

ANALISIS AKTIVITAS SENI RUPA KEKINIAN PADA 16 SUBSEKTOR EKONOMI KREATIF TERHADAP KEPARIWISATAAN DI KOTA BANDUNG

Handy Rohman Subagio ¹⁾, Didit Endriawan, S.Sn., M.Sn. ²⁾, Donny Trihanondo, S.Ds., M.Ds. ³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,
Jalan Telekomunikasi No.1, Bandung, Kode Pos 40257
Email: handys72@gmail.com

^{2) dan 3)} Dosen Pembimbing Program Studi Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,
Jalan Telekomunikasi No.1, Bandung, Kode Pos 40257
Email: didit@telkomuniversity.ac.id, donnytri@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan berkesenian (Seni Rupa) tidak dapat lepas dari kegiatan apresiasi. Mulai dari bentuk karya hingga kegiatan berkesenian itu sendiri. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki perkembangan yang pesat di bidang ekonomi kreatif, khususnya kota Bandung. Sektor ekonomi kreatif bergantung pada sumber daya manusia, yang meliputi kegiatan berkarya seni, arsitektur, sastra, inovasi teknologi dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Hal tersebut menjadikan kota Bandung dirasa layak menjadi kota kreatif dunia. Kelayakan tersebut menjadikan kota ini sebagai destinasi wisata yang berdampak baik terhadap perekonomian masyarakat dan kota. Penelitian ini menggunakan kajian teori kreativitas, sosiologi seni dan ilmu kepariwisataan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu mengatasi masalah-masalah dalam kurun waktu beberapa tahun mendatang, serta mencapai kegiatan penelitian dan pengembangan terkait industri kreatif yang berbudaya inovatif, berdaya saing dan terintegrasi secara berkelanjutan untuk memberi kontribusi ekonomi dan berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia dalam sektor pariwisata.

Kata Kunci: *seni rupa, kreatif, ekonomi kreatif, kota kreatif, pariwisata.*

ABSTRACT

Art activities (Fine Arts) cannot be separated from appreciation activities. Starting from the form of work to the activities of the arts themselves. Indonesia is one of the countries that has a rapid development in the creative economy, especially the city of Bandung. The creative economic sector relies on human resources, which include the activities of art, architecture, literature, technological innovation and animation, derived from creative ideas of human thought. This makes the city of Bandung considered worthy of being the world's creative city. This feasibility makes this city a tourist destination that has a good impact on the economy of the community and the city. This study uses a study of the theories of creativity, sociology of tourism arts and sciences. Thus, this research is expected to help overcome problems within the next few years, and achieve research and development activities related to innovative creative industries that are innovative, competitive and sustainably integrated to contribute to the economy and play a role in improving the quality of life for Indonesian people in the tourism sector.

Keywords: *fine arts, creative, creative economy, creative city, tourism.*

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki perkembangan yang pesat di bidang ekonomi kreatif, khususnya kota Bandung. Sektor ekonomi kreatif bergantung pada sumber daya manusia, yang meliputi kegiatan berkarya seni, arsitektur, sastra, inovasi teknologi dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Ekonomi kreatif dinaungi oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang berkedudukan non menteri di Indonesia. Ada 16 subsektor ekonomi kreatif, meliputi aplikasi-gim-animasi, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, perfilman, fotografi, seni Kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa, seni pertunjukan, dan pertelevisian-radio. Diharapkan 16 subsektor tersebut dapat menggerakkan dan memajukan perokonomian kreatif di Indonesia, khususnya kota Bandung.

Bandung sebagai kota kreatif dunia yang berada di Indonesia dalam bidang desain, sekaligus menjadi kota urutan kedua di Indonesia setelah kota Pekalongan di bidang Kriya dan Seni Rakyat yang juga di tetapkan oleh Direktur Jendral UNESCO Iriana Bokova di markas UNESCO di kota Paris, Perancis, menetapkan Kota Bandung terpilih menjadi satu dari 47 Kota di 33 negara yang menjadi bagian *Creative Cities Network* UNESCO pada tahun 2015 lalu. Tidak mengherankan jika hal tersebut dapat mempengaruhi kemajuan di bidang pariwisata dan seni rupa di kota ini yang dapat diterapkan di kota-kota lain di Indonesia agar meningkatkan dan juga mensejahterakan perekonomian masyarakat.

Negara lain yang mengoptimalkan potensi industri ekonomi kreatif yaitu Korea Selatan. Korea Selatan yang pada tahun 1950-an termasuk dalam negara termiskin di dunia namun, pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat membuat Negara tersebut kini menjadi negara industri baru di Asia. Pertumbuhan ekonomi Korea Selatan tidak lepas dipengaruhi oleh pertumbuhan industri kreatif Korea yang menjadi perhatian dunia yang disebut *Hallyu* atau *Korean Wave*. Melalui industri kreatif hiburan, Korea Selatan berhasil banyak menghasilkan investasi dari seluruh dunia sehingga menghasilkan miliaran dolar. Melihat hal tersebut, Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan kreativitas, mulai membuka lebar jalan untuk belajar, agar bisa sukses seperti Korea Selatan.

Fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave* yang berkembang pada masyarakat global bukanlah representatif yang komprehensif terhadap kebudayaan Korea itu sendiri, *Hallyu* cenderung berkiblat pada budaya barat namun penyajiannya dilakukan oleh orang Korea. Kecenderungan masyarakat zaman modern menyukai sesuatu yang kontemporer, inovatif dan adaptif sehingga K-Pop, K-Drama dan sebagainya cocok dengan keinginan pasar global masa kini. Secara historis, Korea sering memodifikasi kebudayaan yang sudah ada menjadi sesuatu yang khas Korea contohnya, buddhisme, Kristen Korea hingga praktik konfusianisme yang dimana Korea memiliki caranya sendiri untuk mengakulturasi budaya yang masuk dari luar Korea sehingga lebih adaptif bagi masyarakat korea itu sendiri.

Peran pemerintah menjadi pengaruh penting dalam perkembangan industri kreatif Korea di mata internasional. Pada masa pemerintahan Presiden Kim Dae-Jung, beliau memberikan kebijakan berupa ‘teknologi kebudayaan’ (*cultural technology*) salah satunya sebuah pengembangan pelestarian budaya tradisional dan budaya populer. Dalam merealisasikannya, pemerintah membentuk kultur Korea dan konten agensi pada tahun 2001. Salah satu contoh peran pemerintah Korea yaitu dengan melalui diplomasi budaya antarnegara di Asia salah satunya dengan Indonesia. Pada tahun 2014 pemerintah korea mengadakan event “Korea-Indonesia Friendship Festival” bertujuan untuk mempererat hubungan internasional Korea dengan Indonesia.

Ketika pencapaian Korea pada puncak kesuksesan besar, industri kreatif Korea kini, mempunyai tantangan baru yaitu mempertahankan antusiasme masyarakat global terhadap fenomena *Hallyu* itu sendiri. Pelaku industri kreatif maupun produser serta distributor menganggap bahwa *Korean Wave* tidak akan meredup namun hanya saja segmen pasar akan semakin mengecil yaitu hanya sebatas regional ataupun penggemar loyalnya saja. Oleh sebab itu, pelaku industri kreatif korea dituntut untuk terus menciptakan inovasi dan dapat mengikuti permintaan pasar global dan pemerintah terus tetap memberikan stimulan kepada para pelaku industri kreatif untuk berinovasi agar terus melahirkan sesuatu yang baru. Ditinjau dari fenomena tersebut Industri kreatif sangat penting karena dapat menjadi kendaraan pertumbuhan ekonomi nasional. Selain berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, dan

devisa negara, industri kreatif juga menjadi sarana meningkatkan jati diri bangsa. Dengan meniru Korea Selatan, Indonesia kini tengah mengembangkan 16 subsektor industri kreatif yang seni rupa ikut andil berperan didalamnya.

Selain Korea Selatan, Australia juga mengoptimalkan potensi seni rupa dalam bentuk mural, tepatnya di kota Melbourne. Mural adalah bentuk seni lukis atau menggambar di atas media dinding atau tembok yang sifatnya permanen. Mural sifatnya lebih bebas. Biasanya karya-karya seni mural lebih sering berbentuk gambar berupa tulisan, simbol, dan bentuk tertentu. Namun, hal tersebut sering menggunakan konsep isu sosial masa kini. Kadang dalam satu bentuk sebuah karya mural terdapat satu tokoh inti cerita yang tidak berbentuk manusia. Namun, mempunyai arti konsep pada karya tersebut yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Contohnya adalah lukisan dinding yang ada di dinding bangunan gereja atau gedung-gedung bersejarah di Eropa. Dulu, karya tersebut hanya ada di tempat-tempat permanen saja. Namun, karena perkembangan zaman, seni mural dapat ditemukan dimana-mana. Mural di Melbourne sendiri dapat banyak dijumpai digang-gang kecil seperti *Hosier, ACDC, Union, Yarra* dan masih banyak yang lainnya. Lokasi yang paling terkenal yaitu *Hosier-lane*. Seniman-seniman urban terpilih di Kota Melbourne bisa memamerkan karya-karya mural mereka secara berkala. Maka dari itu, mural-mural di Hosier Lane selalu berganti sehingga dapat menjadi daya pikat dan tetap menarik untuk dikunjungi oleh banyak wisatawan sebagai tempat berfoto bersama maupun ber swafot ria. Jika metode seperti ini diterapkan di Indonesia untuk mengurangi kesan kumuh pada perkampungan-perkampungan sudut kota, pasti akan memberi dampak yang positif bagi sosial ekonomi. Beberapa daerah di Indonesia seperti kota Malang dengan kampung Jodipan-nya telah menerapkan dengan memberikan warna-warna yang berbeda di setiap rumah. Disana juga sedikit sentuhan mural yang terbukti efektif menarik wisatawan untuk berkunjung.

Menurut UU. Nomor 10 tahun 2009, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Menurut UU yg sama juga menyebutkan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Oleh karena hal tersebut, daya tarik wisata dapat banyak kita temui di dalam karya seni maupun proses berkreasi dan apresiasinya. Hal tersebut diharap dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat di Indonesia dengan studi kasus yang di lakukan di kota Bandung. Dengan demikian penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, masalah-masalah yang masih menghambat pengembangan industri kreatif dan pengembangan selama ini khususnya dalam sektor seni rupa diharapkan dapat diatasi dalam kurun waktu beberapa tahun mendatang, serta mencapai kegiatan penelitian dan pengembangan terkait industri kreatif yang berbudaya inovatif, berdaya saing dan terintegrasi secara berkelanjutan untuk memberi kontribusi ekonomi dan berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Seni Rupa Kekinian

Pengertian seni rupa kekinian atau kontemporer yaitu seni rupa yang diciptakan dengan terikat pada berbagai konteks ruang dan waktu yang menyelimuti audiens, medannya maupun sang seniman. Istilah kontemporer sendiri berasal dari Bahasa Inggris “contemporary”, Kata “kontemporer” yang berasal dari kata “co” (bersama) dan “tempo” (waktu) yang berarti apa-apa atau mereka yang hidup pada masa yang bersamaan. Artinya Seni rupa kontemporer bersifat kekinian karena diciptakan di masa yang masih berlangsung dan bersamaan dengan kita maupun dunia seni secara umum. Pengertian “kontemporer” dibandingkan dengan istilah moderen hanya sekedar sebagai sekat munculnya perkembangan seni rupa sekitar tahun 1970-an dengan menempatkan seniman-seniman Amerika seperti David Smith dan Jackson Pollock sebagai tanda peralihan (Dharsono, 2004:223).

Kreativitas

Secara etimologis, istilah kreatif berasal dari bahasa Latin dan merupakan istilah yang diperuntukkan baik untuk Tuhan, Dewa dan manusia. (Primadi 2006:18). Sedangkan Menurut KBBI kreativitas adalah proses kemampuan diri individu untuk menciptakan sesuatu. Proses tersebut menurut Irma Damayanti di bukunya yang berjudul psikologi seni menulis: dalam proses kreasi, proses menemukan ide dapat melalui cara berpikir sadar (*conscious thinking*) yang logis maupun cara berpikir tidak sadar (*unconscious thinking*) yang mengandalkan intuisi dan inspirasi, tetapi proses penggabungan dan eksekusi ide hingga melahirkan karya fisik tentunya melalui proses logis dan sistematis. Penempatan bentuk dan warna serta penggunaan material dan teknik dilakukan dengan melibatkan logika, karena perlu mempertimbangkan hal-hal seperti konsep estetika, komposisi, serta kesesuaian dengan konsep karya sendiri.

Sedangkan menurut Prof. Dr. Primadi Tabrani dalam bukunya yang berjudul “Kreativitas dan Humanitas” menyatakan bahwa Tahap Ide : (1) Persiapan, menyetel diri agar menangkap getaran alam dan kalbu : Aspek luar, seperti udara segar, kicau burung, kopi. Aspek dalam, seperti imajinasi, konsentrasi, perenungan, meditasi. Tiap orang berbeda. (2) Pengumpulan bahan : antara sadar dan ambang sadar, transfer sejumlah memori ke pra image. Cengkerama antara “stimuli luar/tamu” dan “stimuli dalam/nona rumah” (3) Empati menuju pra idea : tercetus “ilham-empati” terjadinya kemesraan antara “tamu” dan “nona rumah” berkembang menjadi empati bahkan sampai “vision” (4) Pengeraman menuju pra ide : dapat berlangsung cepat atau lambat, bahkan berbulan-bulan (5) Penetasan ide : berlangsung cepat, ide peralihan menjadi ide yang matang. Mereka yang hidup intuisinya menghasilkan ide yang cemerlang. (6) Pelaksanaan.

Sosiologi Seni Rupa

Menurut Jakob Sumardjo, dalam hidup bermasyarakat, materi sangatlah penting bagi kehidupan. segala sesuatu dinilai tinggi berdasarkan nilai materi. Karya seni yang tinggi mutunya adalah karya seni yang mengarah pada kesempurnaan yang dinamis, orisinal dan baru. Sebuah karya seni yang semakin bersifat intelektual akan semakin tinggi nilainya. Setiap karya seni yang diciptakan seniman, pada umumnya akan disajikan kepada masyarakat. Ketika karya seni itu hadir di antara masyarakat, maka disitulah terjadi interaksi antara audiens dan karya seni tersebut. Disitu karya seni di nikmati, diamati, diapresiasi, sehingga munculah proses komunikasi. Dalam mengamati sebuah karya seni rupa, apresiator dapat dengan bebas menikmati, menilai, mencari, dan menggali makna visual dari sebuah karya seni rupa. Fungsi seni dalam masyarakat dibagi menjadi dua bagian yaitu fungsi rekreasi dan fungsi komunikasi. Dalam hal ini para apresiator dapat menikmati sebuah karya seni secara langsung dan tidak langsung. Pengamatan secara langsung ini dapat kita jumpai misalkan pada pameran seni lukisan, pameran patung dan seni publik. Sedangkan apresiasi karya seni yang tidak langsung, mempunyai pengertian apabila karya seni tersebut tidak dijadikan konsep utama

Perlu disadari bahwa sebuah karya seni tentu membawa pikiran-pikiran atau peristiwa yang melatar belakangi kemunculannya. Jakob Sumardjo (2003: 233) menyatakan bahwa setiap karya seni sedikit banyak mencerminkan setting masyarakat tempat seni itu diciptakan. Sebuah karya seni ada karena seorang seniman menciptakannya, seniman itu sendiri selalu berasal dari masyarakat tertentu dan kehidupan masyarakat merupakan kenyataan yang langsung dihadapi sebagai rangsangan kreativitas kesenimanannya. Dalam menghadapi rangsangan penciptaannya, seniman mungkin sekedar saksi masyarakat, atau bisa juga sebagai kritikus masyarakat, atau memberikan pandangan baru yang sama sekali asing pada masyarakatnya. Sejauh mana sebuah karya seni mencerminkan masyarakatnya harus dicermati dari asal-usul sosial senimannya, pendidikan seni yang diperolehnya, dan untuk kelompok mana ia menciptakan karya seninya. Dengan meneliti itu semua akan segera terlihat anasir mana dalam karyanya yang membawa dasar ideologi sosial tertentu yang pernah dikenal dan dialaminya. Selain itu, masih harus juga diingat juga sikap seniman terhadap rangsangan yang menjadi objek seninya.

Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara. Menurut Antara (2011) Pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata (kasus: pariwisata Bali-Indonesia) yaitu: (1) mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata, (2) pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat, (3) meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, (4) memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor-sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk-produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, jasa-jasa lain dan sebagainya, (5) sumber pendapatan asli daerah (PAD), dan (6) merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman 'tabuh' dan tayang diperuntukkan konsumsi wisatawan. I Gusti Bagus (2016:07).

Menurut Nyoman S. Pendit (1999) Wisata Budaya merupakan perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka. Wisata budaya adalah gerakan atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata yang berwujud hasil-hasil seni budaya setempat : adat istiadat, upacara agama, tata hidup masyarakat, peninggalan sejarah, hasil seni, kerajinan-kerajinan rakyat dan sebagainya. I Gusti Bagus (2016:145).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian tentang pengaruh aktivitas seni rupa kekinian pada 16 subsektor ekonomi kreatif terhadap peningkatan kepariwisataan di kota Bandung pada jenis penelitian ini menggunakan pendekatan keilmuan Kreativitas, Sosiologi Seni dan Pariwisata. Sedangkan dalam penulisan menggunakan metode penelitian kombinasi kualitatif dan kuantitatif. Pada pengumpulan data menggunakan:

Pengamatan langsung (observasi), Metode Observasi yaitu cara memperoleh data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Dengan meninjau langsung kegiatan-kegiatan dan kondisi. Lokasi pengamatan terdiri dari NuArt, Selasar Sunaryo, *Amazing Art World* Bandung, Bandung *Creative HUB* dan *Wot* Batu.

Wawancara (*interview*) Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan. Penulis melakukan wawancara terhadap pihak yang terkait yaitu pihak pengelola dan bagi wisatawan yang berkunjung di sana. Sumber informasi dari wawancara ini terdapat nama-nama seniman seperti Tisna Sanjaya, Bob Edrian, Preseiden Jokowi Dodo, dan Pengelola ruang kreatif seperti NuArt, Selasar Sunaryo, *Amazing Art World* Bandung, Bandung *Creative HUB* dan *Wot* Batu.

Dokumentasi (*Documentation*) Dokumentasi ini dilakukan guna mendapatkan foto atau gambar ragam kegiatan seni rupa yang diselenggarakan seperti Pasar Seni ITB, Seni Bandung dan BaCAA. Tempat wisata seni seperti NuArt, Selasar Sunaryo, *Amazing Art World* Bandung, Bandung *Creative HUB* dan *Wot* Batu.

Studi Pustaka (*Literature*) Studi Pustaka dilakukan untuk mencari dan mendapatkan data-data yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan mempelajari literatur-literatur, dan sumber-sumber lainnya dari internet yang berhubungan dengan penelitian yang terkait dengan penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki potensi yang cukup besar sebagai kota kreatif di Indonesia. Kota ini sejak dulu telah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Menurut seniman Tisna Sanjaya, Kota Bandung itu sejak dulu enak untuk mencipta, proses kreatif disini. Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan pariwisata. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Bandung tergolong baik. Hal tersebut dikarenakan berkembang baiknya subsector-subsektor ekonomi kreatif di Kota Bandung sehingga ekonomi kreatif tersebut beserta industri didalamnya dapat menjadi salah satu penggerak roda perekonomian Kota Bandung itu sendiri dan juga dapat sebagai penyedia lapangan kerja yang menyerap tenaga kerja yang tersedia di Kota Bandung yang dapat dilihat dari data berikut:

No	Lapangan Usaha Kreatif	Porsi Jumlah Usaha (%)	Kontribusi Lapangan Usaha Total (%)	Kontribusi Lapangan Usaha Kreatif (%)
1.	Jasa professional, ilmiah dan teknik	0,14	0,77	0,001≈0
2.	Industri pengolahan	54,21	21,49	11,65
3.	Informasi dan komunikasi	6,40	9,05	0,58
4.	Kebudayaan, hiburan dan rekreasi	19,09	3,37	0,64
5.	Penyedia akomodasi dan penyediaan makan minum	20,17	4,63	0,93

(Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Bandung)

Dari data tersebut, sektor ekonomi kreatif Kota Bandung menyumbang 13,8% lapangan usaha pada PDRB Kota Bandung.

Pada tahun 2015, Kota Bandung mengenal Parameter Kota Kreatif yang berasal dari *doccier* Jejaring Kota Kreatif UNESCO. Sebuah badan PBB yang bergerak dibidang Budaya dan Pendidikan. Berikut parameter Bandung sebagai kota kreatif dunia:

Kontribusi Ekonomi

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki potensi yang cukup besar sebagai kota kreatif di Indonesia. Kota ini sejak dulu telah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Bandung yang dipaparkan di bab sebelum ini tergolong baik yaitu ekonomi kreatif Kota tersebut menyumbang 13,8% lapangan usaha pada PDRB Kota Bandung hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif ini menjadi satu sektor yang harus di kembangkan dan di tingkatkan lagi oleh masyarakat dan pemerintah untuk terus menggerakkan roda perekonomian Kota Bandung itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan berkembang baiknya subsektor-subsektor ekonomi kreatif dan daya kreativitas dan apresiasi pelakunya di Kota Bandung sehingga ekonomi kreatif tersebut beserta industri didalamnya dapat menjadi salah satu penggerak roda perekonomian Kota Bandung itu sendiri dan juga dapat sebagai penyedia lapangan kerja yang menyerap tenaga kerja yang tersedia di kota ini. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistika Kota Bandung dalam Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung tahun 2014 sampai 2017 rata-rata tiap tahun mengalami penurunan sebesar 0,27% dengan catatan data tahun 2016 angka sementara dan tahun 2017 angka sangat sementara. Penurunan tersebut akan lebih parah jika tidak didukung oleh pertumbuhan ekonomi kreatif.

Event yang dilakukan dalam Lima tahun terakhir

Kegiatan yang paling sukses terselenggara adalah pasar seni ITB 2014. Kegiatan tersebut bukan hanya milik mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain melainkan juga melibatkan fakultas lain serta para alumni yang telah sukses dan banyak dikenal seperti Tisna Sanjaya dan I Nyoman Nuarta. Pasar seni tahun tersebut sukses menarik semua lapisan masyarakat bahkan digadang-gadang sebagai *event* ajang transaksi seni, desain dan kriya terbesar se-Asia Tenggara, menampilkan berbagai karya seni, pertunjukan dan aneka barang seni hingga kerajinan di sepanjang Jalan Ganesha dan kampus ITB.



(Sumber: <http://www.tribunnews.com/images/regional/view/1441282/pasar-seni-itb-2014>)

Event berikutnya yaitu ada ajang penghargaan pada tahun 2017 terhadap seniman kontemporer bernama *The Bandung Contemporary Art Awards* (BaCAA) yaitu penganugerahan seniman kontemporer di Bandung yang bertujuan untuk merangsang perkembangan seni rupa kontemporer di Indonesia. Kegiatan selanjutnya di tahun 2018 yaitu Seni Bandung, festival tahunan Kota Bandung yang menransformasikan ruang-ruang kota menjadi panggung kesenian. Beberapa kegiatan lainnya masih banyak lagi terdapat pameran, workshop serta diskusi-diskusi terus menerus di selenggarakan di kota ini.

Fasilitas Jejaring Kota Kreatif

Di Bandung sendiri terdapat jejaring kota kreatif yang terbentuk yaitu Bandung Creative City Forum (BCCF). Perkumpulan Komunitas Kreatif Kota Bandung yaitu sebuah forum dan organisasi lintas komunitas kreatif yang di deklarasikan dan didirikan oleh berbagai komunitas kreatif di kota. Sebagai organisasi resmi, BCCF telah menjelma menjadi sebuah organisasi mandiri yang memiliki tujuan untuk dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan komunitas kreatif di kota Bandung khususnya. Dalam setiap aktivitasnya, BCCF menggunakan pendekatan pendidikan berbasis kreativitas, perencanaan dan perbaikan infrastruktur kota sebagai sarana pendukung pengembangan ekonomi kreatif dan menciptakan wirausaha-wirausaha kreatif baik perorangan atau komunitas. Pada akhirnya forum ini turut serta menginisiasi pengembangan strategi branding dan membangun network yang seluas-luasnya sebagai upaya kolektif demi mentahbiskan kota Bandung sebagai kota kreatif yang siap berkolaborasi sekaligus berkompetisi secara global. BCCF berperan sebagai *hub* dalam mendukung berbagai komunitas-komunitas kreatif di kota Bandung untuk terus berkreasi dan memberikan dampak positif di bidang perekonomian, sosial dan lingkungan. Melalui komunitas-komunitas di Kota Bandung, BCCF memberikan peluang-peluang untuk memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki Kota Bandung.

Peran Akademis (*Triple helix*)

Sinergi akademisi dalam pemerintah, dan bisnis dengan melibatkan komunitas terkait dan pemangku dalam perencanaan kegiatan seperti sub-penjelasan sebelum ini sangat penting dalam ikut serta

menjadikan kota Bandung sebagai kota kreatif dunia serta memberikan peluang pasar dan mempromosikan hasil karya. Akademisi yang sukses memajukan sektor industri kreatif di Bandung yaitu Tisna Sanjaya, I Nyoman Nuarta, Ridwan Kamil, Bob Edrian dan masih banyak lagi.

Ruang Kreatif

Banyaknya bermunculan ruang-ruang seni seperti galeri seni swasta dan Bandung Creative HUB milik pemerintah disbudpar mampu untuk mengangkat derajat eksistensi, serta tersedianya ruang mencipta atau berkarya serta mempromosikan karya seni. Banyaknya galeri seni yang muncul berakibat pula tumbuhnya apresiasi pada publik, walaupun secara perlahan tapi pasti. Pertumbuhan ini setidaknya dapat dijadikan sebuah kecenderungan bahwa kini seni rupa telah berhasil membentuk ekosistem seni yang mulai menguat dan sebagai pergolakan polemik industri kreatif. Hal menyebabkan terjadinya persaingan dalam menarik perhatian para seniman untuk melakukan aktivitas pameran atau berkarya di *creative space* yang telah tersedia.

Aktivitas seni rupa dalam meningkatkan sektor kepariwisataan di Kota Bandung sangat berpengaruh dalam kontribusi secara perekonomian kota Bandung. Saat ini Seni Rupa telah menjadi salah satu sektor unggulan bagi perekonomian Indonesia dalam sektor pariwisata. Perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun sangat memberi dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia disuatu daerah khususnya Kota Bandung dalam bidang industri kreatif yang dapat membangkitkan minat wisatawan untuk mengunjungi kota tersebut. Dalam hal ini perindustrian kreatif berlomba-lomba menciptakan produk dan kegiatan seni rupa dan pariwisata yang lebih bervariasi dengan keunikan tersendiri untuk menarik minat wisatawan berkunjung kota Bandung.

Ekonomi kreatif seni rupa di Kota Bandung berpotensi besar dalam meningkatkan ekonomi kota, karena dapat menciptakan iklim bisnis yang positif dalam membangun identitas perekonomian suatu bangsa. Ekonomi kreatif tentunya juga berpengaruh terhadap ekonomi kota Bandung baik dari segi kontribusi ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan konsep membangun usaha berbasis gagasan inovatif dan kreatif.

Bandung sejak dulu dikenal sebagai kota yang memiliki “iklim” kreatif yang kondusif seperti yang jelaskan oleh Tisna Sanjaya. Setiap karya seni sedikit banyak mencerminkan setting masyarakat tempat seni itu diciptakan Seni Rupa kontemporer adalah karakter khas Bandung. Irisan dan persilangan khas Bandung ini melahirkan banyak peluang terutama yang berkaitan dengan kekuatan ekonomi yang lahir dari tingginya kreativitas dan inovasi generasi mudanya. Di Kota Bandung berkembang peluang-peluang ekonomi kreatif berbasis seni rupa. Salah satu upaya yang dipandang mampu meningkatkan kegiatan pariwisata di Kota Bandung dengan nuansa seni rupa adalah dengan menjalankan program paket perjalanan yang akan menuju ke tempat-tempat dan *event* seni seperti NuArt dan Selasar Sunaryo yang banyak menerima kunjungan paket wisata dari dalam maupun luar Bandung. Selain itu tempat-tempat yang menyediakan seni rupa kontemporer sebagai daya tarik wisata yang berbeda dengan yang dimiliki tempat lain seperti karya khusus seniman kondang. Selain itu fasilitas, aksesibilitas dan cindramata yang dapat dibeli oleh wisatawan selaras dengan teori daya tarik wisata menurut Maryani.

Perlu disadari bahwa sebuah karya seni tentu membawa pikiran-pikiran atau peristiwa yang melatar belakangi kemunculannya, jika terjadi penitisan makna makna yang terkandung dalam karya seni akan tak berguna dan disalah artikan, contohnya hanya jadi latar belakan untuk berfoto. Dampak komersialisasi suatu aktivitas seni rupa melalui pariwisata dapat memberikan pengaruh yang baik, dengan banyaknya pengunjung maka dapat menyebarkan informasi secara cuma-cuma dan mendapatkan banyak keuntungan dari segi ekonomi tak perlu mengeluarkan biaya demi mempromosikan suatu *event* seni rupa yang berlangsung guna meningkatkan pengunjung atau wisatawan.

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara. Dipandang dari sudut ekonomi kegiatan pariwisata nampaknya selalu menguntungkan daerah penerima wisatawan. Secara kasat mata memang dapat dilihat bahwa wisatawan mengeluarkan uang banyak untuk keperluan berwisata, mulai dari visa

kunjungan (bagi wisatawan asing), jasa pesawat dan transportasi lokal, hotel atau penginapan, jasa guide (pemandu wisata), konsumsi, dan cenderamata. Belum lagi kalau wisatawan menggunakan jasa telekomunikasi dan menukarkan uangnya di bank. Tentulah uang yang dikeluarkan dan dibelanjakan wisatawan sebagian besar akan masuk ke negara atau daerah tujuan wisata. Pada akhirnya sebagian uang itu akan mengalir pada masyarakat yang mengakibatkan meningkatnya ekonomi rakyat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisa aktivitas seni rupa kekinian terhadap kepariwisataan kota Bandung berdasarkan teori kreativitas, sosiologi seni dan pariwisata, maka penulis mendapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kota Bandung sangat layak menyandang status kota kreatif dunia, terlihat dari kontribusi ekonomi, kegiatan kesenian yang terus terselenggara, fasilitas jejaring kota kreatif, peran *Triple Helix* dan ruang kreatif.
2. Pemerintah sudah mempunyai instrumen-instrumen kebijakan yang bisa digunakan untuk menyokong industri kreatif dengan membangun dan memfasilitasi sarana dan memudahkan perizinan untuk melakukan proses kreasi. Badan Ekonomi Kreatif adalah salah satu contoh pemerintah sangat peduli dengan industri kreatif didukung oleh Disbudpar.
3. Subsektor seni rupa dalam industri kreatif di Kota Bandung memberikan dampak yang baik kepada perekonomian kota.
4. Seniman dan pelaku seni lainnya sangat mendukung terciptanya ekosistem antara seni rupa dan pariwisata kota Bandung.
5. Kegiatan Seni Rupa yang menjadikan citra Kota Bandung sebagai kota kreatif meliputi peristiwa, festival, kontes dan pameran seni.
6. Alasan wisatawan datang untuk merasakan pengalaman kreatif yang menjadi daya tarik.
7. Pariwisata adalah mesin penggerak perekonomian Kota Bandung.

Untuk mengembangkan subsektor seni rupa dalam industri kreatif Bandung guna meningkatkan kepariwisataan sebagai destinasi local maupun mancanegara ada beberapa usulan sebagai berikut:

1. Mengembangkan SDM dalam penciptaan nilai kreatif, dengan memfasilitasi tempat berekspreasi. Target bukan hanya pasar nasional, berancang-ancang ke pangsa pasar internasional. Oleh karena itu, kualitasnya harus memenuhi pangsa pasar internasional,
2. Berbagai stimulus atau rangsangan pemacu perlu juga diberikan kepada pelaku sektor kreatif seperti pembebasan pajak bagi bahan baku ataupun peralatan kerja yang mendukung kegiatan seni rupa.
3. Adanya pasar seni ITB seharusnya menjadi rangsangan perguruan tinggi lainnya ikut serta menyelenggarakan kegiatan seni yang serupa atau lebih besar lagi.
4. Galeri-galeri seni diharapkan terus melakukan inovasi-inovasi agar dapat menarik dan meningkatkan pengunjung yang tidak hanya dirana seni rupa melainkan pengunjung masyarakat pada umumnya.
5. Mahasiswa khususnya dalam bidang seni harus lebih aktif menyelenggarakan kegiatan dan datang untuk mengapresiasi dan ikut serta meramaikan dan menyukseskan kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Dharsono. 2004 . Seni Rupa Modern, Rekayasa Sains, Bandung.
- Nyoman.S. Pendit. 2002. Ilmu Pariwisata, Pradya Paramita, Jakarta.
- P.G.A, Robert, Voskuil dkk. 2007. Bandung Citra Sebuah Kota, Departemen

Planologi ITB dan PT. Jagaddhita, Bandung.

Sumardjo, Jakob, 2000. Filsafat Seni, ITB, Bandung.

Sumardjo, Jakob. 2009. Asal-Usul Seni Rupa Modern, Kelir, Bandung.

Tabrani, Primadi. 2006. Kreativitas dan Humanitas, Jalasutra, Bandung.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. Pemasaran Pariwisata, Andi, Bandung.

THESIS

Desmiati, Annisa. (2012). Kajian Sejarah Sosial Seni Rupa di Bandung Periode 1970-1998 Melalui Representasi Visual Karya-Karya Srihadi Soedarsono, Nyoman Nuarta, dan Tisna Sanjaya. Tesis Magister pada Institut Teknologi Bandung: tidak diterbitkan.

Kusmara, Andryanto Rikrik. 2006. Medium Seni dalam Medan Sosial Seni Rupa Kontemporer Indonesia. Disertasi Doktor pada Institut Teknologi Bandung: tidak diterbitkan.

MAKALAH

Meiliana Gildauli, Makalah Analisis Potensi Nuart Sculpture Park. Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Unggulan Di Kota Bandung, Politeknik Negeri Bandung, 2016.

Ria Arifianti, Makalah Aktivasi Subsektor Ekonomi Kreatif di Kota Bandung, Bandung, Universitas Padjadjaran, 2017.

INTERNET

<http://archive.ivaa-online.org/pelakuseni/abdullah-suriosubroto> (Diakses 13 Oktober 2018)

<http://www.bekraf.go.id> (Diakses 27 Oktober 2018)

<https://bandungkota.bps.go.id> (Diakses 29 Oktober 2018)

<https://www.disbudpar.bandung.go.id> (Diakses 29 Oktober 2018)

<https://www.youtube.com> (Diakses 2 November 2018)

<https://amazingartworld.co.id> (Diakses 2 November 2018)

<https://baca.info/previous?slug=baca-5> (Diakses 2 November 2018)

<http://ayorek.org/events/pasar-seni-itb-2014> (Diakses 2 November 2018)

<http://www.tribunnews.com/pasar-seni-itb-2014> (Diakses 2 November 2018)