti strategi komunikasi, pembangunan kepercayaan, dan hasil antara dari kolaborasi.

2. **Secara praktis**, penelitian ini menawarkan manfaat yang signifikan bagi Pemerintah Kabupaten Subang. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk merancang kebijakan yang lebih efektif dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya dalam konteks penyelenggaraan acara seperti Subang *Creative Week*. Dengan memberikan wawasan tentang cara-cara pengelolaan dan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, penelitian ini dapat membantu pemerintah mengidentifikasi praktik terbaik dan mengatasi kendala yang mungkin dihadapi dalam pengembangan acara serupa. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana kegiatan ekonomi kreatif dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, termasuk penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan melalui aktivitas-aktivitas yang melibatkan wisatawan dan masyarakat setempat. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perencanaan dan implementasi program-program pengembangan ekonomi kreatif yang lebih berkelanjutan dan bermanfaat bagi komunitas lokal.

E. Kerangka Pemikiran

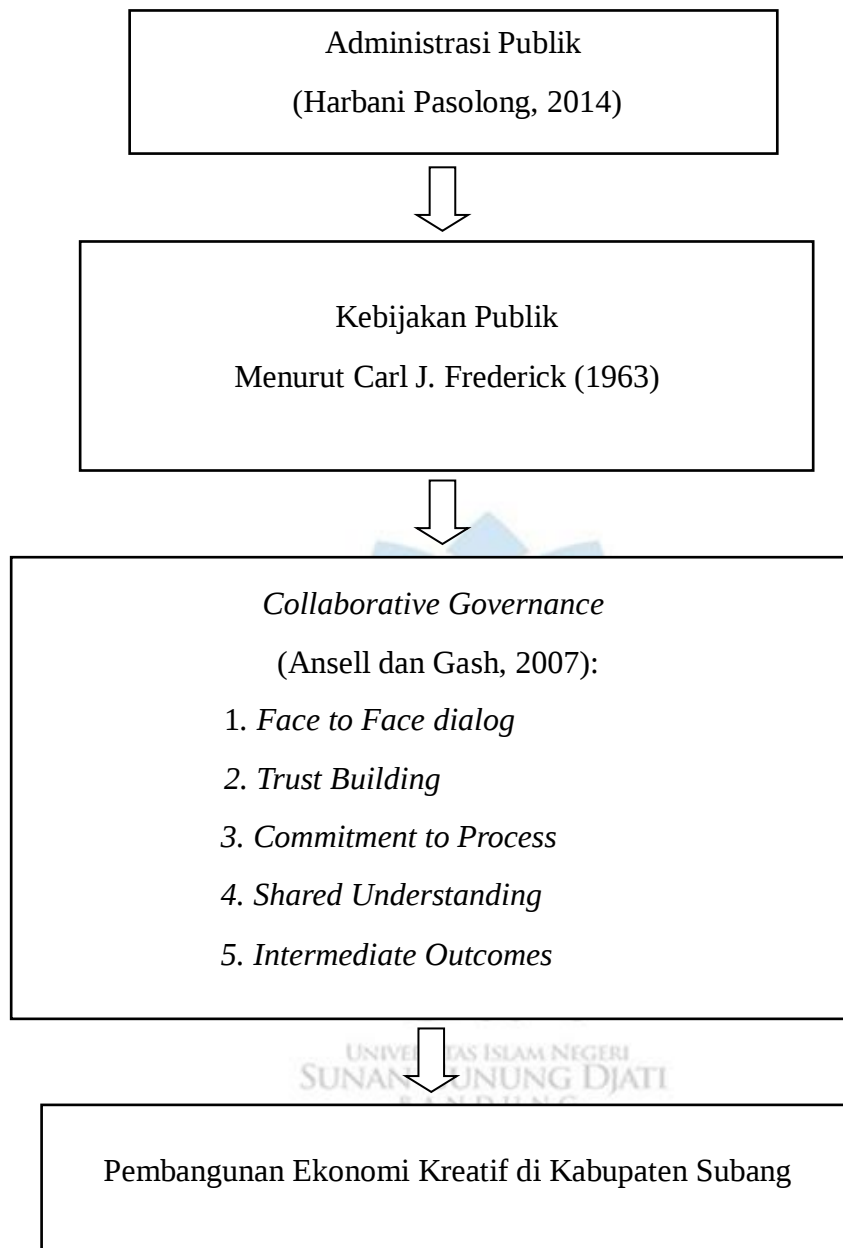
Teori yang menjadi dasar yang dianggap umum (*grand theory*) Hal ini merupakan yang mendasari teori dalam penelitian ini, Administrasi Publik adalah kegiatan yang dilakukan sekelompok orang dengan bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Administrasi publik berkaitan erat dengan manajemen sumber daya manusia karena pencapaian tujuan membutuhkan pengelolaan yang efektif terhadap program-program yang dilaksanakan. Administrasi Publik adalah suatu kerjasama yang diselesaikan oleh persekutuan individu atau instansi dalam melaksanakan tugas pemerintahan dalam menangani kebutuhan publik secara berhasil dan produktif (Pasolong, 2014).

Middle theory, yang digunakan yakni Kebijakan Publik, yang mencakup tindakan-tindakan pemerintah atau otoritas dalam menangani berbagai masalah masyarakat. Tindakan ini dapat berupa undang-undang, peraturan, keputusan, atau program yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Carl J. Frederick (1963), kebijakan publik adalah rangkaian langkah yang direkomendasikan oleh individu, kelompok, atau pemerintah dalam situasi tertentu, bertujuan untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Pada proses merumuskan ide kebijakan, partisipasi semua pihak yang memiliki kepentingan dan maksud yang relevan sangatlah penting, karena kebijakan harus dapat diimplementasikan sesuai dengan rencana yang diusulkan untuk menangani permasalahan yang dihadapi (Priansa, 2018).

Konteks pembangunan ekonomi kreatif, kebijakan publik memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kolaborasi. Pada *Event Subang Creative Week 2024*, penerapan prinsip pemerintahan terbuka memungkinkan pemerintah Kabupaten Subang untuk berkolaborasi lebih erat dengan komunitas kreatif lokal. Hal ini memastikan bahwa kebijakan dan program yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan pelaku industri kreatif. Keterkaitan antara kebijakan publik dan *Collaborative Governance* menjadi jelas. *Collaborative Governance* merupakan pendekatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks *Subang Creative Week*, pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia kebijakan, tetapi juga sebagai fasilitator yang mengajak komunitas kreatif untuk terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan *event*. *Subang Creative Week 2024*, tahapan *Collaborative Governance* yang diusulkan oleh Ansell dan Gash (2007) (Gunawan & Ma`ruf Farid, 2020) juga dapat diaplikasikan untuk memahami dinamika kolaborasi antar pemangku kepentingan, terutama dalam melibatkan komunitas kreatif lokal dan pemerintah.

Adapun indikator proses kolaborasi Ansell dan Gash (2007) mencakup :

1. *Face-to-face dialogue*: Komunikasi langsung antara pemerintah Kabupaten Subang, komunitas kreatif, dan pelaku usaha lokal merupakan langkah awal dalam merumuskan konsep dan pelaksanaan Subang Creative Week.
2. *Trust Building*: Membangun kepercayaan antara para pemangku kepentingan adalah kunci dalam penyelenggaraan event ini.
3. *Commitment to Process*: Setiap pihak, baik pemerintah, komunitas kreatif, maupun sponsor acara, harus berkomitmen terhadap proses penyelenggaraan Subang Creative Week.
4. *Shared Understanding*: Semua pemangku kepentingan perlu memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan manfaat dari Subang Creative Week.
5. *Intermediate Outcomes*: Pada tahap ini, keberhasilan dari Subang Creative Week dapat diukur melalui peran aktif dari para pemangku kepentingan, terutama komunitas kreatif lokal, dalam mengelola acara.



Bagan 1.1 : (Kerangka Pemikiran : Diolah Peneliti, 2024)

F. Proposisi Penelitian

Collaborative Governace dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif Pada *Event Subang Creative Week 2024* akan terlaksana dengan baik jika kolaborasi antar *stakeholder* memenuhi Dimensi *Collaborative Governance* menurut Ansell dan Gash (2007) yang mencakup Indikator *Face-to-face dialogue*, *Trust Building*, *Commitment to Process*, *Shared Understanding* , dan *Intermediate Outcomes*.