

PEMANFAATAN *CREATIVE HUB* SEBAGAI POTENSI DALAM PENGEMBANGAN KOTA KREATIF DI SLEMAN

Ni'mah Mahnunah

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : nimahmahnunah@amikom.ac.id

ABSTRAK

Fenomena globalisasi dan perubahan teknologi pada beberapa dekade ini telah mengubah perekonomian dunia yang memasuki era ekonomi kreatif ditandai dengan penerapan konsep kota kreatif dalam pembangunan kota. Kabupaten Sleman sebagai salah satu kabupaten yang telah melakukan penilaian mandiri kabupaten/kota kreatif yang difasilitasi oleh Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2017 dan merumuskan tiga sub sektor ekonomi kreatif unggulan yaitu sektor film, animasi, dan video. Dalam pengembangan kota kreatif, salah satu fondasi kota kreatif yaitu keberadaan ruang-ruang kreatif. Ruang kreatif sebagai wadah untuk menghubungkan orang-orang kreatif dan para pelaku kota kreatif lainnya untuk dapat berinteraksi dan berkolaborasi dalam rangka menghasilkan kreativitas dan inovasi penciptaan produk kreatif perkotaan yang akan membawa dampak pada pengembangan perekonomian perkotaan. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji peran ruang kreatif sebagai potensi dalam pengembangan kota kreatif, dengan sasaran penelitian yaitu: mengkaji tipologi ruang kreatif di Kabupaten Sleman, identifikasi lokasi creative hub di Sleman, dan peran ruang kreatif sebagai wadah dalam mendorong potensi pengembangan kota kreatif. Adapun luaran penelitian ini berupa publikasi ilmiah. Manfaat penelitian yang diharapkan yaitu dapat mengembangkan konsep perencanaan perkotaan secara tematik yaitu kota kreatif beserta implikasinya terhadap pengaturan ruang-ruang kreatif, serta mengembangkan model ekonomi perkotaan melalui pemanfaatan kreativitas dan ruang – ruang kreatif.

Kata Kunci : pemanfaatan; creative hub; kota kreatif.

A. PENDAHULUAN

Globalisasi dan perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak pada perekonomian dunia yang pada saat ini sudah memasuki era ekonomi kreatif. Era ekonomi kreatif menekankan pada kreativitas dan kreativitas dengan sumber daya manusia sebagai faktor utama produksi yang mengandalkan pada ide dan pengetahuan. Era ekonomi informasi, pengetahuan, dan kreativitas semakin diakui sebagai aset strategis utama dan mesin yang kuat sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi (Girard, 2011). Sementara kreativitas merupakan respons terhadap beberapa tantangan ekonomi yang ditimbulkan oleh globalisasi. Seiring dengan berkembangnya ekonomi kreatif juga membawa perubahan pada dinamika perkotaan yang mulai mempertimbangkan kreativitas sebagai arah pengembangan kota. Kota sebagai tempat yang strategis dan ideal untuk menciptakan interaksi dan menghasilkan ide-ide yang memperkuat inovasi berbasis pengetahuan (Bradford dalam Girard, 2004). Kota sebagai wadah bagi para penduduk untuk beraktivitas, berkreasi dan berinovasi untuk menghasilkan sesuatu

yang dapat mendorong pertumbuhan perekonomian, yang dalam hal ini dikenal dengan istilah kota kreatif. Konsep kota kreatif dikembangkan pertama kali oleh Charles Landry pada tahun 1980-an. Filosofi kota kreatif oleh Charles Landry didasarkan pada imajinasi orang sebagai sumber daya utama yang dimiliki oleh kota.

Sementara kota adalah pendorong utama perubahan ekonomi, budaya memainkan peran penting dalam proses ini tidak hanya sebagai syarat untuk menarik orang-orang kreatif tetapi juga sebagai sektor ekonomi utama (Florida, 2005). Ekonomi baru mendorong kota untuk mencari organisasi spasial baru melalui restrukturisasi perkotaan dan dalam proses restrukturisasi seni dan kreativitas memainkan peran penting sebagai sumber daya pertumbuhan utama. Kota sebagai tempat yang strategis dan ideal untuk menciptakan interaksi dan menghasilkan ide-ide yang memperkuat inovasi berbasis pengetahuan (Bradford dalam Girard, 2004). Kota kreatif juga menyoroti pentingnya potensi sumber daya manusia, karena jantung kota kreatif adalah orang-orang kreatif (Deffner, 2011). Menurut Landry dalam buku 'The Creative City' (2008), bahwa untuk mewujudkan ide-ide kreatif sebagai peluang dalam solusi permasalahan perkotaan dapat mendorong para perencana dan arsitektur kota untuk mewujudkan pengaturan spasial kota yang dapat memfasilitasi orang kreatif untuk dapat berpikir dan bertindak kreatif. sehingga, untuk mendorong pengembangan kota kreatif juga diperlukan peran pemerintah untuk mengakomodasi dalam kebijakan publik.

Di Indonesia, Kota Kreatif secara tidak langsung menjadi salah satu strategi pengembangan kawasan perkotaan untuk mencapai agenda pembangunan nasional yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Di dalam RPJMN tersebut disebutkan bahwa pengembangan kota kreatif dilakukan melalui dukungan fasilitasi pembangunan ruang kreasi dan jaringan orang kreatif yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan. Kabupaten Sleman sebagai salah satu wilayah yang telah melaksanakan penilaian mandiri kota kreatif yang difasilitasi oleh Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2017 merumuskan tiga sub sektor ekonomi kreatif unggulan yaitu sektor film, animasi, dan video. Salah satu fondasi dalam mengembangkan kota kreatif yaitu keberadaan ruang-ruang kreatif sebagai wadah untuk menghubungkan orang-orang kreatif dan para pelaku kota kreatif lainnya untuk dapat berinteraksi dan berkolaborasi dalam rangka menghasilkan kreativitas dan inovasi penciptaan produk kreatif perkotaan yang akan membawa dampak pada perekonomian perkotaan. Penelitian ini bermaksud mengkaji potensi pengembangan kota kreatif melalui pemanfaatan *creative hub* sebagai ruang kreatif di Sleman.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian mengenai pemanfaatan *creative hub* sebagai potensi pengembangan kota kreatif di Sleman menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih dengan alasan untuk menyesuaikan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengkaji pemanfaatan *creative hub* sebagai bentuk ruang kreatif yang dikaitkan dengan konsep kota Kreatif dengan menggunakan studi kasus di Sleman. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk membangun pengetahuan berdasarkan

perspektif konstruktif yang dibangun secara mendalam dari kondisi lapangan, nilai-nilai sosial, dan perspektif partisipatoris pengelola *creative hub* sebagai narasumber dalam penelitian ini.

Strategi Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk menjawab pertanyaan penelitian “Bagaimana tipologi ruang kreatif, preferensi lokasi ruang kreatif, dan peran ruang kreatif sebagai potensi dalam mendorong pengembangan kota kreatif di Sleman?”. Pada pertanyaan penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa penelitian ini bermaksud menjawab bagaimana (*how*) tipologi dan peran *creative hub* dalam memberikan pengaruh terhadap penerapan kota kreatif.

Sebagaimana umumnya pendekatan penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan kepada pengelola *creative hub*, Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman, dan Pengguna *Creative Hub*. Wawancara diarahkan untuk mendapatkan informasi dari narasumber tentang pengetahuan, pengalaman, dan persepsi mereka tentang hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan *creative hub* sebagai ruang kreatif. Kemudian observasi lapangan dilakukan untuk mengamati gejala yang terlihat dari kegiatan di *creative hub* Sleman. Sedangkan studi dokumen dilakukan terhadap dokumen-dokumen terkait dengan perkembangan *creative hub*, perkembangan ekonomi kreatif, dan perkembangan kota kreatif, serta kebijakan terkait kota kreatif dan ekonomi kreatif di Sleman.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Tipologi Ruang Kreatif di Sleman

Kreativitas berhubungan dengan aktivitas manusia terkait dengan ide, gagasan, dan pemikiran yang dihasilkan. Dalam melakukan kegiatan kreativitas tersebut manusia membutuhkan fasilitas berupa ruang. Kemudian ruang ini yang menurut Lawson dalam Manisyah (2009:11) akan membentuk pengaturan (*setting*) terkait dengan bagaimana sebuah ruang atau tempat dirancang dengan tujuan tertentu dan didalamnya membentuk tindakan manusia. Berkaitan dengan ruang kreatif, ruang ini sesuai dengan namanya memiliki fungsi sebagai wadah dalam menciptakan kreativitas dari hasil ide, gagasan, hasil berpikir manusia yang menggunakan ruang tersebut. Lebih lanjut lagi ruang kreatif juga dapat dikaji dalam lingkup yang lebih luas lagi pada cakupan ruang kota atau kabupaten. Kota atau Kabupaten di dalamnya memiliki beragam komposisi penduduk yang memungkinkan akan menghasilkan kreativitas yang juga beragam. Sejalan dengan pendapat dari Landry (1995:11), kota menjadi tempat bagi manusia untuk beraktivitas menjalankan kehidupannya sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan mereka dan untuk mengembangkan potensi, aspirasi, mimpi, dan ide mereka. Kabupaten Sleman merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah melakukan penilaian mandiri kota kabupaten kreatif Indonesia (PMK3I) melalui pendampingan dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia pada tahun 2017 dan merumuskan terdapat tiga sub sektor ekonomi kreatif unggulan yaitu (1) film, animasi, video, (2) kriya, dan (3) seni pertunjukan. Sejalan dengan salah satu misi dari pengembangan kota kreatif yaitu untuk memfasilitasi pengembangan sektor

ekonomi kreatif juga perlu diperhatikan ketersediaan lingkungan kreatif berupa ruang-ruang kreatif. Di saat yang bersamaan, beberapa tahun terakhir ini di Kabupaten Sleman juga mulai berkembang tren penggunaan ruang ke arah *creative hub* berupa ruang kerja bersama. Berdasarkan hasil survei sekunder dan observasi lapangan yang telah dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan September 2020, dapat diungkapkan bahwa Kabupaten Sleman memiliki *creative hub* dalam jumlah yang cukup banyak yaitu 26 *creative hub*. Berdasarkan identifikasi dari 26 *creative hub* tersebut dan melihat kategori *creative hub* dari British Council dapat diungkapkan bahwa Kabupaten Sleman memiliki *creative hub* dengan tipologi mendekati *coworking space* yang menurut British Council (2017) merupakan ruang fisik untuk bekerja dan dapat berfungsi sebagai ruang berkumpul para komunitas dan individu untuk dapat berkolaborasi dan dapat menciptakan produk secara bersama. British council (2017) mempopulerkan *coworking space* sebagai bentuk dari pusat kreatif, dimana pusat kreatif merupakan tempat, baik fisik atau virtual yang dapat menyatukan orang-orang kreatif. Dalam hal menyatukan orang kreatif ini diwujudkan dengan adanya pertemuan antar orang-orang kreatif, menyediakan ruang, menyediakan dukungan jaringan, pengembangan bisnis dan keterlibatan masyarakat khususnya dalam sektor kreatif, budaya, dan teknologi (Matheson & Easson dalam Mayangsari, 2017 p.65).

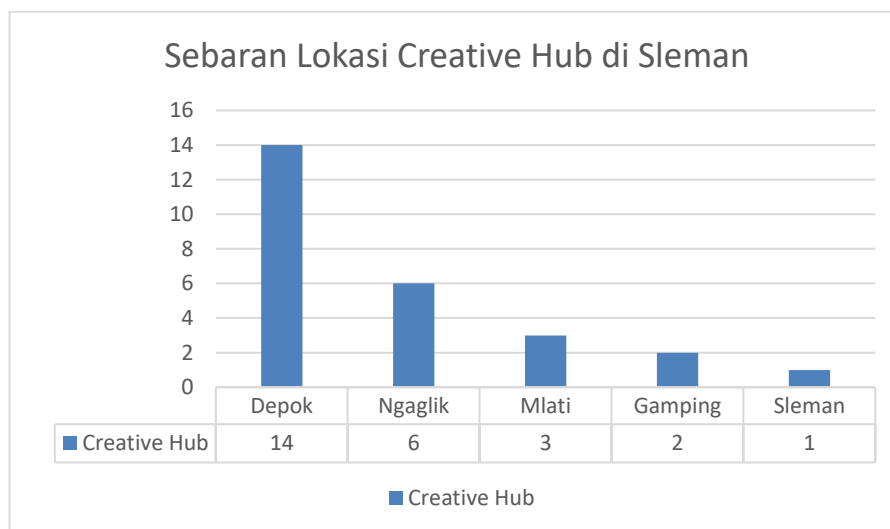
Berkembangnya *coworking space* di Sleman, berdasarkan hasil observasi lapangan selama proses pengumpulan data dapat dikelompokkan lagi menjadi dua karakter berdasarkan fungsinya yaitu *coworking space* yang menyatu dengan konsep *caffeshop* dan *coworking space* yang masih mempertahankan fungsi utama sebagai wadah kolaborasi komunitas. Untuk *coworking space* yang menyatu dengan konsep *caffeshop* justru mendominasi dari keberadaan keseluruhan *coworking space* di Sleman. *Coworking space* dengan konsep ini masih memiliki peranan fungsi sebagai ruang fisik untuk mewadahi orang-orang untuk bekerja, namun juga sudah mulai berorientasi pada komersialisasi dan profit secara ekonomi. Melihat fenomena semakin berkembangnya modifikasi *coworking space* jenis ini dilatarbelakangi oleh kondisi Kabupaten Sleman berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah D.I Yogyakarta berfungsi sebagai fungsi sebagai kawasan pendidikan tinggi. Sehingga penduduk yang tinggal di Sleman tidak hanya penduduk asli Sleman namun juga para pendatang yang didominasi oleh para pelajar dan anak muda yang mulai menggemari menggunakan *coworking space* untuk mendukung aktivitas belajar dan bekerja. Berdasarkan hasil observasi terhadap *coworking space* yang menyatu dengan *caffeshop* dapat disimpulkan bahwa, fungsi *coworking space* mulai mengalami pergeseran yang awalnya memiliki tujuan utama untuk mewadahi interaksi dan kolaborasi dari para komunitas, namun berkembangnya *coworking space* dengan konsep *caffeshop* memperlihatkan untuk kepentingan komersialisasi dan kepentingan ekonomi dari para pelaku bisnis ini. Dimana *coworking space* ini meskipun ada sebagian fungsi *coworking space* sebagai ruang fisik untuk mewadahi para pekerja dan mendorong terciptanya nilai kreativitas dan komunikasi, namun belum sepenuhnya dapat berfungsi sebagai wadah untuk kolaboratif dalam penciptaan nilai tambah secara ekonomi. *Coworking space* dengan konsep ini dapat dijumpai seperti di Ekologi, Sinergi, Antologi Space, dan

Ni'mah Mahnunah, Pemanfaatan Creative Hub Sebagai Potensi Dalam Pengembangan Kota Kreatif Di Sleman

Nomadic. Kemudian untuk *coworking space* yang masih mempertahankan fungsi sebagai wadah kolaborasi masih dapat ditemukan di Sleman Creative Space, Innovative Academy Hub, BRI Work Fisipol UGM, dan EDS Building UGM. Coworking space ini masih menjalankan fungsi sebagai wadah untuk pendampingan komunitas dan para pengusaha rintisan untuk mengembangkan usahanya.

2. Identifikasi Lokasi Creative Hub di Sleman

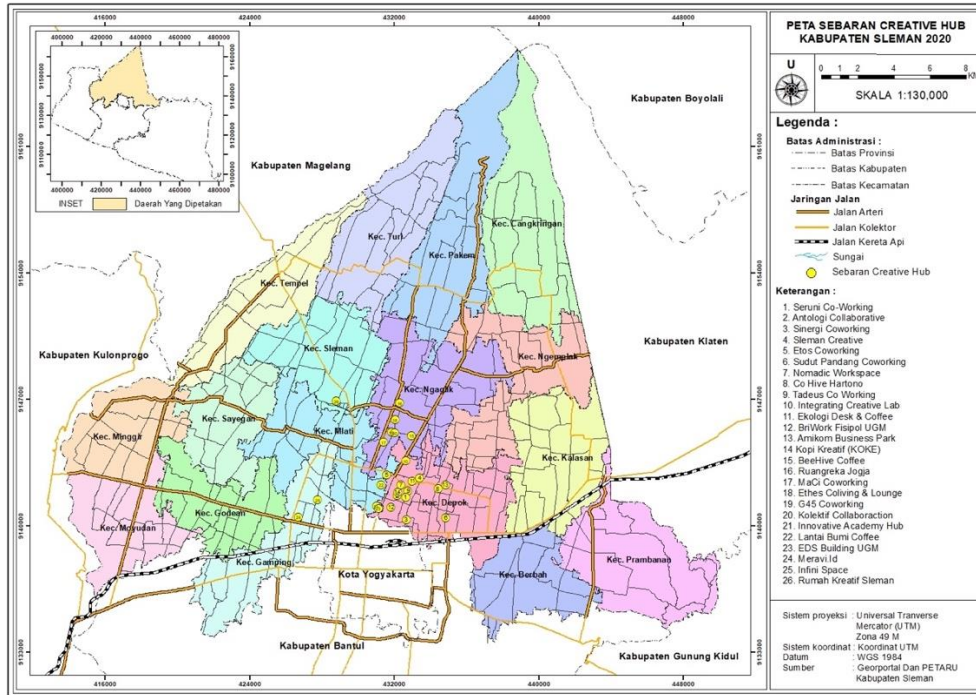
Lokasi *creative hub* di Sleman berkaitan erat dengan posisi secara spasial dari keseluruhan wilayah Sleman. Kabupaten sleman memiliki luas wilayah 57.482 ha dan memiliki 17 kecamatan. Berdasarkan hasil telaah data sekunder dan observasi lapangan terhadap 29 buah *creative hub* berupa *coworking space* di Kabupaten Sleman dapat dilihat pada peta 1. Dari peta dapat dilihat bahwa berdasarkan lokasi *creative hub* di Sleman tersebar di 5 kecamatan yaitu di Kecamatan Depok, Kecamatan Ngaglik, Kecamatan Mlati, Kecamatan Gamping, dan Kecamatan Sleman.



Gambar 1. Sebaran Lokasi Creative Hub di Sleman

Sumber: hasil analisis peneliti, 2020

Ni'mah Mahnunah, Pemanfaatan Creative Hub Sebagai Potensi Dalam Pengembangan Kota Kreatif Di Sleman



Gambar 2. Sebaran Creative Hub Kabupaten Sleman Tahun 2020

Sumber: Geoportial dan PETARU Kabupaten Sleman

Dari sebaran lokasi *creative hub* dengan kategori coworking space di Sleman terlihat bahwa secara spasial lokasi coworking space menempati lokasi dengan fasilitas perkotaan dan permukiman padat penduduk. Hal ini juga sesuai dengan Rencana Struktur Ruang yang dimuat dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sleman Tahun 2011 – 2031 disebutkan bahwa Kecamatan Depon, Ngaglik, Mtati, dan Gamping sebagai Pusat Kegiatan Nasional memiliki peran dalam pelayanan perkotaan tidak hanya untuk satu provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tapi seluruh Indonesia, sedangkan Kecamatan Sleman sebagai Pusat Kegiatan Wilayah yang mampu melayani kegiatan perkotaan untuk seluruh wilayah Kabupaten Sleman.

Secara kuantitatif, pola distribusi *creative hub* di Sleman terkonsentrasi di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Depok, Ngaglik, dan Mlati. Secara guna lahan sebaran lokasi creative hub berada dekat dengan pusat-pusat perguruan tinggi terutama di Kecamatan Depok, Ngaglik, dan Mlati. Hal ini juga sejalan dengan fungsi Sleman dalam arahan pengembangan kawasan strategis D.I. Yogyakarta sebagai Kawasan Perkotaan Yogyakarta (KPY) dan Pusat Pengembangan Kawasan Pendidikan Tinggi. Sehingga sebaran lokasi creative hub ini juga berada pada kawasan pusat-pusat lingkungan permukiman padat sesuai dengan fungsi strategis Sleman yang diarahkan untuk pertumbuhan ekonomi dan sosial.

3. Analisis Peran Creative Hub dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Sleman

Sebuah Kota kreatif dibangun setidaknya berdasarkan tiga aspek penting yaitu (1) pemeliharaan dan pengembangan potensi ekonomi kreatif, (2) pemeliharaan creative class, yaitu golongan atau individu kreatif, dan (3) perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif (Landry, 2006). Ketiga aspek tersebut memiliki peranan yang penting karena aspek tersebut karena aspek-aspek tersebut mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sebagai salah satu elemen penting dalam pembangunan ekosistem kota kreatif yaitu infrastruktur fisik dan non fisik, dimana infrastruktur fisik ini salah satunya berupa ruang-ruang fisik yang dapat mewadahi para pekerja kreatif dengan dukungan infrastruktur non fisik misalnya teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu bentuk ruang kreatif sebagai bagian dari ekosistem kota kreatif adalah creative hub.

Kabupaten Sleman sebagai kabupaten yang memiliki salah satu misi untuk mengembangkan kota kreatif dimulai pada tahun 2017 melakukan Penilaian Kota Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) dan merumuskan sub-sektor film, animasi, dan video sebagai sektor unggulan, disusul sub sektor kriya dan seni pertunjukan. Untuk mendukung pengembangan sub sektor ekonomi kreatif unggulan ini, Jogja Creative Society sebagai komunitas kreatif bekerjasama Pemerintah Kabupaten Sleman untuk mengembangkan Ruang Kreatif yang salah satunya adalah Sleman Creative Space. Jogja Creative Society sebagai komunitas kreatif juga sebagai penerima bantuan dari Pemerintah melalui Badan Ekonomi Kreatif untuk merevitalisasi Sleman Creative Space terutama untuk menyediakan sarana dan infrastruktur pendukung creative space yang difokuskan untuk pengembangan film, animasi, dan video.

Sleman Creative Space sebagai salah satu bentuk creative yang berdasarkan analisis sebelumnya termasuk ke dalam kategori *coworking space* atau ruang kerja bersama. *Coworking space* dianggap sebagai 'serendipity accelerators' yang dirancang untuk menampung orang-orang kreatif dan para entrepreneur untuk menemukan suatu solusi atas permasalahan dan untuk menemukan lingkungan mendukung untuk bekerja, berinteraksi, berkolaborasi, diskusi, dan aktivitas lainnya yang dapat memperkaya ide masing-masing individu yang menggunakan *coworking space* (Moriset, 2014). Sleman creative space dibangun dengan tujuan utama sebagai hub untuk mewadahi pengembangan ekosistem sektor ekonomi kreatif di Sleman dengan fokus utama pengembangan pada sub sektor unggulan animasi, film, dan video. Yang kemudian peran Sleman Creative Space ini juga tidak hanya untuk sektor unggulan saja, termasuk untuk mengembangkan 16 sub sektor ekonomi kreatif.

Pada tahun pertama setelah revitalisasi sleman creative space selesai, ruang kreatif ini mulai menjalankan perannya yaitu pada tahap awal fokus pada pengembangan sub sektor film, animasi, dan video. Untuk menjalankan peran ini, Sleman Creative Space dilengkapi dengan peralatan untuk memproduksi animasi, film, dan video seperti misalnya alat rendering, alat coluring, komputer dengan spesifikasi untuk editing video, dll. Ketersediaan fasilitas ini di Sleman Creative

Space diharapkan jadi pendorong untuk mempertemukan para penggiat dan komunitas di bidang animasi, film, dan video. Namun peran ini dinilai belum mampu untuk mempertemukan para komunitas sampai pada tahap kolaborasi penciptaan produk kreatif. Lebih lanjut lagi, dari hasil wawancara dengan pengelola Sleman Creative Space juga disebutkan bahwa fungsi ini belum bisa dicapai karena masing-masing dari para penggiat sektor animasi, film, dan video masih berorientasi pada personal branding atau pencitraan personal. Oleh karena itu peran yang dapat dilakukan oleh Sleman Creative Space pada dua tahun awal yaitu tahun 2017 sampai dengan 2019 masih sebatas sebagai wadah untuk kesekrearian komunitas Jogja Creative Society sebagai pihak yang mengelola creative space, sebagai tempat untuk pelaksanaan pelatihan dan workshop sektor kreatif. Pada tahun ketiga yaitu awal tahun 2020, Sleman Creative Space mulai mengembangkan fungsi kearah penciptaan prototyping dan pemodelan produk kreatif dengan pendampingan dari Jogja Creative Society.

Mulai tahun 2020, Sleman Creative Space bersama dengan komunitas Jogja Creative Society mulai memfasilitasi proses inkubasi bisnis UMKM pada sektor kuliner. Hingga saat ini sudah ada tiga pelaku UMKM yang berhasil menciptakan produk kreatif yaitu Jogja Seafood, Rendang Jahat, dan Kopi Siena. Sleman Creative Space juga menjadi ruang display bagi tiga pelaku UMKM tersebut. Proses inkubasi ini juga sekaligus dilakukan evaluasi terhadap pengembangan produknya untuk menilai apakah produk kreatif ini memiliki peluang untuk marketnya.

4. Diskusi

Ruang kreatif secara umum merupakan bagian dalam lingkungan kreatif atau lebih dikenal dengan *creative milieu*. Dalam konteks kota kreatif, *creative milieu* yang dimaksud seperti lingkungan fisik dimana banyak pengusaha, intelektual, aktivis sosial, seniman, administrator, atau pelajar dapat beraktivitas dalam konteks kosmopolitan dengan pola pikir yang terbuka dan memungkinkan terjadi interaksi tatap muka yang memungkinkan dalam menciptakan ide-ide baru, artefact (benda hasil kecerdasan manusia), produk baru, layanan baru, dan lain-lain yang dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi (Landry, 2008). Berdasarkan lingkungannya, ruang kreatif termasuk ke dalam lingkup *hard infrastructure* berupa bangunan fisik yang memungkinkan sebagai tempat pertemuan, penelitian, fasilitas budaya, dan lain-lain. Kemudian British Council pada tahun 2017 juga telah melakukan kajian untuk memetakan ruang kreatif di Indonesia yang mengarah pada istilah *creative hub* (pusat kreatif), yang kemudian mengklasifikasikan *creative hub* berdasarkan fungsi dan prakteknya menjadi tiga kategori *creative hub* yaitu *creative spaces*, *coworking spaces*, dan *makerspaces*.

Mengarah pada kebutuhan ruang yang mampu untuk menumbuhkan ide, pengembangan, Kerjasama, dan membuat prototipe. Kebutuhan ini mengarah pada pembentukan berbagai ruang kolaboratif-inovatif yang mengandalkan nilai-nilai kolaborasi, keterbukaan, komunitas, dan keberlanjutan berdasarkan konsep ekonomi berbagi, yang memandang akses lebih penting daripada kepemilikan

(Soeryoat- modjo, 2015). Perkembangan creative hub, tempat orang dapat merancang, menguji, mengukur, dan meluncurkan ide-ide baru telah muncul di seluruh dunia. Hub ini mungkin memiliki bentuk yang berbeda dari sementara hingga permanen, fisik hingga digital, dan dari lokal hingga global. Adanya creative hubs mendorong terciptanya, pembelajaran, dan perdagangan yang dapat memanfaatkan teknologi baru dengan tetap mempertahankan nilai-nilai ketrampilan pengerjaan dan kerajinan (Matheson & Easson, 2015). Charles Landry (2008, p. 21) mengemukakan bahwa jaringan dan kreativitas saling menguntungkan karena jumlah hub yang lebih besar dalam suatu sistem mendorong kapasitas dan kapabilitas inovasi.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan misi kota kreatif di Indonesia, Kota kreatif Sleman mengarah pada fasilitasi industri kreatif dengan adanya dukungan kebijakan dari Pemerintah Sleman dan kerjasama dengan komunitas *Jogja Creative Society* untuk mengelola Sleman Creative Space dalam pengembangan sektor industri kreatif untuk mewujudkan kota kreatif Sleman. Studi kasus di *Sleman Creative Hub* menunjukkan peningkatan fungsi *creative space* yang awalnya pada dua tahun pertama (tahun 2017 – 2019) masih terbatas pada fasilitasi pengembangan sub sektor film, animasi, dan video dan fokus sebagai ruang untuk pelatihan, pada tahun 2020 mampu berperan sebagai wadah pendampingan dan inkubasi bisnis umkm pada sub sektor kuliner. *Sleman Creative Space* sebagai salah satu *creative hub* yang secara aset dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sleman dan secara infrastruktur dan sarana dikelola oleh komunitas merupakan bagian dari pelibatan unsur quadruple helix. Dari kerja sama ini menghasilkan model pemanfaatan *creative hub* sebagai *creative space* untuk menghubungkan *people dan ideas* yang kemudian menghasilkan kolaborasi penciptaan produk kreatif hingga proses komersialisasi produk kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 1997. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Tradition*. New Delhi, India: Sage Publication.
- Deffner, Alex. 2011. *Creative City: A New Challenge of Strategic Urban Planning?*. Department of Planning and Regional Development, School of Engineering, University of Thessaly. Greece
- Florida, Ricard. 2003. *The Rise of Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Routledge.
- Gamp, Thomas Lammer. 2014. *Creative Industries, Policy Recommendations-Promotion of Cross-Innovation from Creative Industries*. Berlin: Institute for Innovation and Technology.

Ni'mah Mahnunah, Pemanfaatan Creative Hub Sebagai Potensi Dalam Pengembangan Kota Kreatif Di Sleman

- Gertler, Meric, dkk. 2006. *Strategies for Creative Space and Cities: Lessons Learned*. Cities Institute, London Metropolitan University.
- Girard, Luigi Fusco; tüzün baycan, Peter Nijkamp. 2011. *Sustainable city and creativity: promoting creative urban initiatives*. United Kingdom: mPg books group
- Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money From Idea*. United Kingdom: The Penguin Press.
- Landry, Charles. 2008. *The Creative City, A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Landry, C. dan Bianchini, F. 1995. *The Creative City*. Bournes Green: Comedia.
- Landry, C. 2006. *The Art of City-Making*. London: Earthscan.
- <http://www.bandungcreative.id>
- Howkins, John. 2007. *The Creative Economy, How People Make Money From Ideas*. England: Penguin Press.
- Manisyah, Miranti. 2009. Kota Kreatif (Creative City) Penelitian terhadap Konsep Kota Kreatif melalui pengamatan studi kasus. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Ramadhani, Amesta Kartika, dkk. 2015. Kajian Kesiapan Penerapan Konsep Kota Kreatif Desain di Surakarta. Dalam *Jurnal Arsitektura*, Vol. 13, No. 2, Oktober 2015
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2015-2019
- Suryana. 2016. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Bandung: Salemba Empat.