

STRATEGI BANDUNG SEBAGAI KOTA KREATIF DALAM UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK (UCCN)

Mira Nofrika Sari

Email : miranofrika@gmail.com

Pembimbing : Irwan Iskandar, S.IP., MA

Bibliografi : 10 Jurnal, 15 Buku, 2 Wawancara, 15 Dokumen Resmi, 37 Website

Jurusan Hubungan Internasional`

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This research discusses the strategy of the Bandung City Government in making Bandung City as a UNESCO Creative City. Bandung is one of three cities in Indonesia that was included in the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) in 2015. Currently, the city has become a joint discussion in international meetings. The important role of cities in promoting community-focused sustainable development and respecting for human rights is specifically recognized in the 2030 Agenda.

This qualitative study questions the strategy used by the Regional Government (Pemda) in following the international development agenda "Creative City (Creative City)". To answer this phenomenon, data is needed from books, journals, news, direct interviews with Bandung focal points for UNESCO as well as official documents from the Bandung City Government. The perspective and theory of Neoliberalism and the concept of the Creative City are used by researchers to analyze data and obtain research results.

Research shows that Bandung is one of the cities that apply the concept of Creative City (Creative City) to city development. Bandung uses the Pentahelix model which is a collaboration of academics, entrepreneurs, communities, and the media. The government and related parties collaborate to bring creative nuances to life in Bandung, because the government cannot work alone. Before carrying out the process of submitting a Creative City to UNESCO, the Mayor of Bandung appointed a dossier team. The Bandung dossier team first identified the basis for being a Creative City, then invited city stakeholders, searched and collected data on the potential / superiority of the city and analyzed it in a joint study. Since starting in 2012, the research has identified "Design" as a sub-sector that represents Bandung as a whole. The People-Place-Ideas formula was compiled to strengthen the narrative in the Bandung application when registering UNESCO Creative Cities. The submission process to UNESCO in 2012-2014 was carried out with a top-down system, namely through the central government. At that time, Bandung had not been selected as a UNESCO Network Creative City. In 2015, UNESCO changed the rule that City Governments can directly submit applications without going through the Central Government. So, in December 2015, Bandung was included in the UCCN City of Design according to the Decree of UNESCO Director-General Ref. Nr. DG/4/12/10370.

Keywords: Strategy, Bandung, Creative City, UCCN

PENDAHULUAN

Saat ini, “Kota” telah menjadi pembahasan bersama dalam pertemuan internasional. Peran penting kota dalam mempromosikan pembangunan berkelanjutan berfokus pada masyarakat dan penghormatan terhadap Hak Asasi Manusia secara khusus diakui dalam Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan yang mencakup di antara 17 tujuannya, tujuan khusus yaitu untuk “menjadikan kota dan pemukiman manusia inklusif, aman, tangguh dan berkelanjutan” dan mengidentifikasi budaya serta kreativitas sebagai salah satu pendorong penting untuk tindakan dalam konteks ini.¹

Pembahasan kota ini juga menjadi fokus Pemerintah Indonesia. Hal ini dikarenakan, Indonesia adalah salah satu negara urbanisasi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Data prakiraan penduduk Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2020, sekitar 56,7% penduduk Indonesia akan tinggal di perkotaan, dan angka ini diperkirakan akan meningkat menjadi 66,6% pada tahun 2035. *World Bank* juga memperkirakan pada tahun 2045, 220 juta orang atau 70% penduduk Indonesia akan tinggal di perkotaan.²

United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) merupakan sebuah badan dunia bentukan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) yang biasanya berfokus pada urusan budaya, pusaka, dan pendidikan, sekarang disibukkan dengan konsep “Kota Kreatif”. Sejak 2004,

UNESCO telah meluncurkan UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN) untuk mendorong kerja sama antar kota yang menganggap kreativitas sebagai faktor strategis dalam mencapai pembangunan berkelanjutan.³

UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN) bertujuan untuk mendorong kerjasama internasional antar kota yang berkomitmen untuk berinvestasi dalam kreativitas sebagai sopir untuk pembangunan perkotaan yang berkelanjutan, inklusi sosial dan semangat budaya. 246 kota anggota yang saat ini membentuk jaringan, bekerja sama menuju misi bersama yaitu menempatkan kreativitas dan industri budaya sebagai inti dari rencana pembangunan di tingkat lokal hingga tingkat internasional yang sejalan dengan Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan dan Agenda Baru Perkotaan.⁴ Setiap kota dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan, melakukan pertukaran program, serta membuat proyek bersama mitra yang menghubungkan sektor publik dan swasta, dan masyarakat sipil.

UCCN mencakup tujuh kreatif bidang. Bidang tersebut meliputi: Kriya dan Seni Rakyat, Desain, Film, Gastronomi, Sastra, Seni Media dan Musik. Kota dari bidang kreatif yang memiliki kesamaan akan berkolaborasi secara intensif untuk mengembangkan kemitraan bersama, pada setiap pertemuan seperti pertemuan internasional atau Jaringan Konferensi Tahunan.⁵

¹ “Why Creativity? Why Cities?,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/content/why-creativity-why-cities> pada tanggal 14 Mei 2021 pukul 20.50 WIB.

² “Urbanisasi Melaju Cepat, Kita Bisa Apa?,” diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-5233999/urbanisasi-melaju-cepat-kita-bisa-apa> pada tanggal 21 Februari 2021 pukul 07.00 WIB.

³ “Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO, UNESCO *Creative Cities Network*,” diakses dari https://kniu.kemdikbud.go.id/?page_id=317 pada tanggal 21 Februari 2021 pukul 07.15 WIB.

⁴ “About,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/home> pada tanggal 21 Februari 2021 pukul 07.35 WIB.

⁵ UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN), “Mission Statement,” 21 Februari 2021 pukul 08.00 WIB, https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf.

Pada tahun 2015, UNESCO menetapkan Bandung sebagai Kota Kreatif bidang Desain. Bandung bergabung dengan UNESCO *Creative Cities Network* dengan penghargaan ini. Irina Bokova, Dirjen UNESCO menyampaikan penunjukan Kota Bandung sendiri dengan mengumumkan telah ditunjuknya 47 kota dari 33 negara sebagai anggota baru UNESCO *Creative Cities Network*.⁶

Ibukota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung yang merupakan rumah bagi 2,5 juta penduduk, menjadi pusat inovatif untuk kreativitas dan kewirausahaan. Banyak inisiatif yang didorong oleh demografi anak muda kota, seperti menyelenggarakan berbagai lokakarya, konferensi, dan festival, semuanya mendorong pengembangan kreativitas, *prototipe*, dan desain produk pada khususnya. Faktanya, 56% kegiatan ekonomi Bandung yang terkait dengan desain, dengan mode, desain grafis, dan media digital menjadi tiga subsektor teratas dalam ekonomi kreatif lokal.⁷

Kota Bandung dalam sejarahnya, sudah lama menjadi pelopor dalam industri produk fesyen di Indonesia. Industri kreatif fesyen Bandung memiliki keunggulan dalam hal desain, bahan baku, keunikan dan merek terhitung sejak tahun 1970-an.⁸ Hal ini menunjukkan

bahwa sebelum program UNESCO *Creative City Network* dibentuk, Bandung sudah terlebih dahulu mempersiapkan diri dengan aktivitas yang dilaksanakan masyarakat. Inisiatif yang dibangun oleh masyarakat Bandung, memang seharusnya dikembangkan Pemerintah Kota Bandung melalui pengimplementasian strategi-strategi yang mendorong kemajuan ekonomi kreatif masyarakat Bandung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas: **“Strategi Pemerintah Kota Bandung dalam Menjadikan Bandung sebagai Kota Kreatif dalam UNESCO *Creative City Network* (UCCN)”**.

KERANGKA TEORI

Istilah hubungan internasional mengacu kepada semua bentuk interaksi antar anggota masyarakat yang berlainan, baik disponsori oleh pemerintah maupun tidak. Untuk dapat menjelaskan alasan suatu peristiwa/fenomena terjadi dalam hubungan internasional, dibutuhkan perumusan kerangka teori yang tepat. Teori merupakan kerangka berpikir yang menghasilkan suatu pendapat tentang suatu fenomena yang ada. Teori mendefinisikan tentang kejadian serta memprediksi kejadian tersebut akan terjadi kembali di masa yang akan datang.⁹

Pembahasan ini, menggunakan perspektif dan teori neoliberalisme, dilengkapi dengan konsep kota kreatif. Kerjasama internasional dilakukan sebagai upaya mendukung perdamaian dunia, maka setiap daerah/sub-negara dapat menjadi aktor utama dalam melakukan hubungan internasional. Neoliberalisme memandang kerjasama luar negeri yang dilakukan Pemerintah Daerah dengan menekankan latar belakang dilakukan kerjasama serta tujuan yang ingin dicapai dalam kerjasama

⁶ “Kota Bandung Masuk Dalam Jaringan UNESCO Creative Cities Network (UCCN),” diakses dari <https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/Z105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-creative-cities-network-uccn> pada tanggal 21 Februari 2021 pukul 08.00 WIB.

⁷ “Bandung,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/bandung> pada tanggal 22 Februari 2021 pukul 08.00 WIB.

⁸ Direktorat Infrastruktur Ekonomi Kreatif, “Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I),” diakses dari <https://kotakreatif.kemenparekraf.go.id/kota-bandung/> pada tanggal 22 Februari 2021 pukul 08.25 WIB.

⁹ Mochtar Mas’oed, *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*, (Yogyakarta: LP3ES, 1990) Hal. 218.

tersebut.¹⁰

Neoliberalisme adalah salah satu perspektif dan teori yang dapat digunakan para penstudi hubungan internasional dalam memahami kerjasama yang dilakukan Pemerintah Daerah atau subnasional dengan aktor-aktor lainnya di luar negeri. Neoliberalisme menyimpulkan bahwa setiap Pemerintah Daerah memiliki peluang untuk memanfaatkan berbagai peluang untuk mendorong pembangunan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Sedangkan konsep Kota Kreatif merupakan konsep yang dikemukakan oleh Charles Landry pada tahun 2000-an, ia berpendapat bahwa pendekatan kreativitas yang lebih luas diperlukan untuk dapat memecahkan permasalahan di perkotaan, melibatkan perkembangan kreatif produksi dan sistem pemerintahan baru untuk memungkinkan kreativitas berkembang di masyarakat secara keseluruhan. Gagasan dari strategi kota kreatif adalah kreativitas dapat dikemukakan tidak hanya pada industri kreatif dikalangan warga secara umum namun juga dapat kreatif bagi dunia.¹¹

Secara historis, kreativitas merupakan salah satu sumber kehidupan suatu kota. Kota selalu membutuhkan kreativitas untuk bekerja sebagai pusat perdagangan, pasar serta pusat produksi. Kota dijadikan tempat yang paling memungkinkan bagi masyarakat untuk memberikan ide-ide baru demi kelangsungan

hidup dan lingkungan yang lebih baik. Konsep Kota Kreatif sekarang telah menjadi suatu perdebatan, kota kreatif dianggap hanya sebagai gagasan konsep kosong karena, beberapa orang merasa khawatir kota kreatif terlalu modis dan penerapan yang terlalu memaksa tanpa memikirkan pemahaman mendetail akan konsepnya. Sebagian orang lainnya menganggap kota kreatif adalah suatu gagasan yang membantu kota menjadi spektakuler sehingga menarik kelas kreatif, yang terdiri dari pekerja yang memiliki pengetahuan cukup dan para peneliti untuk mengembangkan lebih banyak pengetahuan akan ekonomi yang intensif.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Bandung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang terkenal dengan julukan kreatif karena kontribusi masyarakatnya yang aktif dalam bidang industri kreatif sejak masa penjajahan hingga masa modern saat ini. Sejarah yang melatarbelakangi Bandung menggunakan konsep Kota Kreatif dalam pembangunan kotanya disampaikan oleh Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bandung kepada penulis:

“Kalau dilihat dari sejarahnya, Bandung sudah menjadi kota kreatif sebelum penetapan UNESCO, dan memang karakter penduduk Bandung itu dilihat dari demografi itu aktif sekitar 70% adalah anak muda dan itu Bergeraknya di sektor industri kreatif. Jadi sejak dulu, komunitas atau pelaku ekonomi ini memang sudah bergerak kalau di Kota Bandung. Jadi itu sejarah bagaimana memang penduduk kota Bandung ini kreatif”.¹²

Inovasi Kota Bandung sebelum mendapatkan predikat Kota Kreatif dimulai dari kolaborasi masyarakat yang

¹⁰ Sri Issundari dan Yanyan M Yani, “Memahami Kerjasama Daerah Dengan Luar Negeri Melalui Neoliberalisme,” *Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan* volume 2, no. 2 (2019), hal. 90.

¹¹ Charles Landry and Franco Bianchini, *The Creative City*, (London : Demos in association with Comedia, 1995), hal. 20
https://books.google.co.id/books?printsec=frontcover&vid=ISBN1898309167&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

¹² Tris Avianti Ratnajati, SE, M.Si, wawancara oleh Mira Nofrika Sari pada tanggal 4 April 2021.

membentuk komunitas kreatif. Pelaku kreatif di Bandung memang sudah bergerak dari dulu, pemerintah hadir sebagai fasilitator bagaimana menampung aspirasi dari pelaku, dengan regulasi peran pemerintah hadir. Pemerintah dan pihak terkait berkolaborasi menghidupkan nuansa kreatif di Bandung, karena dalam upaya optimalisasi sebuah inovasi, pemerintah tidak dapat bekerja sendiri.¹³

Salah satu agenda kunci dalam perkembangan industri kreatif di Bandung ditandai dengan berdirinya komunitas *Bandung Creative City Forum* (BCCF) pada tahun 2008. Pemerintah Kota Bandung membuat Surat Keputusan untuk membentuk tim *Bandung Creative City* dan menunjuk Ridwan Kamil sebagai ketua. Banyak rancangan berupa pemikiran dan terobosan yang disuguhkan oleh *Bandung Creative City* untuk mewujudkan agar Bandung menjadi panutan Kota Kreatif yang mendunia.¹⁴

Keberadaan BCCF di Kota Bandung jauh lebih dulu dibandingkan dengan proses pengajuan Kota Bandung sebagai anggota UCCN. Dengan demikian, BCCF sudah memiliki konsep awal yang tidak merujuk pada konsep yang dikembangkan oleh UNESCO. Selain itu, BCCF juga aktif dalam diskusi dan kajian dalam upaya melahirkan konsep ekonomi kreatif di tingkat nasional. Anggota BCCF sebagian merupakan dosen yang mengajar di perguruan tinggi di Bandung. Mereka aktif untuk terlibat dalam berbagai forum internasional, termasuk UNESCO.

Peluang kolaboratif ini memungkinkan pikiran kreatif untuk menghasilkan cara-cara inovatif untuk memecahkan masalah di dalam kotamadya. Dalam konsolidasi dengan “*Design Thinking*”, BCCF percaya pada tindakan-tindakan desain yang dirancang

bisa menjadi solusi atas permasalahan kota. Tujuan mereka adalah menggunakan ide untuk membuat prototipe solusi potensial. Didanai oleh kota dan sponsor swasta lainnya, acara tersebut menarik minat nasional dan internasional, dan telah berhasil menginspirasi kota-kota lain untuk mendirikan inisiatif serupa. Selain mengangkat isu perkotaan, acara tersebut menawarkan panggung untuk kesetaraan sosial karena banyaknya peserta perempuan dan muda. Lokakarya tersebut telah berhasil mendorong Pemerintah Daerah untuk melakukan perbaikan pada pelayanan dan fasilitas sosial, serta memusatkan perhatian pada perlunya tindakan kelestarian lingkungan.¹⁵

Kolaborasi merupakan salah satu strategi yang digunakan Kota Bandung dalam membangun Kota Kreatif di Bandung. Secara keseluruhan/umum dalam membangun kota, Bandung sebagai kota kreatif menggunakan model Pentahelix yang diyakini sebagai strategi dalam hal kolaborasi dengan berbagai aktor.

Kolaborasi tersebut melibatkan aktor pemerintah maupun non pemerintah dalam pengajuan dokumen *dossier* sebelum penetapan Bandung sebagai Kota Kreatif oleh UNESCO. Pemerintah tidak bisa berjalan sendiri, mengingat keterbatasan yang ada maka harus melakukan kerjasama dan kolaborasi dengan aktor lainnya. Pada saat pengajuan *dossier* UNESCO, kolaborasi dan komitmen dari berbagai pihak menjadi kunci sebagai data yang harus diisi. Contohnya seperti komitmen pemerintah, bagaimana daya dukung pemerintah, inisiasi dari komunitas. Masing-masing unsur yang terlibat akan ditanyakan perannya.

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*.

¹⁵ “LAB.2030 | Design Action.bdg: Fostering the Creation of Innovative Ideas for Social Development,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/events/lab2030-design-actionbdg-fostering-creation-innovative-ideas-social-development> pada tanggal 9 Mei 2021 pukul 17.17 WIB.

Sebelum melakukan proses pengajuan Kota Kreatif ke UNESCO, Bandung terlebih dahulu harus melakukan identifikasi yang menjadi landasan sebagai Kota Kreatif. Dengan mengajak pemangku kepentingan kota, pencarian dan pengumpulan data potensi/unggulan kota dilakukan dan dianalisa secara kajian bersama. Sejak dimulai dari tahun 2012, riset yang dihasilkan mengidentifikasikan “Desain” sebagai subsektor yang mewakili Bandung secara keseluruhan. Formula *People-Place-Ideas* disusun untuk menguatkan aplikasi Bandung ketika melakukan pendaftaran Kota Kreatif UNESCO.

Dalam proses aplikasi, Bandung terlebih dahulu harus membentuk tim manajemen/koordinasi di dalam kotamadya atau departemen, pusat, atau entitas tertentu yang bertanggung jawab untuk mengembangkan konten aplikasi dan menunjuk *focal point* yang akan bertindak sebagai penghubung dengan UNESCO. Tim ini akan menjadi akhirnya bertanggung jawab untuk merancang aplikasi. Dalam hal penunjukan, tim bersama dengan perwakilan dari kotamadya mungkin juga bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan sehari-hari pengelolaan kegiatan yang terkait dengan Jaringan.

Meskipun aplikasi harus dipimpin oleh otoritas publik setempat, itu juga harus mencerminkan luas konsultasi dan dukungan pemangku kepentingan di seluruh kota dan berbicara dengan benar atas nama masyarakat terkait, sektor publik dan swasta, serta masyarakat sipil kota. Ini Oleh karena itu penting untuk mengelaborasi aplikasi dalam kerjasama erat dengan semua yang relevan pemangku kepentingan dan aktor seperti pencipta, profesional dari budaya dan kreatif industri, universitas dan akademisi, pembuat kebijakan, liga pemuda, non-pemerintah organisasi dan asosiasi, serta otoritas atau departemen

publik terkait yang berbeda budaya, pendidikan, sosial, pembangunan ekonomi, infrastruktur perkotaan, komunikasi, perencanaan, dan lain-lain.

Setelah pemangku kepentingan yang relevan telah diidentifikasi, sangat disarankan untuk menetapkan kelompok konsultatif yang akan mendukung persiapan aplikasi. Tim pengaju aplikasi dapat terdiri dari beragam pemangku kepentingan dan aktor, termasuk pemangku kepentingan tingkat tinggi perwakilan dari pemerintah kota, perwakilan dari masyarakat sipil, budaya praktisi dan produser, operator kunci dari sektor kreatif, dan terkait asosiasi dan organisasi profesi lainnya.

Proses Pengajuan Kota Kreatif Bandung ke UNESCO

Pengajuan Kota Kreatif Bandung ke UNESCO dimulai dari tahun 2012. Disampaikan Ridwan Kamil ketika menjadi walikota Bandung "Kita kirim buku argumentasi, ini buku tebal untuk membuktikan kreativitas mulai dari pendidikan, aktivitasnya, komunitasnya dan karya-karyanya ada di Bandung".¹⁶ *Dossier* dikirimkan selama tiga tahun sebagai laporan dan argumentasi kreativitas yang ada di Bandung.

Tahun 2012 merupakan tahun pertama pengajuan Bandung sebagai Kota Kreatif ke UNESCO, dimulai dari dilaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai inisiasi aplikasi UCCN. Wali kota saat itu membuat Surat Perintah (SP) kepada Tim *Dossier*, Disbudpar, dan P2PAR ITB. Setelah itu, *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan kembali untuk menentukan bidang apa yang tepat untuk pengajuan Bandung, tim

¹⁶ “Kota Bandung Masuk dalam Jaringan UCCN,” diakses dari <https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/2105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-creative-cities-network-uccn> pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 20.00 WIB.

memutuskan bidang desain dan melakukan presentasi ke KEMENPAREKRAF serta kota lainnya, *dossier* pertama berupa *hardcopy* dikirimkan ke UNESCO.

Proses pengajuan ke UNESCO pada tahun 2012 dilaksanakan dengan sistem *top-down*. Tim *dossier* Bandung tidak bisa mengirimkan langsung pengajuan kepada UNESCO, namun harus melalui kementerian terlebih dahulu. Kemenparekraf terlebih dahulu menyeleksi kota-kota di Indonesia. Terdapat 5 kota yang diajukan yaitu Bandung, Surakarta, Denpasar, Yogyakarta dan Pekalongan. Setiap kota diperkenankan untuk membuat naskah *dossier* berdasarkan versi masing-masing.

Bandung pada tahun pertama pengajuan *dossier* dilakukan oleh tim khusus yang dibentuk walikota Ridwan Kamil, tim ini hanya terdiri dari beberapa orang diketuai oleh Fiki Satari yang ketua kedua *Bandung Creative City Forum* (BCCF), berbeda dengan kota di negara lainnya yang difasilitasi ahli dan pendanaan yang cukup, saat itu Bandung mengajukan *dossier* dengan dukungan terbatas serta data yang dikirim diambil dari data sekunder.

Pada tahun 2013, Bandung ditetapkan sebagai Kota Kreatif Nasional sesuai dengan SK KEMENPAREKRAF, Dirjen Pengembangan Wisata no.25/Kep/DPDP/III/2013, pada tanggal 26 Maret 2013. Tim *dossier* melakukan pengecekan status di UNESCO berkoordinasi dengan Duta Besar RI untuk UNESCO. Walikota Bandung saat itu mengeluarkan Surat Perintah (SP) untuk kembali melakukan pembuatan naskah *dossier*. Namun, saat itu UNESCO melakukan perubahan mekanisme pengajuan dan format sehingga penetapan Kota Kreatif di *pending* atau ditiadakan.

Tahun 2014, terjadi kesalahan teknis sehingga *dossier* kedua (*hardcopy*) tidak terkirim ke UNESCO. Bandung belum berhasil terpilih menjadi salah satu

kota yang berjejaring dalam UNESCO *Creative City Network*. Namun Kota Pekalongan saat itu masuk sebagai Kota Kreatif bidang *Craft and Folk Art*.

Tim *dossier* tetap berusaha membuat argumentasi yang benar sebagai naskah untuk pengajuan Bandung sebagai Kota Kreatif yang diakui oleh UNESCO. Dalam penyempurnaan naskah *dossier* selanjutnya, dilakukan riset primer bekerjasama dengan mahasiswa untuk melakukan survei dan mencari data primer. Walaupun tidak mendapatkan dana APBD, identifikasi tetap dilakukan agar terumuskan naskah yang matang dalam pengajuan. Argumen desain sebagai identitas Bandung diperkuat sebagai naskah karena desain dapat masuk dalam berbagai sub bidang ekonomi kreatif, seperti arsitektur lanskap, arsitektur, fesyen, desain produk, desain interior, komunikasi visual, sampai ilustrasi dan *craft* masuk ke dalam desain.¹⁷

Dalam hal desain, Bandung memiliki *event* internasional, tokoh terkenal dunia, serta konferensi, ahli yang meneliti tentang desain, di jurnal, serta kampus yang menyediakan prodi desain. Hal inilah yang menjadi alasan kuat tim *dossier* Bandung menjadikan desain sebagai argumen kepada UNESCO. Meskipun desain itu memang tidak bisa berdiri sendiri di Bandung, namun dalam segala aspek desain terkait dengan sektor lainnya.¹⁸

Strategi Bandung dalam Pengajuan Kota Kreatif UNESCO

Bandung dalam pengajuannya sebagai Kota Kreatif bidang desain, memiliki strategi tersendiri dalam mengartikan desain sebagai solusi pemecahan masalah di perkotaan. Desain dianggap sebagai cara berpikir warga bukan sekadar sebagai pengartian fisik

¹⁷ Dr. Dwinita Larasati S.Sn., MA, wawancara oleh Mira Nofrika Sari tanggal 5 April 2021.

¹⁸ *Ibid.*

yang terlihat saja, atau dikenal dengan *design thinking*.

Narasinya tentang arti "Desain" bagi Bandung mengacu pada cara berpikir warga (*design thinking*) yang memiliki inisiatif menemukan solusi lokal dengan membuat *prototipe* untuk mengalami keragaman skenario perkotaan masa depan. "Desain" lebih terlihat sebagai metode untuk melakukan inovasi sosial, untuk meningkatkan kegiatan ekonomi, dan meningkatkan keterlibatan warga dalam pembangunan perkotaan.¹⁹ Disampaikan Dwinita Larasati kepada penulis:

"Jadi kita harus ngambil sudut pandang yang lain. Jadi waktu itu saya, sama kang Fiki dan alm. Mas Tata bikin rumus itu "*People, Planet, Ideas*", jadi ada 3 lingkaran tuh kita bilang bahwa potensi Bandung adalah ini, kita ga punya kekayaan alam, kita ga punya sumber daya alam, kita sadar bahwa sumber dayanya ada di manusianya. Terus setiap irisannya juga itu menghasilkan potensi yang Bandung banget lah dan kita terus punya argumen lagi bahwa kita memperlakukan desain bukan sebagai sekadar poletase estetik benda tapi desain sebagai cara warganya berpikir memecahkan masalah".²⁰

Kreativitas secara umum menjadi sebuah strategi untuk mengurangi kesenjangan antara masyarakat dan kebijakan, orang dan pemerintah, dan di antara warga negara melalui praktik tahunan skala kota Lokakarya Design Thinking, DesignAction.bdg, yang melibatkan pemangku kepentingan Penta Helix kota kreatif, ABCG + M (Academia, Business, Komunitas, Pemerintah + Media) di 3C fase

Terhubung - Berkolaborasi - Perdagangan. Fakta-fakta yang dimiliki warga Bandung didominasi oleh kaum muda, hampir 70% nya berusia di bawah 40 tahun, dan Bandung itu adalah rumah bagi lebih dari 100 universitas dan pusat penelitian, mendukung pendirian komunitas kreatif yang telah ditentukan dinamika perkotaan kota.²¹

Formula utama Bandung potensi Bandung yaitu: *People - Place - Ideas*, merupakan tiga unsur roda yang terus berputar dan bergerak semua elemen ekosistem ekonomi kreatif di dalam kota, yang menghasilkan aktif dan komunitas wirausaha, membangun lingkungan dengan potensi bisnis, dan inovasi sosial dan nilai ekonomi. Menjadi anggota jaringan telah membawa Bandung dan potensi desainnya satu sama lain tingkat dan telah menciptakan dampak nyata. Banyak sekali peluang baru untuk kolaborasi, membuatnya lebih mudah diakses untuk Bandung desainer dan profesional kreatif di umum untuk berinteraksi dan bertukar pandangan dan pengalaman dengan kota lainnya dari seluruh penjuru dunia.²²

Pada tahun 2014, dibentuklah Komite Ekonomi Kreatif Bandung yang terdiri dari aparaturnya kota maupun profesional yang tugasnya antara lain membuat roadmap dan program terkait yang memberdayakan potensi kreatif kota. Penggunaan metode berpikir desain dalam melaksanakan dan mengevaluasi sejumlah masalah perkotaan dan kebijakan baru secara bertahap diterima oleh Pemerintah Kota untuk memfasilitasi proses dan solusi kreatif dengan lebih baik. Selama proses aplikasi Bandung untuk bergabung dengan UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN) sebagai Kota Desain, tim dokumen dan pemangku kepentingan kritis menjadi lebih yakin bahwa "Desain" telah memainkan peran besar dalam

¹⁹ Pemerintah Kota Bandung, "*Activity Report 2015-2019, UNESCO City of Design Bandung*".

²⁰ Dr. Dwinita Larasati S.Sn., MA, wawancara oleh Mira Nofrika Sari tanggal 5 April 2021.

²¹ Pemerintah Kota Bandung, "*Activity Report 2015-2019, UNESCO City of Design Bandung*".

²² *Ibid.*

pembangunan kota.²³

Bandung Creative City Forum (BCCF) merupakan komunitas kreatif di Kota Bandung yang sejak tahun 2008, sudah terlebih dahulu mengaplikasikan pola pikir *design thinking* sebagai solusi pemecahan masalah bersama. Komunitas memecahkan masalah kota tanpa menunggu intruksi pemerintah. Sebagai contoh, jika ingin mempunyai taman yang bagus, sungai yang bersih, komunitas akan langsung mengerjakan dengan cara-cara kreatif. Hal tersebut menjadi *prototype* yang memberikan pengalaman berdasarkan *experiment*. Komunitas akan mengundang Pemerintah Kota dan warga. Jika berbagai gerakan ini disenangi maka akan dilanjutkan, dan jika ada yang salah maka akan segera diperbaiki.

Dalam melakukan diskusi yang berkelanjutan, komunitas di Bandung memiliki ruang kolaborasi yang letaknya strategis yaitu di Jalan Braga Kota Bandung. Berbagai permasalahan beserta solusi kreatif didiskusikan bersama oleh berbagai anggota dari latar belakang yang beragam. Komunitas yang merupakan masyarakat memiliki inisiatif agar kota yang ditempati menjadi nyaman dan dapat membantu membangkitkan perekonomian bersama. Maka komunitas di Bandung ini memiliki agenda tahunan yang dikenal dengan *Design Action*.

Design action merupakan *prototype* komunitas dalam memecahkan permasalahan Kota di Bandung yang terus dilakukan dari tahun ke tahun, mengutip dari Dwinita Larasati “akhirnya metodologi tersebut menarasikan desain sebagai cara berpikir, kreativitas sebagai jembatan untuk mengurangi *gap* antara kebijakan dengan warga jadi mendekatkan pemerintah dengan warganya kita melihat *prototyping* sebagai solusi cepat, untuk masalah *urban* yang bisa kita lakukan sama-

²³ *Ibid.*

sama.”²⁴

Terpilihnya Bandung sebagai Kota Kreatif UNESCO

Tahun 2015, Tim *Dossier* berusaha bekerja sesuai mekanisme dan mengikuti format baru dari UNESCO, terlebih dahulu dilakukan pendataan, riset hingga penyusunan dossier. Proses ini merupakan kolaborasi LPPM Unpad, Mahasiswa FEB Unpad, *Coomon Room*, serta asosiasi profesi desain (ADGI, ADPII, HDII). *Dossier* ketiga Bandung yang diajukan pada tahun 2015 diajukan secara *online* langsung dikirimkan kepada UNESCO. *Online submission* yang dikirim didukung kelengkapan website dan video. Setelah belajar dari kesalahan tahun sebelumnya, tim *dossier* Bandung menggunakan data primer dalam membuat argumentasi, tidak lagi menggunakan data sekunder. Pada Desember 2015, Bandung masuk kedalam *City of Design* UCCN sesuai SK UNESCO Director-General Ref. Nr. DG/4/12/10370.

Setelah menempuh perjalanan yang panjang yang dimulai dari tahun 2012, Bandung berhasil menjadi salah satu Kota Kreatif yang diakui UNESCO. Pemerintah Kota Bandung yang dibantu tim *dossier* Bandung langsung melakukan diplomasi kepada UNESCO tanpa melalui pemerintah pusat. Karena aturan yang dikeluarkan tahun 2015 oleh UNESCO memungkinkan Pemerintah Kota melakukan diplomasinya langsung dengan mengirimkan *dossier* argumen kelayakan Bandung diakui sebagai Kota Kreatif Dunia. Dikutip dari *website* UCCN, sebagai Kota Kreatif sektor Desain, Bandung mengagendakan sebagai berikut.²⁵

²⁴ Dr. Dwinita Larasati S.Sn., MA, wawancara oleh Mira Nofrika Sari tanggal 5 April 2021.

²⁵ “Bandung,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/bandung> pada tanggal 9 Mei 2021 pukul 17.50 WIB.

1. Membangun taman umum tematik di Bandung yang didedikasikan untuk UCCN, yang akan mewakili Kota Kreatif dalam berbagai bentuk seni, serta menampilkan keragaman budaya perkotaan;
2. Meningkatkan kolaborasi dengan Kota Kreatif lainnya melalui festival kreatif, acara bersama, dan lokakarya, terutama dengan menyelenggarakan Karnaval Asia-Afrika tahunan dengan tujuan mempromosikan kota-kota yang kurang terwakili dan kerja sama Selatan-Selatan; dan
3. Membangun 30 *Creative Hub* dan mendukung 100.000 wirausahawan kreatif baru selama 5 tahun untuk meningkatkan ekonomi kreatif lokal, terutama melalui *Little Bandung Initiative*, yang akan memiliki sudut khusus untuk pertukaran produk bersama, lokakarya, dan acara dengan kota-kota lain di Jaringan.

Setelah ditetapkannya Bandung sebagai Kota Kreatif UNESCO, Bandung memiliki kewajiban untuk menjalankan komitmen sesuai dengan yang telah diagendakan. Komitmen yang telah dituliskan sebelum terpilih menjadi Kota Kreatif harus disinkronkan dengan implementasi setelah terpilih. Bandung dan kota lainnya memiliki waktu 4 tahun untuk menunjukkan penerapan Kota Kreatif.

KESIMPULAN

Globalisasi dan lahirnya kewenangan Pemerintah Daerah merupakan penyebab munculnya cara baru dalam melakukan diplomasi. Agenda internasional mendorong Pemerintah Daerah hadir sebagai aktor yang berkontribusi menjalin kerjasama internasional dengan mitra luar negeri untuk tercapainya kepentingan nasional.

Kota Bandung dalam sejarahnya,

sudah lama menjadi pelopor dalam Industri Kreatif di Indonesia. Dalam upaya untuk menyelesaikan problematika sosial maka komunitas-komunitas di Bandung bersinergi, sehingga dibentuklah Perkumpulan Kreatif Kota Bandung atau yang lebih dikenal dengan Bandung Creative City Forum (BCCF) pada tahun 2008, komunitas ini setiap tahunnya membuat Agenda Tahunan “Design Action” untuk menyelesaikan permasalahan kota Bandung.

Pada tahun 2012, Walikota Bandung membuat surat perintah kepada ketua BCCF untuk mengirimkan *dossier* pertama Bandung dalam aplikasi UCCN. Namun, hingga tahun 2014 Kota Bandung belum terpilih menjadi Kota Kreatif UNESCO. Proses pengajuan yang dilakukan pada 2012-2014 dilaksanakan secara *top-down*, melalui pemerintah Indonesia. Pada tahun 2015, UNESCO mengirimkan peraturan baru dalam pengajuan aplikasi Kota Kreatif bahwa Pemerintah Daerah dapat mengajukan langsung aplikasi tanpa perantara Pemerintah Pusat. Bandung kembali mengirimkan *dossier* pada tahun 2015 sehingga pada 11 Desember 2015 Bandung masuk dalam jaringan UCCN.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Landry, Charles dan Franco Bianchini. *The Creative City*. London : Demos in association with Comedia, 1995.
- Mas’oed, Mochtar. *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. Yogyakarta: LP3ES, 1990.

Jurnal

- Issundari, Sri dan Yanyan M Yani, “Memahami Kerjasama Daerah Dengan Luar Negeri Melalui Neoliberalisme,” *Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan* Volume

2, No. 2 (2019).

Wawancara

Larasati, Dr. Dwinita, S.Sn., MA, wawancara oleh Mira Nofrika Sari tanggal 5 April 2021.

Ratnajati, Tris Avianti, SE, M.Si, wawancara oleh Mira Nofrika Sari pada tanggal 4 April 2021.

Dokumen Resmi

Direktorat Infrastruktur Ekonomi Kreatif, “Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I),” diakses dari <https://kotakreatif.kemenparekraf.go.id/kota-bandung/> pada tanggal 22 Februari 2021.

Pemerintah Kota Bandung, “*Activity Report 2015-2019, UNESCO City of Design Bandung*”.

UNESCO Creative Cities Network, “UCCN Mission Statement,” diunduh dari https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf

Website

“About,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/home>, pada tanggal 21 Februari 2021.

“Bandung,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/bandung> pada tanggal 22 Februari 2021.

“Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO, *UNESCO Creative Cities Network*,” diakses dari https://kniu.kemdikbud.go.id/?page_id=317 pada tanggal 21 Februari 2021.

“Kota Bandung Masuk dalam Jaringan UCCN,” diakses dari [https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/Z105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-](https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/Z105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-creative-cities-network-uccn)

[creative-cities-network-uccn](https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/Z105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-creative-cities-network-uccn) pada tanggal 5 Mei 2021.

“Kota Bandung Masuk Dalam Jaringan UNESCO Creative Cities Network (UCCN),” diakses dari <https://portal.bandung.go.id/posts/2015/12/13/Z105/kota-bandung-masuk-dalam-jaringan-unesco-creative-cities-network-uccn> pada tanggal 21 Februari 2021.

“LAB.2030 | Design Action.bdg: Fostering the Creation of Innovative Ideas for Social Development,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/events/lab2030-design-actionbdg-fostering-creation-innovative-ideas-social-development> pada tanggal 9 Mei 2021.

“Urbanisasi Melaju Cepat, Kita Bisa Apa?,” diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-5233999/urbanisasi-melaju-cepat-kita-bisa-apa>, pada tanggal 21 Februari 2021.

“Why Creativity? Why Cities?,” diakses dari <https://en.unesco.org/creative-cities/content/why-creativity-why-cities> pada tanggal 14 Mei 2021.