



Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal

Moh. Nizar ^{1)*}, Hasbi Sidik²⁾, Damar Wibisono³⁾

^{1,2} Jurusan Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Lampung

³ Jurusan Sosiologi, FISIP, Universitas Lampung

*Corresponding Authors: nizar_dia@yahoo.co.id

ABSTRAK

Kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal bagi para pelaku industri kreatif secara umum bertujuan memberikan pemahaman tentang pentingnya mengembangkan pembangunan kota atau daerah kreatif yang berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 15 Oktober 2016 di FISIP Universitas Lampung. Kegiatan dilaksanakan mulai pukul 08.00 WIB s.d. pukul 16.00 WIB. Kegiatan diawali dengan melakukan *pre test* untuk melihat pemahaman peserta sebelum dilaksanakannya kegiatan dan *post test* untuk melihat pemahaman peserta setelah dilaksanakannya kegiatan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, terlihat bahwa pemahaman peserta setelah mendapatkan materi kegiatan mengalami peningkatan 15,8%. Pemahaman awal peserta sebelum dilaksanakannya kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal sebesar 59,47, sementara setelah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi peserta mengalami peningkatan nilai sebesar 75,27. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian peserta mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 30-40%. Data tersebut menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut dan terjadi peningkatan pemahaman terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Antusias peserta juga tampak dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi kegiatan dimana peserta mampu menjawab dan merespon setiap pertanyaan pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif bagi peserta terutama dalam hal peningkatan pengetahuan peserta tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal".

Kata Kunci: industri kreatif, kearifan lokal

ABSTRACT

Socialization activities for strengthening local wisdom-based creative industries for creative industry players generally aim to provide an understanding of the importance of developing creative city or regional development based on local wisdom. This activity was carried out on October 15, 2016 at FISIP, University of Lampung. Activities are carried out starting at 08.00 a.m. until at 16.00 p.m. The activity begins with a pre-test to see the participants' understanding before the activity is carried out and a post-test to see the participants' understanding after the activity is carried out. Based on the evaluation carried out, it was seen that the participants' understanding after receiving the activity materials increased by 15.8%. The initial understanding of the participants before the socialization activity for strengthening the creative industry based on local wisdom was 59.47, while after the socialization activity the participants experienced an increase in the value of 75.27. The results of the evaluation also showed that some participants experienced an increase in knowledge of 30-40%. The data shows that participants are very enthusiastic in participating in these activities and there is an increase in understanding of the activities carried out. The enthusiasm of the participants was also evident from the active involvement of the participants in each activity session where participants were able to answer and respond to every question during the socialization activity. Thus, it can be concluded that this activity has a positive impact on participants, especially in terms of increasing participants' knowledge about "Strengthening Creative Industries Based on Local Wisdom".

Keywords: creative industry, local wisdom

PENDAHULUAN

Konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001. Dia merupakan ahli yang memiliki banyak profesi. Selain berprofesi sebagai pencipta film, dia sangat aktif menyebarluaskan ekonomi kreatif pada pemerintah Inggris. Di kalangan pemerintah negara-negara Eropa, dia terlibat banyak dalam kajian dan diskusi mengenai kebijakan ekonomi kreatif.

Howkins (2001) mengatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yangmana input serta outputnya berupa gagasan atau bisa dimaknai kreatifitas merupakan gagasan. Dengan bermodal gagasan tersebut, seseorang dengan kreatifitas yang dimiliki akan mendapatkan penghasilan yang mencukupi. Gagasan yang dimaksud disini yaitu gagasan yang orisinilalitasnya dapat dilindungi oleh HKI. Seperti bintang film, penyanyi, periset, pencipta lagu, atau lainnya yang sebelumnya belum pernah diciptakan (Nenny, 2008).

Industri kreatif dewasa ini dipercaya mampu meningkatkan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Indonesia sendiri hingga saat ini telah melakukan pemetaan dan menemukan bahwa terdapat 14 sektor industri kreatif yaitu: (1) video, film, dan fotografi, (2) arsitektur, (3) musik, (4) kerajinan, (5) televisi dan radio, (6) fesyen, (7) periklanan, (8) permainan interaktif, (9) pasar seni dan barang antik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) desain, dan (14) riset dan pengembangan. Untuk memperkuat sektor industri kreatif, pemerintah berupaya dengan mengeluarkan INPRES Nomor 6 Tahun 2009 tentang *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, dan pada tahun 2011 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif (Kemenparekraf) resmi dibentuk dengan dasar Perpres No. 92 Tahun 2011.

14 sektor industri kreatif tersebut diharapkan dapat menjadi andalan setiap daerah sebagai penggerak pertumbuhan serta pembangunan ekonomi. Sektor tersebut dapat dijadikan dasar dalam meningkatkan produktifitas seseorang yang kreatif dan bertalenta atau seseorang yang mengutamakan kemampuan ilmu pengetahuan dan yang memiliki kreativitas tinggi. Oleh sebab itu, industri kreatif dari definisi pemerintah mengutamakan kreatifitas individu, keterampilan, kemampuan dan talenta yang mempunyai kemampuan untuk meningkatkan taraf hidup serta mampu menciptakan tenaga kerja melalui gagasan dan eksploitasi HKI.

Menurut Florida (2005), keberlangsungan industri kreatif sangat bergantung pada tiga hal berikut; 1) kreativitas (*talent*); 2) kondisi sosial-politik yang demokratis; 3) dan tempat (*place*) yang aman. Untuk itu mengingat basis industri kreatif adalah talent dan kreativitas, maka perlindungan terhadap unsur-unsur tersebut sangat penting untuk melindungi keberlangsungan ekonomi kreatif. Dengan kata lain, untuk menunjang kreativitas masyarakat kenyamanan sebuah kota atau daerah sangat menentukan dalam menumbuhkembangkan berbagai sektor industri kreatif. Selain itu, sebuah kota atau daerah tidak bisa serta merta mencangkokkan sebuah industri kreatif yang sukses di wilayah lain dengan mengabaikan unsur-unsur kelokalan di wilayah masing-masing.

Schumpeter di dalam tesisnya yang berjudul *creative destruction theory* menjelaskan bahwa untuk meningkatkan produktifitas diperlukan inovasi-inovasi skala mikro maupun pada tingkat perusahaan serta pada tingkat makro dalam konteks lokal dan negara. Inovasi ini pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan ekonomi, hal ini diutarakan secara jelas oleh Schumpeter.

Dalam konteks di atas, jika suatu daerah ingin mengembangkan industri kreatif seyogianya mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di daerah itu sendiri. Pengembangan industri kreatif berbasis budaya lokal ini selain tetap menjaga tradisi sekaligus juga memiliki nilai strategis di era ekonomi digital. Oleh karena itu, kelompok-kelompok komunitas masyarakat di Lampung yang menekuni sektor industri kreatif maka penting untuk membangun kesadaran mereka bahwa mereka memiliki potensi yang besar melalui pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis kearifan lokal.

Kegiatan ini secara garis besar akan membahas tentang pentingnya membangun sektor industri kreatif berbasis kearifan lokal yang ada di Provinsi Lampung. Semoga kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengembangkan industri kreatif berbasis kearifan lokal.

METODE

Tempat dan Waktu

Kegiatan sosialisasi ini diselenggarakan di FISIP Universitas Lampung, pada tanggal 15 Oktober 2016. Kegiatan dilaksanakan mulai pukul 08.00 WIB s.d. pukul 16.00 WIB. Adapun rincian kegiatan dijabarkan pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1.	07.30-08.00	Pendaftaran peserta dan pembukaan	Panitia
	08.00-08.30	Evaluasi awal (<i>Pre Test</i>)	Tim
2.	08.30-10.30	Materi I: ” Konsep industri kreatif dan kearifan lokal”	Moh. Nizar, S.IP., M.A
3.	10.30-12.30	Materi II: “Pola pengembangan industri kreatif”	Damar Wibisono, S.Sos., M.A.
6.	12.30-13.00	<i>Istirahat siang</i>	Panitia
4.	13.00-15.00	<i>Materi III:</i> “Kaitan antara globalisasi dan industri kreatif”	Hasbi Sidik, S.IP., M.A.
5.	15.00-15.30	Evaluasi Akhir (<i>Post Test</i>)	Tim
6.	15.30-16.00	<i>Penutupam</i>	Panitia

Khalayak Sasaran

Sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal diperuntukkan bagi para pelaku industri kreatif di Kota Bandar Lampung. Yang mana selama ini masih banyak para pelaku indutri kreatif yang belum memasukkan konten lokal dalam produk instrinya, padahal hal tersebut sangat berguna dalam meningkatkan nilai ekonomi sebuah produk disamping juga dapat melestarikan kekayaan warisan tradisional Lampung.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan dalam sosialisasi ini yaitu ceramah dan diskusi tentang penguatan industri kreatif berbasis budaya lokal di Provinsi Lampung, serta evaluasi bersama mengenai implementasi kebijakan industri kreatif di kota atau daerah.

Kerangka Pemecahan masalah

Para pelaku indutri kreatif di Kota Bandar Lampung khususnya, masih belum banyak memasukkan konten lokal padahal hal tersebut dapat meningkatkan nilai ekonomi sebuah produk. Untuk memecahkan permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan sosilisasi dengan kerangka pemecahan masalah seperti terlihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Kerangka Pemecahan Masalah

No.	Kondisi Saat Ini	Threatment (Perlakuan)	Kondisi yang Diharapkan
1.	Banyak pelaku industri kreatif belum memanfaatkan kearifan lokal yang ada	Memberikan sosialisasi mengenai penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal	Peserta memiliki kesadaran untuk mengembangkan industri kreatif berbasis kearifan lokal
2.	Pelaku industri kreatif belum memahami pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal	Memberikan sosialisasi mengenai pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal	Peserta memahami pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal
3.	Sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal masih jarang dilakukan	Sosialisasi penguatan ekonomi kreatif berdasarkan kearifan lokal	Peserta pelaku industri kreatif memahami pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan kearifan lokal

Metode Evaluasi

Evaluasi dalam kegiatan sosialisasi dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta kegiatan dilakukan dengan cara mengevaluasi dalam bentuk evaluasi awal (*pre test*). Cara ini dilakukan untuk melihat tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta.
2. Setelah dilakukan *pre test*, peserta diberikan materi berupa makalah yang dipresentasikan dengan materi: konsep industri kreatif dan kearifan lokal, pola pengembangan industri kreatif, dan kaitan antara globalisasi dan industri kreatif.
3. Evaluasi akhir (*post test*) dilakukan untuk melihat pengetahuan akhir peserta setelah dilakukan kegiatan. Dan tahap akhir dari kegiatan evaluasi adalah diskusi terhadap masalah-masalah yang belum dimengerti terkait dengan materi yang telah diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi

Adapun kegiatan pengabdian dilakukan dengan skenario sebagai berikut:

Tabel 2. Kegiatan Sosialisasi

1.	Nama Materi	: Konsep industri kreatif dan kearifan lokal
	Materi ke -	: 1
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
2.	Nama Materi	: Pola pengembangan industri kreatif
	Materi ke -	: 2
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
3.	Nama Materi	: Kaitan antara globalisasi dan industri kreatif
	Materi ke -	: 3
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Penguatan Kreatif Berbasis Kearifan Lokal ini diawali dengan memberikan evaluasi awal (*Pre Test*) terhadap 28 peserta sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kemampuan awal peserta sebelum dilakukannya kegiatan sosialisasi.

Setelah dilakukan evaluasi tahap awal kegiatan dilanjutkan dengan memberikan materi tentang konsep industri kreatif dan kearifan lokal. Materi ini disampaikan oleh Moh. Nizar, S.IP., M.A. Materi selanjutnya dalam kegiatan ini yaitu tentang Pola pengembangan industri kreatif. Materi ini disampaikan oleh Damar Wibisono, S.Sos., M.A. Untuk materi terakhir dalam kegiatan ini disampaikan oleh Hasbi Sidik, S.IP., M.A. dengan tema kaitan antara globalisasi dan industri kreatif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diakhiri dengan melakukan evaluasi akhir (*Post Test*) terhadap peserta kegiatan. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kemampuan dan pengetahuan yang diperoleh peserta setelah dilakukan kegiatan

pengabdian. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dengan harapan mampu meningkatkan pengetahuan peserta dalam hal ini para pelaku industri kreatif yang berada di Kota Bandar Lampung.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Hasil Evaluasi

Evaluasi pada kegiatan ini dilaksanakan sebanyak dua sesi yaitu sesi pertama yang disebut evaluasi awal (*Pre Test*) dan sesi kedua yang disebut evaluasi akhir (*Post Test*). Evaluasi awal dilaksanakan sebelum peserta memperoleh materi. Langkah ini dilakukan untuk melihat pemahaman dan pengetahuan awal peserta sosialisasi. Soal-soal singkat diberikan kepada peserta sesuai dengan pokok bahasan yang akan disampaikan.

Evaluasi akhir dilakukan pasca peserta memperoleh materi sesuai yang sesuai dengan pokok bahasan yang disampaikan. Sama halnya dengan evaluasi awal, evaluasi di akhir dilaksanakan dengan memberikan soal-soal serupa dengan evaluasi di awal. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap materi yang disampaikan. Hasil evaluasi awal dan akhir dapat dilihat dalam tabel 4. berikut:

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan

No. Peserta	Nilai Pre-test	Nilai Post-test	Persentase Kenaikan
1	72	87	15
2	66	80	14
3	55	82	27

4	56	75	19
5	65	77	12
6	69	80	11
7	55	70	15
8	60	90	30
9	69	80	11
10	65	85	20
11	55	70	15
12	63	76	13
13	69	80	11
14	72	90	18
15	65	85	20
16	55	75	20
17	63	76	13
18	70	86	16
19	65	80	15
20	72	87	15
21	66	80	14
22	69	80	11
23	50	90	40
24	65	85	20
25	55	70	15
26	63	76	13
27	70	86	16
28	65	80	15
Rata-rata	59,47	75,27	15,8

Pembahasan

Jika melihat tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap materi yang disampaikan yaitu sebesar 15,8%. Tabel 4. memperlihatkan bahwa tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta sebelum dilakukan kegiatan sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal yang menyangkut materi tentang konsep industri kreatif dan kearifan lokal, pola pengembangan industri kreatif, dan kaitan antara globalisasi dan industri kreatif terbilang rendah yaitu sekitar 59,47, sedangkan setelah dilaksanakan kegiatan sosialisasi terjadi peningkatan skor menjadi 75,27. Fakta lainnya yang menarik jika melihat tabel 4 yaitu terdapat beberapa peserta yang mengalami peningkatan nilai hingga 30-40%. Hal ini tentunya dapat menjadi indikator keseriusan dan antusias peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan ini dan materi yang diberikan selama kegiatan mampu ditangkap baik oleh peserta.

Selain data dalam tabel 4. di atas, antusias peserta juga dapat dilihat dari keaktifan peserta selama kegiatan berlangsung. Peserta juga dapat merespon seluruh pertanyaan dengan menjawab sesuai dengan substansinya. Selain itu, peserta juga mampu melakukan simulasi yang diberikan oleh pemateri.

Melihat kondisi demikian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kegiatan sosialisasi ini memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal".

SIMPULAN

Jika melihat hasil evaluasi awal (*pre-test*) dan dan evaluasi akhir (*post-test*) dari kegiatan sosialisasi tentang "Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal" yang dilakukan, maka kesimpulan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema " Penguatan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal" dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan peserta dapat dilihat dari skor nilai rata-rata yang meningkat sebesar 15,8%. Partisipasi aktif peserta dalam menjawab pertanyaan juga menjadi indikator meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta.
- b. Meningkatnya motivasi peserta untuk melaksanakan atau membuat produk industri kreatif dengan berbasis kearifan lokal. Hal ini dapat dilihat dari respon dan antusiasme peserta dalam mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan jenis-jenis produk industri yang berbasis kearifan lokal.
- c. Meningkatkan pengetahuan atau pemahaman peserta tentang industri kreatif berbasis kearifan lokal, termasuk didalamnya tentang produk-produk industri kreatif berbasis kearifan lokal, strategi pemasaran produk, dan upaya peningkatan daya saing produk industri kreatif berbasis kearifan lokal di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Florida, Richard. (2005). *Cities and the Creative Class*. Rutledge, London, New York.
- Howkins, John. (2001). *The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Press

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan
Ekonomi Kreatif

Nenny, Anggraini. (2008). *Industri Kreatif*. Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume
XIII No. 3 hal. 144-151

Schumpeter, Joseph. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper
& Bros.