

**MODEL KOLABORASI ANTAR AKTOR DALAM PENGEMBANGAN
EKOSISTEM INDUSTRI KREATIF**

(Kajian Subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)

**Oleh
UMI LESTARI
1826061023**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Magister Ilmu Sains (M.Si)**



**MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

MODEL KOLABORASI ANTAR AKTOR DALAM PENGEMBANGAN EKOSISTEM INDUSTRI KREATIF

(Kajian Subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)

Tujuan Penelitian mendeskripsikan dan mengidentifikasi peran kolaborasi antar aktor serta bentuk kolaborasi dalam pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Bandar Lampung. Permasalahannya adalah aktor-aktor dalam model helix belum terlihat adanya kolaborasi secara maksimal. Teori yang digunakan yaitu *General System Theory* dan *Model Helix*. Jenis penelitian deskriptif, pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara, observasi dan kepustakaan. Penentuan informan dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dengan cara: kondensasi data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan. Validasi data menggunakan *triangulasi* sumber. Dari hasil penelitian dapat diketahui : (1) ekosistem industri kuliner di Kota Bandar Lampung sudah terbentuk, dengan adanya peran aktor akademisi, pemerintah, komunitas, bisnis, dan media massa (2) dari kelima aktor tersebut, aktor swasta (industri kuliner) memiliki peran penting dalam proses pengembangan industri kreatif kuliner. Rekomendasi penelitian: Diharapkan kedepannya Pemerintah sebagai pembuat kebijakan hendaknya memelihara ekosistem bisnis melalui penyusunan desain dan program kebijakan jangka panjang dan peneliti berikutnya disarankan mengambil fokus penelitian dengan lokus yang berbeda atau melakukan perbandingan dengan fokus yang sama.

Kata Kunci: Kolaborasi, Ekosistem, Helix Model, Industri Kreatif, Kuliner

ABSTRACT

COLLABORATION MODEL BETWEEN ACTORS IN CREATIVE INDUSTRY ECOSYSTEM DEVELOPMENT

(Culinary Subsector Study In Bandar Lampung City)

The purpose of this research is to describe and identify the role of collaboration between actors and forms of collaboration in the development of the culinary creative industry in Bandar Lampung City. The problem is that the actors in the helix model have not seen the maximum collaboration. The theory used is General System Theory and Helix Model. This type of research is descriptive, qualitative approach. Data were collected through: interviews, observations and literature. Determination of informants with purposive sampling technique. Data analysis by means of: data condensation, data verification and drawing conclusions. Data validation using source triangulation. From the research results, it can be seen: (1) the culinary industry ecosystem in Bandar Lampung City has been formed, with the role of academic actors, government, community, business, and mass media (2) of the five actors, private actors (culinary industry) have a role important in the process of developing the culinary creative industry. Research recommendation: It is hoped that in the future the Government as a policy maker should maintain the business ecosystem through the preparation of long-term policy designs and programs and future researchers are advised to take a research focus with a different locus or make comparisons with the same focus.

Keywords: *Collaboration, Ecosystem, Helix Model, Creative Industry, Culinary*

**MODEL KOLABORASI ANTAR AKTOR DALAM
PENGEMBANGAN EKOSISTEM INDUSTRI KREATIF
(Kajian Subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)**

**Oleh
UMI LESTARI
1826061023**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Magister Ilmu Sains (M.Si)**



**MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

Judul Tesis : **Model Kolaborasi Antar Aktor Dalam Pengembangan Ekosistem Industri Kreatif (Kajian Subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Umi Lestari**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1826061023

Program Studi : Magister Ilmu Administrasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Pembimbing I

Dr. Arif Sugiono, S.Sos, M.Si
NIP. 198005182001121002

Pembimbing II

Dr. Jeni Wulandari, M.Si
NIP. 198501152008012002

**2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung**

Dr. Supto, S.Sos., M.A.B
NIP. 19690226 199003 1 0001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Arif Sugiono, S.Sos, M.Si**

Penguji Utama : **Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si**

Sekretaris : **Dr. Jeni Wulandari, M.Si**


2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 19610807198703 2 001



3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T
NIP. 19710415 199803 1 005



Tanggal Lulus Ujian Tesis : **20 Juni 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Magister), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Umi Lestari

NPM: 1826061023

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Umi Lestari, lahir di Rawa Pitu pada 18 Maret 1995. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Erwan dan Ibu Suratmi. Penulis menempuh pendidikan formal dimulai dari Sekolah Dasar Negeri 01 Tanjung Mas Mulya, Mesuji yang diselesaikan pada tahun 2007. Lalu penulis melanjutkan pendidikannya di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Karya Utama, Mesuji yang diselesaikan pada Tahun 2010, dan melanjutkan pendidikan

tingkat atas di SMA Pangudi Luhur Bandar Lampung, diselesaikan pada Tahun 2013.

Selanjutnya, pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung yang diselesaikan pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan Pascasarjana yang terdaftar sebagai mahasiswa Magister Ilmu Administrasi (MIA) dengan konsentrasi bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.

MOTTO

*"Jangan Berkata Tidak Bisa Sebelum Mencoba"
"Pantang Pulang Sebelum Menggapai Keinginan"
(Umi Lestari, 2013)*

*"Sebagai seorang wanita jadilah seperti mawar, ia terlihat anggun, disukai banyak orang, namun dia juga pandai dalam menjaga dirinya. Tetapi jangan lupa hanya pada Allah kita meminta pertolongan atas kebaikan diri kita, dan kepadaNya lah kita kembali"
(Umi Lestari, 2017)*

"Hidup di Dunia ini hanyalah seperti wayang, susahmu, sedihmu, bahagiamu, suksesmu, karimmu, ibadahmu keluargamu, serta seluruh jiwa ragamu semua milik Allah"

*"Selalu bersyukur dan mengingat Allah serta mencari RidhoNya adalah kunci sukses dalam setiap perjalanan kehidupan"
(Lestari, 2022)*

PERSEMBAHAN

Tulisan ini merupakan wujud rasa syukur, cinta dan kasih sayangku yang tertuang dari lubuk hati terdalam untuk: Allah SWT atas segala hidayah dan nikmatNya sehingga aku mampu menyelesaikan tulisan dan studi ini.

Untuk Bapak (Erwan) dan Mamak (SURATMI) serta adikku tersayang (Nur Laila), dan Terimakasih atas Do'a, nasehat, dukungan dan cinta kasih kalian kepadaku selama ini.

Untuk Ayahanda (Admi Syarif) dan Bunda , (Yulia Kusuma Wardani) serta adik ku (Ramiza Lionatasya Admi). Terima kasih atas bimbingan, motivasi dan pembelajaran serta segala kasih sayang kalian kepadaku.

Untuk Wo Riya (Siti Qomariyah Musti) yang seperti teman, ayuk, sahabat, saudaraku, terimakasih untuk kebersamaan kita selama 10 tahun ini, terus seperti ini ya wo sampai kita tua nanti. Terima kasih sudah menjadi bagian dari hidupku dan selalu jadi bagian hidupku

Untuk Calon imamku, Aku persembahkan ini sebagai langkah untuk menjadi pendamping terbaik dan menjadi madrasah pertama bagi anak-anak kita kelak .

Dan untuk generasi penerusku kelak, inilah sebuah karya dari ibumu. Semoga kamu merasa bahagia menjadi anak-anak Ibu.

Terakhir untuk semua sanak saudara, keluarga besar, teman-temanku yang aku sayangi atas dukungan dan doa-doa kalian, aku bisa menyelesaikan studi ini.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahNya, Tesis ini dapat diselesaikan. Tesis dengan judul “**Model Kolaborasi Antar Aktor Dalam Pengembangan Industri Kreatif (Kajian Subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)**” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Jurusan Ilmu Administrasi, Konsentrasi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyadari keterbatasan dan pengetahuan yang dimiliki selama proses penyelesaian Tesis ini, berkat bantuan, bimbingan, motivasi, serta dukungan berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu dengan segala hormat penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas ridho dan izinnya, serta nikmat yang telah diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini.
2. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si. selaku Rektor Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing utama, terima kasih atas kesediaan waktunya dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dan akhirnya penulis bisa menyelesaikan Tesis dengan tepat waktu. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan penulis yang sekiranya kurang berkenan.
4. Ibu Dr. Jeni Wulandari, selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas kesediaan waktunya dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dan akhirnya penulis bisa menyelesaikan Tesis dengan tepat

waktu. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan penulis yang sekiranya kurang berkenan.

5. Bapak Dr. Nur Efendi, selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran, petunjuk, arahan dan masukan kepada penulis.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
7. Ibu Dra. Ida Nuraida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Dr. Suropto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Terima kasih telah bersedia menjadi motivator bagi penulis.
9. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan nasehat, arahan, motivasi dan ilmu selama proses pendidikan hingga saat ini.
10. Seluruh para dosen Program Studi Magister Ilmu Administrasi, yang tidak bisa sebutkan satu-satu saya mengucapkan terimakasih banyak untuk semua ilmu yang telah berikan selama perkuliahan.
11. Staf Jurusan Program Studi Magister Ilmu Administrasi, terima kasih atas bantuannya selama ini.
12. Kedua Orangtua Penulis, Ibu Suratmi dan Bapak Erwan yang tercinta, karena do'a, dukungan, motivasi dan arahan serta pengalaman hidup ini yang menjadikan penulis dapat menyelesaikan tulisan ini, serta untuk adikku Nur Laila, jadi anak soleha ya sayang semoga kamu bisa jadi jaksa yang mengerti keadilan dan dapat meneruskan cita-cita Bapak.

13. Ayahanda Dr. Eng Admi Syarif dan Ibunda Yulia Kusuma Wardani, terima kasih atas kasih sayang kalian kepada penulis, dan motivasi serta pembelajaran sehingga penulis dapat menjalani kehidupan yang indah ini. Tasya sehat terus dek jadi anak soleha dan jadi kebanggan Yanda dan Bunda dek. Mba Tina, makasih udah jadi teman bareng-bareng dirumah Bunda dan Yanda.
14. Wo Riya terimakasih kebersamaan kita, terima kasih atas kepeduliannya, manajemen Nuwono Tasya (Yessi, Yusuf, Heri,) terima kasih sudah baik sama aku, aku sayang kalian semua.
15. Teman-teman MIA Bisnis (Aprida, Beb Jami, Arnika, Senja, Putri, Kiki, Delina) yuk kita semangat lulusin kuliah kita.
16. Teman-teman MIA 2018 (Bang Guruh, Bang Pindo, Bang Ismail, Bang Yori, Bang Munawar, Bang Fauzi, Bli Putu, Bang Burhan, Bang Rifki H., Bang Rifki, Mba Yuyun, Mba Dewi, Mba Dian, Mba Lisa, Mba Irma, Kiana, Yunia, Ade Maulidya, Mba Sella, dan Intan) Sukses selalu untuk kita semua.
17. DoReMi Team (Tria, Ajeng, Happy,Vita, kak Ika, kak Fatin, umi Qonita, Fajar, dan Regina).
18. Untuk calon imamku, kupersembahkan perjuangan ini untuk keluarga kita. Ini adalah salah satu ikhtiarku untuk menjadi pendamping terbaik dan menjadi madrasah bagi anak-anak kita nanti.
19. Almamater Universitas Lampung yang telah berkontribusi dalam mendewasakan pikiran, tingkah laku dan cara pandang. Juga sebagai wadah menimba ilmu yang sangat berharga bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah serta karunianya kepada penulis. Tak lupa shalawat serta salam tercurah kepada nabi besar Muhammad SAW, sang motivator dan inspirator bagi penulis untuk selalu ikhlas dan bertanggungjawab dalam melakukan segala hal. Atas kehendak dan kekuasaan dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Model Kolaborasi Antar Aktor Dalam Pengembangan Ekosistem Industri Kreatif (Kajian Sub Sektor Kuliner di Kota Bandar Lampung)**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada program studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis berkenan menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan dan penyempurnaan Tesis ini. Sehingga Tesis ini lebih berbobot sebagai sumbangan Karya Tulis Ilmiah yang bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Bandar Lampung, 20 April 2022

Penulis

UMI LESTARI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
SANWACANA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB. I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB. II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Grand System Theory	11
2.2 Ekosistem Industri	13
2.2.1 Aktor-aktor Ekosistem Industri Kreatif	15
2.3 Industri Kreatif	22
2.3.1 Subsektor Industri Kreatif.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	27
2.5 Kerangka Pemikiran	30
2.6 Proposisi Penelitian.....	33
BAB. III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Objek & Subjek Penelitian	35
3.3 Jenis & Sumber Data	37
3.4 Informan & Teknik Penentuan Informan	37
3.5 Instrumen Penelitian	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Validitas Data	41
3.8 Teknik Analisis Data	43

BAB. IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
4.1.1 Deskripsi Wilayah Penelitian.....	45
4.2 Hasil dan Pembahasan	50
4.2.1 Profile Informan Penelitian	51
4.2.2 Waktu dan Tempat Pengambilan Data	58
4.3 Identifikasi Aktor Yang Terlibat Dalam Pengembangan Kuliner ..	61
4.4 Peran Aktor-Aktor Dalam Pengembangan Kuliner	64
4.4.1 Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Kuliner	64
4.4.2 Peran Aktor Bisnis/ Swasta Dalam Pengembangan Kuliner	74
4.4.3 Peran Aktor Akademisi Dalam Pengembangan Kuliner	98
4.4.4 Peran Aktor Komunitas Dalam Pengembangan Kuliner	106
4.4.5 Peran Aktor Media Dalam Pengembangan Kuliner.....	111
4.5 Model Kolaborasi Ekosistem Industri Kreatif Kuliner	118
BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	128
5.2 Saran	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kontribusi Industri Kreatif di Beberapa Negara	2
Tabel 1.2 Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung Tahun 2016	5
Tabel 4.1 Waktu dan Tempat Wawancara	56
Tabel 4.2 Waktu Observasi kepada Aktor Bisnis/ Swasta	57
Tabel 4.3 Media Promosi Aktor Swasta	80
Tabel 4.4 Peran Media Dalam Pengembangan Industri Kuliner	108

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Persentase Industri Kreatif Terhadap PDB Menurut Subsektor	3
Gambar 2.1 Gambar Sistem Terbuka	12
Gambar 2.2. Ekosistem Industri Kreatif	14
Gambar 2.3 Triple Helix I	16
Gambar 2.4 Model <i>Triple Helix</i> II	16
Gambar 2.5. Model <i>Triple Helix</i> III	17
Gambar 2.6 Kolaborasi <i>Quadruple Helix</i>	18
Gambar 2.7 Kolaborasi Pentahelix	18
Gambar 2.7 Persentase Komunitas Kreatif di Indonesia	21
Gambar 2.8 Kerangka Pikir	32
Gambar 3.1 Model Interaktif Miles & Huberman	44
Gambar 4.1 Event Lomba Kuliner Jajanan Pasar oleh Pemerintah	65
Gambar 4.2 Tampilan Makanan dan Minuman Akabay Kafe & Resto	77
Gambar 4.3 Menu Minuman dan Makanan Dr.Koffie	49
Gambar 4.4 Menu Makanan Encim Gendut	49
Gambar 4.5 Menu Batagor Harum Sari	68
Gambar 4.6 Bar Akabay Kafe & Resto	80
Gambar 4.7 Ulasan Konsumen Akabay	82
Gambar 4.8 Trophy Juara 1 Binaan BI dan Ulasan Google	82
Gambar 4.9 Ulasan Konsumen dari Google Local Guide	83
Gambar 4.10 Ulasan Konsumen Batagor Harum Sari	84
Gambar 4.11 Review Kuliner	86
Gambar 4.12 Festival Kuliner Lada Hitam dan Kopi Lampung	90
Gambar 4.13 Toko Online APJI Lampung	91
Gambar 4.14 Flayer Event Kuliner	91
Gambar 4.15 Festival Kuliner Night Market	92
Gambar 4.16 Model Kolaborasi Antar Aktor	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah gelombang keempat tahapan pembangunan ekonomi setelah ekonomi pertanian, industri, dan informasi. Ekonomi kreatif akan menjadi sektor ekonomi penting di masa depan, dikarenakan berbasis kreativitas dari orang-orang kreatif yang merupakan sumber daya terbarukan. Melalui ekonomi kreatif, dapat memajukan citra dan identitas bangsa, mengembangkan sumber daya yang terbarukan, dan mempercepat pertumbuhan inovasi dan kreativitas di dalam negeri. Di samping itu, ekonomi kreatif juga telah memberikan dampak sosial yang positif, termasuk peningkatan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan, dan peningkatan toleransi sosial (Kemenpar RI, 2015: 16).

Ekonomi kreatif memiliki bagian di dalamnya. Salah satu bagian tersebut adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan bentuk pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu dengan cara menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Industri kreatif di Indonesia memiliki 16 subsektor antara lain: Aplikasi dan Game, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Fesyen, Desain Produk, Film,

Animasi & Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Televisi & Radio, Seni Pertunjukan, dan Seni Rupa (KemeneparRI: 2015).

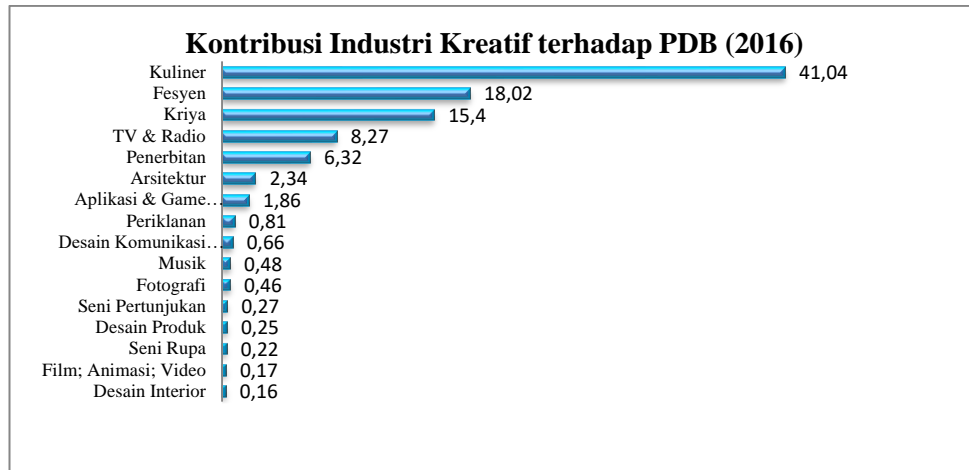
Di Indonesia, industri kreatif menunjukkan peran dan kontribusi yang signifikan terhadap beberapa aspek diantaranya: kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, terhadap produk domestik bruto (PDB), besaran ekspor produk-produk ekonomi kreatif, *forward and backward linkage* dalam sistem produksi dan hak cipta bagi pelaku industri kreatif (Sugiono, 2019; Nuraini & Bagja, 2019). Adapun kontribusi industri kreatif terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Kontribusi Industri Kreatif Terhadap PDB Nasional dan Penyerapan Tenaga Kerja

No	Tahun	PDB (RP)	Tenaga Kerja (Jiwa)	Keterangan
1	2011	581,54 Triliun	13.45 Juta	
3	2012	638,39 Triliun	14.49 Juta	
4	2013	708, 27 Triliun	14.73 Juta	
5	2014	784,87 Triliun	15.17 Juta	
6	2015	852,56 Triliun	15. 96 Juta	
7	2016	922, 59 Triliun	16.91 Juta	
8	2017	1.009 Triliun	17. 43 Juta	
9	2018	1.106 Triliun	18.1 Juta	Sementara
10	2019	1.21 Triliun		Prakiraan

Sumber: BPS dan Bekraf RI data diolah (2019)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2011-2019, kontribusi industri kreatif terhadap PDB mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Demikian juga, kontribusi industri kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja mengalami peningkatan. Kontribusi Industri Kreatif tersebut tersebar dalam enam belas subsektor pada gambar 1.1 berikut ini:



Sumber: Bekraf RI (Publikasi 2018)

Gambar 1.1 Persentase Industri Kreatif Terhadap PDB Menurut Subsektor

Grafik di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga subsektor industri kreatif yang memiliki kontribusi besar terhadap PDB nasional, yaitu kuliner, fesyen dan kriya. Subsektor kuliner memiliki kontribusi tertinggi yaitu 41,04%. Kreatifitas pada subsektor kuliner menstimulasi tumbuhnya perusahaan yang bergerak pada subsektor ini. Bahkan, kontribusi jumlah perusahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif dari tahun 2010-2013 mencapai rata-rata 56,09% (Lazuardi & Triady, 2015).

Selain di Indonesia, beberapa negara lain seperti Italia, dan dua negara bagian Amerika Serikat (Washington DC dan Mississippi), menjadikan kuliner sebagai bagian dari industri kreatif (Lazuardi & Triady, 2015). Di Indonesia, Istilah kuliner baru terdengar di kalangan masyarakat sejak tahun 2005 (Lazuardi & Triady, 2015). Kuliner merupakan subsektor yang potensial bagi sektor lainnya. Kuliner juga mempunyai peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa Indonesia (Kemenpar RI, 2015).

Subsektor kuliner merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk. Upaya tersebut dilakukan untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen (Lazuardi & Triady, 2015). Berdasarkan pengertian tersebut, Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) pada tahun 2011 membagi 12 klasifikasi kuliner berdasarkan jenis usaha yang dijalankan. Klasifikasi usaha kuliner tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2. Klarifikasi Kuliner Berdasarkan KBLI Tahun 2011.

No.	Kode	Klasifikasi	Jenis Usaha
1	56101	Restoran	Usaha makanan yang memiliki tempat secara menetap dan telah mendapatkan izin sebagai Restoran atau Rumah Makan.
2	56102	Warung Makan	Warung makanan yang memiliki tempat secara tetap. Namun belum memiliki surat izin sebagai rumah makan.
3	56103	Kedai Makanan	Usaha yang menjual makanan siap dikonsumsi, memiliki tempat yang dapat dibongkar pasang (warung tenda).
4	54104	Penyediaan Makanan Keliling Atau Tempat Tidak Tetap	Usaha penjualan makanan secara keliling.
5	56210	Jasa Boga Untuk Suatu Event Tertentu (<i>Event Catering</i>)	Usaha jasa makanan untuk pesanan kantor, rapat, pesta, seminar dan sejenisnya berikut pramusaji yang melayani tamu-tamu.
6	56290	Penyediaan Makanan Lainnya	Usaha jasa makanan yang menyediakan pesanan makanan bagi keluarga, perusahaan transportasi, perkantoran, rumah sakit, sekolah dan sejenisnya dengan adanya perjanjian.
7	56301	Bar	Usaha yang menghadirkan minuman keras dan makanan ringan yang telah mendapat izin dari instansi yang membinanya.

Lanjutan Tabel 1.2

8	56302	Kelab Malam Atau Diskotik Yang Utamanya Menyediakan Minuman	Usaha yang menyediakan jasa pelayanan minum sebagai kegiatan utama di mana menyediakan juga tempat dan fasilitas untuk menari dengan diiringi musik hidup serta menyediakan pramuria.
9	56303	Rumah Makan Atau Kafe	Usaha yang menjual dan menyajikan utamanya minuman untuk umum di tempat usahanya, baik telah mendapatkan surat keputusan sebagai rumah minum dari instansi yang membinanya maupun belum.
10	56304	Kedai Minuman	Usaha yang menjual dan menyajikan utamanya minuman siap dikonsumsi yang melalui proses pembuatan ditempat tetap dan dapat dibongkar pasang, biasanya dengan menggunakan tenda, seperti kedai kopi, kedai jus dan minuman lainnya.
11	56305	Rumah Atau Kedai Obat Tradisional	Usaha yang menyajikan minuman jamu atau obat tradisional untuk umum di tempat usahanya, baik yang telah mendapat izin ataupun belum.
12	56306	Penyediaan Minuman Keliling Atau Tempat Tidak Tetap	Usaha yang menjual dan menyajikan makanan dan minuman dengan cara berkeliling, seperti tukang es doger, tukang es cincau, tukang jamu gendong dan lain-lain.

Sumber: Lazuardi & Triady, 2015.

Ulasan data-data di atas menunjukkan secara nasional, subsektor kuliner sudah menunjukkan perkembangan. Namun, masih terdapat masalah-masalah yang menghambat pertumbuhan subsektor kuliner di Indonesia, termasuk industri kreatif lain pada umumnya, diantaranya masih rendahnya kualitas orang kreatif; Ketersediaan sumber daya alam yang belum teridentifikasi dengan baik; Belum adanya keseimbangan perlindungan dan pemanfaatan sumber daya budaya; Pasar yang belum optimal; Belum tersedia infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif, serta kelembagaan dan iklim usaha yang belum sempurna (Kemenpar RI, 2015).

Berdasarkan permasalahan tersebut, dalam rangka mengembangkan ekonomi kreatif di masa mendatang, diterbitkannya Perpres No. 142 Tahun 2018, tentang rencana pengembangan industri kreatif nasional periode 2018-2025 yang disebut dengan Rindekraf. Rindekraf merupakan pedoman bagi pemerintah pusat dan daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tujuan utama dari Rindekraf adalah pemberdayaan kreativitas sumber daya manusia dan pengembangan usaha ekonomi kreatif yang berdaya saing, sehingga dapat menjadikan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional (Bekraf RI, 2019; Perpres No. 142 Tahun 2018).

Sebagai langkah untuk mewujudkan rencana strategis pengembangan ekonomi nasional sesuai dengan Perpres No. 142 Tahun 2018 tersebut, perlu adanya kontribusi dari setiap daerah untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan menekankan pada kearifan lokal yang dimiliki setiap daerah. Sebagaimana pada Provinsi Lampung contohnya. Provinsi Lampung merupakan salah satu dari keenam daerah yang dipilih untuk melakukan penandatanganan MoU pelaksanaan Rindekraf. Mou tersebut dilakukan oleh Bekraf dan Pemda Provinsi Lampung dalam acara Bekraf Festival pada 5 Oktober 2019 (Yolanda, 2019).

Salah satu kota yang sudah menjalankan industri kreatif di Provinsi Lampung adalah Kota Bandar Lampung. Selain sebagai salah satu kota yang sudah menjalankan industri kreatif berdasarkan data dari BPS Kota Bandar Lampung Tahun 2017, Kota Bandar Lampung juga memiliki sumber daya manusia yang potensial dalam pengembangan industri kreatif (Departemen Perdagangan RI,

2008), dan berdasarkan data BPS (2017), subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung memiliki persentase tertinggi. Sebagaimana terdapat dalam tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.3.
Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung Tahun 2016

No.	Subsektor	Jumlah	Persentase
	Aplikasi dan Pengembang Permainan	55	0,15
	Arsitektur	108	0,30
	Desain Interior	6	0,02
	Desain Komunikasi Visual	2	0,01
	Desain Produk	156	0,43
	Fesyen	5.370	14,87
	Film, Animasi dan Video	5	0,01
	Fotografi	272	0,75
	Kriya	2.819	7,81
	Kuliner	26.118	72,32
	Musik	281	0,78
	Penerbitan	692	1,92
	Periklanan	18	0,05
	Televisi dan Radio	21	0,06
	Seni Pertunjukan	104	0,29
	Seni Rupa	86	0,24
	Total	36.113	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017)

Berdasarkan tabel diatas, subsektor kuliner memiliki kontribusi dengan persentase tertinggi yaitu 72,32%, selanjutnya fesyen 14,8%, dan kriya 7,81% terhadap PDRB Kota Bandar Lampung. Walaupun demikian, menurut Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung, di Kota Bandar Lampung masih belum ada gambaran yang jelas mengenai arah kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif (Suryanti, 2019). Dengan demikian, sebagai upaya pengembangan industri kuliner di Kota Bandar Lampung, diperlukan pemetaan terhadap ekosistem kuliner di Kota Bandar Lampung.

Ekosistem kuliner adalah sebuah sistem yang menggambarkan hubungan saling ketergantungan (*interdependence relationship*) antara setiap peran di dalam proses penciptaan nilai kreatif dengan lingkungan sekitar yang mendukung terciptanya nilai kreatif (Lazuardi & Triady, 2015). Terdapat empat komponen utama dalam peta ekosistem ini, diantaranya rantai nilai kreatif, pasar, lingkungan pengembangan, dan pengarsipan. Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat beberapa aktor yang seharusnya berkontribusi dalam mengembangkan ekosistem industri kreatif ini. Adapun aktor yang terlibat menurut Leydesdorff & Etzkowitz (1996), antara lain akademisi, bisnis/swasta, dan pemerintah, atau yang dikenal dengan istilah *the triple helix model*.

Triple helix menjadi salah satu model kolaborasi antar aktor yang dapat mendorong perkembangan industri kreatif di daerah-daerah yang memiliki potensi industri kreatif (Daulay, 2018; Mukhlis, 2018). Namun, seiring dengan berkembangnya lingkungan yang semakin kompleks dan dinamis, proses inovasi dalam pengembangan industri kreatif harus melibatkan aktor lain, yaitu komunitas kreatif (Kemenpar, 2014; Prasyati, 2017; Carayanni, et.al, 2012). Selain keempat aktor tersebut, terdapat aktor lain yang memiliki peran penting dalam pengembangan industri kreatif yaitu media dan disebut dengan perspektif *pentahelix* (Muhyi, et.al, 2017; Candranegara, et.al, 2019).

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan kajian terhadap pengembangan industri kreatif pada berbagai subsektornya. Beberapa diantaranya menjelaskan tentang pemetaan industri kreatif di tingkat kota (Hendarwin

&Kartika, 2018; Gunawan et.al, 2017). Selain itu, terdapat penelitian tentang strategi pengembangan Industri kreatif dengan menggunakan model *triple helix* (Mukaffi, et.al, 2017; Daulay, 2018). Hasil dari beberapa penelitian tersebut, menunjukkan bahwa masih rendahnya kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif.

Berangkat dari kondisi diatas, penelitian ini akan membahas kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner. Penelitian ini akan mengidentifikasi aktor-aktor, peran aktor dan kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, maka pertanyaan pokok pada penelitian dalam rangka tesis ini adalah:

1. Bagaimana peran aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana bentuk kolaborasi ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung?

Selain pertanyaan yang ada diatas, pada saat pengumpulan data akan dikembangkan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat lanjut untuk menjawab pertanyaan pokok diatas dengan memperhatikan situasi dan kondisi di lapangan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui peran aktor-aktor yang terlibat dalam proses pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.
2. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk kolaborasi antar aktor dalam proses pengembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

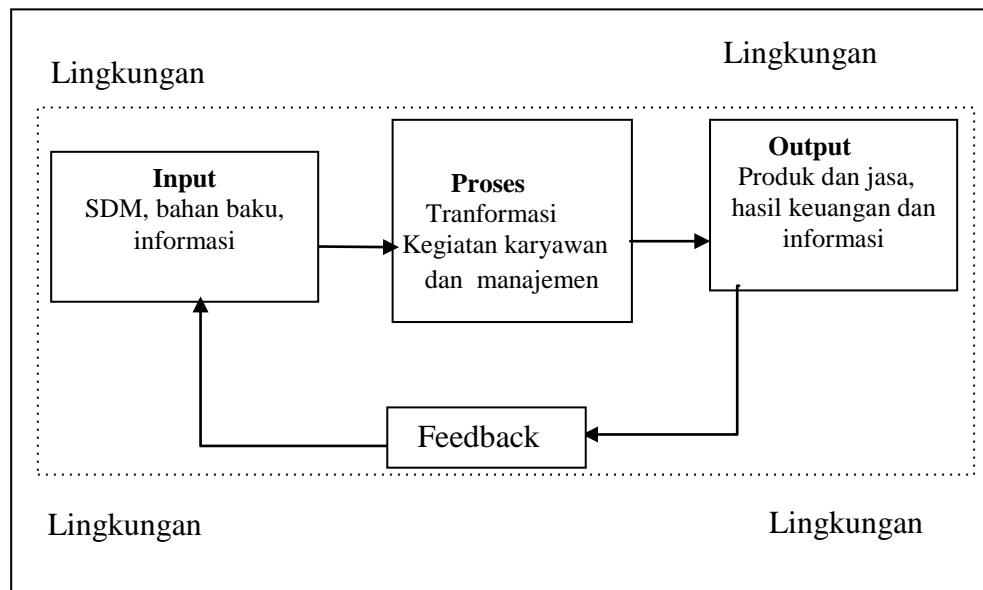
Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap keilmuan Manajemen Bisnis yang fokus pada kajian ekosistem bisnis, yang didalamnya terdapat peran dan bentuk kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini, dapat memberi masukan para *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 General System Theory

General System Theory pertama kali di kembangkan oleh Ludwig Von Bertalanffy sekitar tahun 1940. Bertalanffy mendefinisikan sistem dengan berfokus pada entitas, yaitu suatu objek atau benda (hidup atau mati), eksistensi, dan tujuan (Heryana, 2017). Sistem merupakan kumpulan dari bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling bergantung yang diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu kesatuan (Robbins, 1994). Pendekatan sistem menjelaskan bahwa sebuah organisasi merupakan suatu kerangka kerja dari sebuah sistem (Robbins, 1994). Selanjutnya Robbins (1994) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis sistem yaitu sistem tertutup dan sistem terbuka. Sistem tertutup ditandai dengan tidak adanya interaksi elemen-elemen sistem dengan lingkungan luar. Sedangkan sistem terbuka ditandai dengan adanya interaksi elemen-elemen dengan lingkungan luar. Secara sederhana sistem terbuka dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Robbins (1994).

Gambar 2. 1 Sistem Terbuka

Setiap organisasi memperoleh masukan, melakukan proses transformasi dan menghasilkan keluaran serta tidak mengabaikan lingkungan eksternal organisasi. Untuk melihat keefektifan sebuah organisasi, tidak hanya dilihat dari tujuan akhir suatu organisasi. Akan tetapi, lebih fokus pada cara yang dibutuhkan untuk pencapaian tujuan akhir itu. Untuk itu, perlu adanya kajian-kajian tentang ekosistem organisasi atau ekosistem industri untuk melihat keefektifan sebuah organisasi.

Bronfenbrenner, (1979) menyatakan bahwa sebuah organisasi terbagi atas dua lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal (*internal based view*) atau *inside-out approach*, didalamnya terdapat dua tingkatan yaitu: *Microsystem and Mesosystem*. *Microsystem* merupakan level pertama dalam sebuah organisasi, didalamnya terdapat manajemen organisasi atau *resource base view*. *Mesosystem* merupakan tingkatan kedua

dalam sebuah organisasi. Pada tingkatan ini akan membahas siapa saja yang menjadi relasi antar organisasi sejenis dan siapa saja kompetitor.

Lingkungan eksternal (*external based view*) atau *outside-in approach* yang didalamnya terdapat *Macrosystem*. *Macrosystem* merupakan tingkatan tertinggi yang melibatkan konteks budaya yang lebih besar (misalnya, masyarakat, komunitas) termasuk sistem kepercayaan masyarakat, norma budaya, ideologi, kebijakan, teknologi, pemerintahan, dan politik.

2.2 Industri Kreatif

Industri kreatif diklasifikasikan berdasarkan perannya sebagai warisan, seni, media dan kreasi fungsional (UNCTAD). Industri kreatif adalah aktivitas berbasis kreativitas, bakat dan keterampilan individu, dan memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja dan kekayaan melalui penciptaan dan eksploitasi kekayaan intelektual (DCMS). Definisi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 adalah: Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Industri kreatif sering disama artikan dengan ekonomi kreatif. Tetapi, ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif/ *creative value chain*; lingkungan pengembangan, pasar dan

pengarsipan. Industri kreatif merupakan inti dari Ekonomi Kreatif, dan didefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utamanya. Kemenparekraf RI (2014), menjelaskan bahwa industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari Ekonomi Kreatif, yang terdiri dari *core creative industry*, *forward* dan *backward linkage creative industry*.

Core creative industry adalah industri kreatif yang penciptaan nilai tambah utamanya adalah pemanfaatan kreativitas orang kreatif. Sementara *forward and backward linkage* lebih fokus kepada kemampuan daya ungkit para pelaku industri kreatif yang tersebar ke dalam 16 (enam belas) subsektor yang ada (Sugiono, 2019). *Forward linkage* merupakan kegiatan dimana pelaku usaha dalam subsektor tersebut mampu mendorong sektor lain supaya lebih berkembang. Sedangkan *backward linkage* adalah kegiatan pelaku industri kreatif di sebuah subsektor unggulan membutuhkan sektor lain untuk kelancaran aktivitasnya.

2.3. Subsektor Industri Kreatif

Menurut buku pengembangan industri kreatif menuju visi ekonomi kreatif 2025, yang dipublikasikan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), pengertian ke 16 Subsektor industri kreatif adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi dan Game, merupakan suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain, berumpun balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

2. Film, Animasi dan Video.
 - a. Film merupakan gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.
 - b. Perfilman adalah segala elemen infrastruktur dan superstruktur yang melingkupi dan berhubungan dengan proses produksi, distribusi, pameran, apresiasi, pendidikan film dan pengarsipan.
 - c. Animasi merupakan tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau bernyawa.
 - d. Video adalah sebuah aktivitas kreatif berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*Capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial dan ekonomi.
3. Fotografi, merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk didalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.
4. Periklanan, merupakan industri jasa pengemasan komunikasi suatu produk atau merek melalui media tertentu yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membujuk sasaran sesuai dengan tujuan pemrakarsa. Industri periklanan sudah mulai berkembang tujuannya, yang semula hanya sebagai media untuk memberikan informasi suatu merek atau produk. Saat

ini, periklanan merupakan sarana untuk melakukan *product marketing*, *promotion marketing*, *citra marketing*, *social marketing*, *government relation marketing* and *political marketing*.

5. Arsitektur, merupakan wujud dari hasil penerapan pengetahuan, ilmu teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah ruang dan lingkungan binaan, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang dari tingkat makro sampai dengan tingkat mikro.
6. Kriya/ Kerajinan, merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer.
7. Desain Grafis/ Desain Komunikasi Visual, merupakan proses komunikasi visual yang menggabungkan antara seni dan teknologi dalam mengkomunikasikan gagasan atau ide.
8. Desain Interior, merupakan kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior. Desain interior menyediakan layanan terkait dengan ruang interior yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup, aspek kesehatan, keamanan dan kenyamanan publik serta memiliki nilai estetis.
9. Desain produk, merupakan layanan profesional yang menciptakan, mengembangkan konsep dan spesifikasi. Bertujuan untuk mengoptimalkan fungsi, nilai dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik menurut IDSA (*Industrial Design Society of America*).

10. Kuliner, merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen (Lazuardi & Triady, 2015).
11. Fesyen (*Fashion*) atau mode, merupakan gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok. Dalam hal ini, *fashion* termasuk kategori perubahan cepat.
12. Musik, merupakan segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan dan pertunjukan karya seni musik.
13. Penerbitan, merupakan imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, video atau kombinasinya.
14. Seni Rupa, merupakan penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.
15. Seni Pertunjukan, merupakan cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampilan yang mengolah, mewujudkan, dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan atau tarian tubuh.
16. Televisi dan Radio, merupakan kegiatan yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam

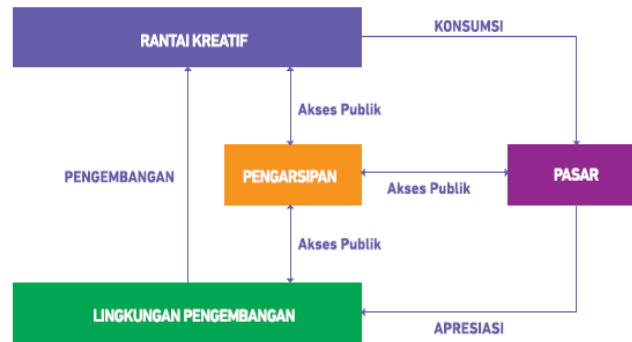
format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

2.4 Ekosistem Industri Kreatif

Ekosistem industri kreatif menjadi salah satu elemen dari ekosistem ekonomi kreatif. Ekosistem ekonomi kreatif menjadi salah satu referensi utama, dengan elemen-elemen sebagai berikut: Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi pusat gagasan dan inisiatif dengan daya cipta, yang menciptakan karya kreatif sebagai hasil ekspresi, ide, gagasan, dan inisiatif tersebut; Produk Barang/Jasa yang menjadi wujud sebuah karya kreatif hasil ciptaan sumber daya manusia kreatif yang siap untuk disampaikan ke para pengguna atau penikmatnya, yang meliputi proses produksi, suplai material, manufaktur, dan sebagainya.

Pasar atau segala hal terkait dengan alur penyampaian produk barang/jasa kreatif kepada pengguna atau konsumennya, yang meliputi jalur distribusi, pemasaran, promosi, hingga ruang-ruang ekspresi dan apresiasi, dan sebagainya; serta Penelitian & Pengembangan, di mana terdapat peran umpan balik (*feedback*) terhadap produk barang/jasa kreatif, dan segala hal terkait berbagai upaya penciptaan karya dan segala elemen pendukungnya, yang lebih baik atau berbeda dari yang sebelumnya.

Dalam buku rencana pengembangan industri kreatif subsektor kuliner tahun 2015-2019, ekosistem industri kreatif digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Lazuardi & Triady (2015).

Gambar 2.2. Ekosistem Industri Kreatif

Untuk menggambarkan hubungan saling ketergantungan ini, maka dibuat sebuah peta ekosistem yang terdiri atas empat komponen utama, yaitu:

1. Rantai Nilai Kreatif (*Creative Value Chain*)

Rantai nilai kreatif adalah rangkaian proses penciptaan nilai kreatif. Di dalamnya terjadi transaksi sosial, budaya, dan ekonomi yang terdiri dari proses kreasi, produksi, dan penyajian.

2. Lingkungan Pengembangan (*Nurturance Environment*)

Lingkungan pengembangan adalah lingkungan yang dapat menggerakkan dan meningkatkan kualitas proses penciptaan nilai kreatif yang meliputi pendidikan dan apresiasi.

3. Konsumen (*Market*)

Konsumen adalah pihak yang mengapresiasi dan mengkonsumsi produk kuliner yang dihasilkan dari rangkaian proses pada rantai nilai kreatif.

4. Pengarsipan (*Archiving*)

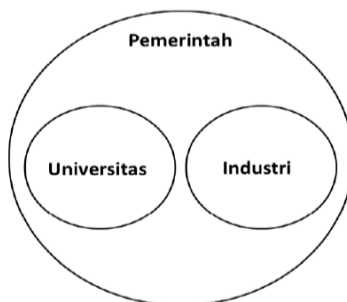
Pengarsipan adalah proses preservasi terhadap hasil kreasi yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh seluruh pemangku kepentingan (orang kreatif, pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku bisnis, komunitas, dan intelektual) di

dalam ekosistem industri kreatif sebagai media pembelajaran dan sumber inspirasi dalam penciptaan kreasi lainnya.

2.5 Kolaborasi Helix Model

Sebagai upaya pengembangan industri kreatif, terdapat beberapa aktor-aktor yang terlibat di dalamnya. Beberapa aktor tersebut diantaranya akademisi, bisnis/swasta, dan pemerintah atau yang dikenal dengan istilah *the triple helix model* (Etzkowitz & Leydesdorff, 1996). *Triple helix* menjadi salah satu model kolaborasi antar aktor yang dapat mendorong perkembangan industri kreatif di daerah-daerah yang memiliki potensi industri kreatif (Daulay, 2018; Mukhlis, 2018). Konsep *Triple helix* dibentuk berdasarkan teori linier yang mengedepankan inovasi dan fokus pada interaksi timbal balik antara akademisi dan industri dalam memahami perubahan inovasi di era ekonomi modern (Momeni et.al, 2019).

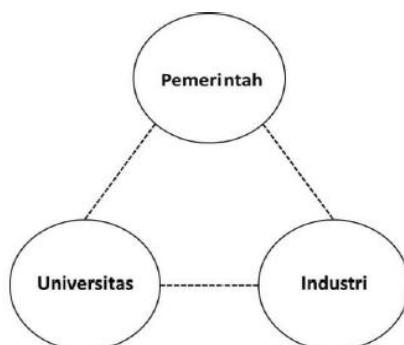
Konfigurasi hubungan antara pihak universitas, industri dan pemerintah dalam konsep *The Triple Helix* ini setidaknya telah mengalami tiga tahap evolusi (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Tahap pertama, *Triple Helix I*, yaitu negara merupakan wadah bagi akademisi dan industri dan mengarahkan hubungan antara keduanya. Dalam penerapannya, model *Triple Helix I* hanya fokus pada peran pemerintah sebagai aktor utama. Sedangkan peran dari akademisi dan bisnis/swasta hanya memiliki peran yang sangat sedikit, inilah yang menjadikan model *Triple Helix I* telah dianggap sebagai model pengembangan yang gagal (Mukhlis, 2018). Model *Triple Helix I* dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut ini.



Sumber: Etzkowitz & Leydesdorff (2000).

Gambar 2.3 Triple Helix I

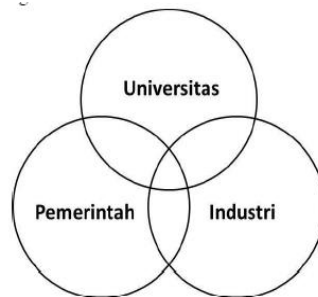
Tahap kedua pada model *Triple Helix II*, pemerintah tidak lagi memiliki peran yang dominan. Sehingga pada model ini akademisi, industri/bisnis dan pemerintah digambarkan sebagai lingkaran terpisah yang memiliki hubungan erat. Model *Triple Helix II* dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Etzkowitz & Leydesdorff (2000)

Gambar 2.4 Model *Triple Helix II*

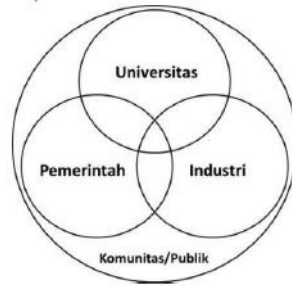
Tahap ketiga pada model *Triple Helix III*, yaitu adanya kolaborasi antara ketiga aktor dalam menciptakan infrastruktur pengetahuan yang dilembagakan dalam suatu institusi/organisasi campuran (*hybrid organization*) dimana setiap pihak memiliki peran yang terkait. Masing-masing pihak secara relatif memiliki kesetaraan dan independensi. Saat ini, sebagian besar negara telah mengadopsi model *Triple Helix III* dan melembagakannya dalam berbagai bentuk yang berbeda-beda (Ivanova, 2014; Mukhlis, 2018).



Sumber: Etzkowitz & Leydesdorff (2000)
Gambar 2.4. Model *Triple Helix* III

Tujuan dari kolaborasi antara pihak universitas, industri dan pemerintah adalah untuk menciptakan suatu lingkungan masyarakat inovatif yang terdiri dari perusahaan (unit usaha) mandiri milik universitas, inisiatif tri-lateral untuk pengembangan ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dan aliansi stratejik diantara berbagai perusahaan (dalam skala/ukuran perusahaan, level teknologi dan wilayah yang berbeda-beda), laboratorium pemerintah dan kelompok-kelompok penelitian akademik (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Mukhlis, 2018).

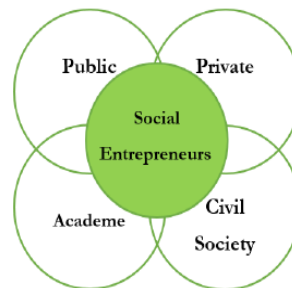
Namun, seiring dengan berkembangnya lingkungan yang semakin kompleks dan dinamis, proses inovasi dalam pengembangan industri kreatif harus melibatkan aktor lain yaitu komunitas kreatif yang disebut dengan *quadruple helix* (Kemenpar, 2014; Praswati, 2017). *Quadruple helix*, merupakan pengembangan *triple helix* dengan mengintegrasikan *Civil Society* serta mengintegrasikan inovasi dan pengetahuan yang diidentifikasi sebagai publik berbasis media dan berbasis budaya (Carayannis and Campbell, 2009). Menurut Mulyana (2014), model *quadruple helix* merupakan kolaborasi empat pemangku kepentingan yakni *government*, bisnis, akademisi, dan *Civil Society*.



Sumber: Ivanova (2014)

Gambar 2.6 Kolaborasi Quadruple Helix

Selain keempat aktor tersebut, dalam perkembangannya terdapat aktor lain yang memiliki peran penting dalam pengembangan industri kreatif yaitu media atau disebut model *pentahelix* (Muhyi, et.al, 2017; Candranegara, et.al, 2019). Calzada (2016) dalam penelitiannya tentang pengembangan smart City di EU Smart City. Dalam penelitiannya, Calzada (2017) membuat sebuah gambaran kolaborasi antar aktor-aktor dengan perspektif *pentahelix* yaitu terlihat pada Gambar 2.7 berikut:



Sumber: Calzada (2017)

Gambar 2.7 Kolaborasi Pentahelix.

Di Indonesia, model *pentahelix* dicanangkan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya serta dituangkan ke dalam peraturan menteri Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2016 tentang pedoman destinasi pariwisata. Selanjutnya, Kepala Badan ekonomi kreatif Triawan Munaf (2018) menjelaskan bahwa kolaborasi antar aktor sangat penting dalam pengembangan ekosistem industri

kreatif. Aktor-aktor tersebut antara lain *Business, Government, Community, Academician*, dan *Media*.

Beberapa penelitian terdahulu Halibas, et.al (2017), Muhyi (2017), menjelaskan terdapat lima aktor yang masing-masing memiliki peran dalam melakukan pengembangan ekosistem industri kreatif diantaranya:

1. Akademisi.

Akademisi merupakan sumber pengetahuan dengan konsep teori-teori terbaru dan relevan dengan bisnis yang dikembangkan pelaku atau *stakeholders*. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, peran akademisi adalah sebagai informan bagi stakeholder. Akademisi memiliki peran sebagai konseptor seperti melakukan standarisasi proses bisnis, serta sertifikasi produk dan keterampilan pada sumber daya manusia.

2. Pemerintah

Pemerintah merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam pengembangan industri kreatif. Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler. Pemerintah memberikan dukungan terhadap pengembangan industri kreatif melalui program pelatihan, transfer pengetahuan, pengembangan infrastruktur, pendirian laboratorium, pusat teknologi, pusat pelatihan, dan konsultasi. Selain itu pemerintah juga bertindak sebagai perizinan, penyedia program-program, undang-undang, pengendalian, pemantauan, pelaksanaan, dan perencanaan serta kebijakan

inovasi publik. Dengan dukungan jaringan inovasi kemitraan publik & swasta dalam pengembangan industri kreatif (Okunji, 2016).

3. *Business / swasta*

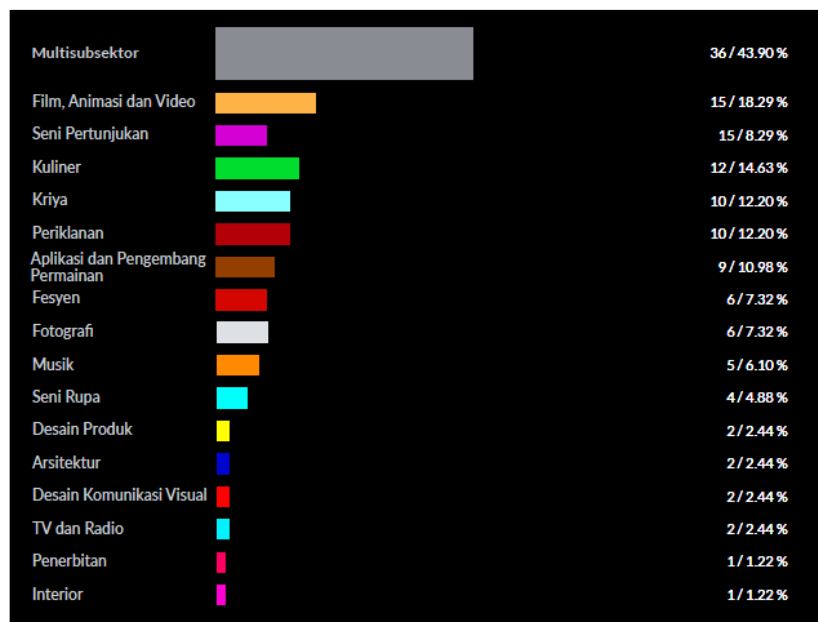
Pihak bisnis atau swasta merupakan satuan yang melakukan proses bisnis itu sendiri atau bisa disebut juga sebagai aktor. Pihak bisnis diberikan kepercayaan untuk melakukan pengelolaan. Bisnis/ swasta adalah pelaku yang menjalankan industri kreatif subsektor kuliner dalam rangka pengembangan dan kemajuan ekonomi suatu daerah dan dapat berkontribusi terhadap PDB serta penyerapan tenaga kerja.

4. Komunitas

Komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan sama-sama memiliki keinginan untuk mengembangkan industri kreatif. Komunitas memiliki peran sebagai akselerator, sebagai perantara dan juga sebagai penghubung dalam proses pengembangan industri kreatif. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan industri kreatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tim Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2018), terdapat 192 komunitas kreatif yang tersebar di 82 Kabupaten/Kota.

Berdasarkan penelitian Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2018), menunjukkan bahwa komunitas tidak selalu mengkhususkan diri pada satu atau lebih subsektor tertentu sehingga akan ditemui persebaran komunitas multi subsektor. Komunitas kreatif tersebut masih terpusat di Pulau Jawa, namun komunitas yang mengasosiasikan diri dengan kegiatan terkait ekonomi kreatif dapat ditemukan di sebagian besar pulau-pulau lain di Indonesia.

Komunitas kreatif yang paling banyak ditemukan di kabupaten/kota di Indonesia adalah Film, Animasi dan Video (15 kabupaten/kota), Seni Pertunjukan (15 Kabupaten/Kota) dan Kuliner (12 kabupaten/kota); sementara yang terendah adalah Penerbitan dan Interior yang masing-masing baru tercatat keberadaannya di suatu Kabupaten/Kota dan itu pun menjadi bagian dari komunitas yang multi subsektor. Berikut ini data persentase komunitas kreatif di Indonesia.



Sumber: Bekraf RI (2018).

Gambar 2.7 Persentase Komunitas Kreatif di Indonesia.

5. Media

Media memiliki fungsi yang sangat penting sebagai pemberi informasi, hiburan, dan sebagai pengontrol. Sosial media merupakan perangkat promosi yang mencakup aktivitas periklanan, *personal selling*, *public relation*, informasi dari mulut ke mulut, dan marketing serta berperan kuat untuk mempromosikan dan membuat *brand image*.

Dalam proses pengembangan ekosistem industri kreatif, pemerintah diharapkan mampu memberikan kemudahan dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner. Selain itu, pemerintah diharapkan mampu mendukung semua stakeholder dalam pengelolaan dan pengembangan industri kreatif subsektor kuliner. Dalam menciptakan ekosistem industri kreatif diperlukan suatu koordinasi antara aktor-aktor pemerintah, bisnis/swasta, komunitas, akademisi dan media. Dalam rangka mengembangkan potensi industri kreatif, kolaborasi antar aktor-aktor ini biasa disebut dengan penerapan model *Pentahelix*. Dengan adanya model kolaborasi antar aktor tersebut, diharapkan mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi serta dapat memberikan dampak positif mencapai peningkatan PDRB dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja di Kota Bandar Lampung.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini diantaranya: Daulay (2018), Kartika et.al (2018), Yuniningsih et.al (2019). Rujukan pertama yaitu jurnal yang ditulis oleh Daulay (2018), tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan industri kreatif di Kota Medan dan melihat proses kolaborasi *triple helix* dalam pengembangan industri kreatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Strategi yang digunakan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Dalam penelitian ini membahas proses kolaborasi tiga aktor (Akademisi, *Business/Swasta, Government*).

Pada penelitian ini didapat hasil bahwa industri kreatif subsektor kuliner menduduki peringkat pertama, disusul oleh fashion ada peringkat kedua dan kriya di peringkat ketiga. Selanjutnya Pola interaksi ketiga aktor (pelaku UMKM, pemerintah dan akademisi) haruslah melakukan kolaborasi dan simbiosis secara mutualisme dalam mendesain maupun mengembangkan UMKM kreatif. Strategi pengembangan para pelaku UMKM ekonomi kreatif adalah dengan strategi agresif atau strategi SO yaitu menggunakan kekuatan untuk mencapai peluang.

Rujukan penelitian kedua adalah jurnal yang ditulis oleh Kartika (2018), Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan subsektor kuliner ekonomi kreatif Kota Pontianak pada tahun 2017 berdasarkan pendekatan Ekonomi Kreatif Indonesia Klasifikasi Industri (ISIC) dan struktur-perilaku-kinerja (SCP). Penelitian ini juga memetakan karakteristik subsektor kuliner pelaku ekonomi kreatif berdasarkan usia dan pendidikan, serta mengamati kreativitas subsektor kuliner di Kota Pontianak.

Pada penelitian ini membahas tentang ekosistem industri kreatif yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014). Selain itu, pada penelitian ini juga menekankan pentingnya peran aktor-aktor dalam pengembangan industri kreatif. Pada penelitian ini menggunakan konsep *Quadruple Helix*, selain ketiga aktor utama yaitu

akademisi, business dan pemerintah juga melibatkan peran masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian di Kota Pontianak. Pengambilan sampel secara random dengan jumlah 287 sampel. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah ruang lingkup ekonomi kreatif di Kota Pontianak yang sebagian besar adalah restoran, warung, dan kafe. Selain itu, Aktor ekonomi kreatif untuk subsektor kuliner di Pontianak rata-rata berusia 40 tahun dan 51,2% memiliki latar belakang sekolah menengah atas. Kreativitas subsektor kuliner di Kota Pontianak melibatkan koki terlatih, secara rutin membuat menu baru, terdiri dari masakan lokal, memberikan pengalaman kuliner bagi konsumen, dan teknologi yang digunakan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Yuniningsih et.al (2019), Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan model *pentahelix* dalam pengembangan pariwisata di kota Semarang. Teori yang digunakan adalah Teori Aktor Kebijakan dan *Model Pentahelix*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara, observasi dan kepustakaan. Penentuan informan dengan teknik *Snowball* dan *key informan* Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Semarang.

Hasil penelitiannya adalah pengembangan pariwisata kota Semarang menggunakan model *pentahelix* dengan melibatkan kelima aktor utama yaitu akademisi, pemerintah, komunitas, bisnis, dan media massa. Temuan lapangan

adalah Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS) belum optimal. Kerjasama antar aktor model *pentahelix* yang ada di kota Semarang dari hasil penelitian belum optimal.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memiliki tujuan yaitu mengidentifikasi dan mengetahui peran aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif, serta mengidentifikasi model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner. Lokasi penelitian di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

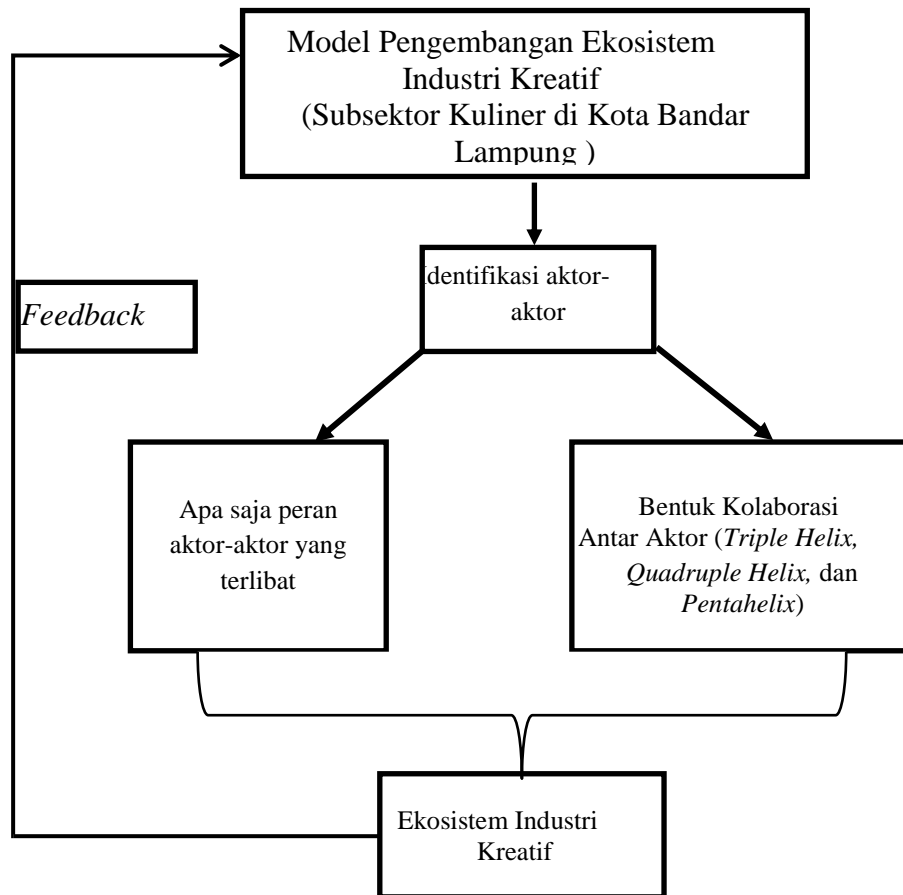
Teori yang digunakan adalah *Grand System Theory* dan *Model Helix*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara, observasi dan kepustakaan. Penentuan informan dengan teknik *Snowball*. Validitas data menggunakan model interaktif Miles and Huberman (1994).

2.7 Kerangka Pemikiran

Industri kreatif di berbagai negara sudah menjadi lokomotif perekonomian baru. Industri kreatif khususnya di Indonesia, walaupun masih berada pada tahap *emerging industry* atau industri yang sedang berkembang, mampu menunjukkan kontribusinya terhadap peningkatan perekonomian nasional. Kontribusi tersebut, setidaknya dapat dilihat dari penciptaan lapangan kerja baru dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Industri Kreatif memiliki enam belas subsektor. Salah satu diantaranya adalah subsektor kuliner. Kota Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Provinsi Lampung, merupakan kota dengan subsektor kuliner sebagai industri terbesar. Akan tetapi, belum terlihat adanya model pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Untuk itu, penulis mencoba untuk mengidentifikasi siapa saja aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Selain itu peneliti juga ingin melihat peran aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Sehingga, peneliti dapat merumuskan bentuk atau model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan grand teori yaitu *General System Theory*, yang di dalamnya akan membahas bagaimana terbentuknya sistem dalam sebuah organisasi atau sebuah usaha. Selanjutnya, peneliti menggunakan teori ekosistem industri kreatif. Kedua teori ini akan merujuk pada *applied theory* yaitu model *helix*. Model *helix* terdapat tiga tingkatan diantaranya *Triple Helix*, *Quadruple Helix* dan *Pentahelix*. Ketiga model helix tersebut digunakan oleh peneliti sebelumnya. Rujukan teori model *helix* digunakan sebagai pedoman atau petunjuk dalam riset yang dilakukan oleh peneliti. Riset yang akan dilakukan dengan tema: Kolaborasi Antar Aktor Dalam Pengembangan Ekosistem Industri Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan penjelasan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 2.8 berikut ini:



Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar kerangka pikir diatas, untuk melihat model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Sebagai langkah awal, peneliti akan melakukan identifikasi terhadap aktor-aktor. Dimulai dari identifikasi siapa saja aktor-aktor yang terlibat, selanjutnya melihat apa saja peran dari aktor-aktor yang terlibat, selanjutnya peneliti dapat mengidentifikasi bentuk kolaborasi antar aktor-aktor tersebut. Setelah melakukan identifikasi, peneliti dapat menyimpulkan bentuk ekosistem pengembangan kuliner klasifikasi rumah minum atau kafe di Kota Bandar Lampung. Dari hasil penelitian ini, akan menghasilkan *feedback* berupa

Model Pengembangan Ekosistem Industri Kreatif subsektor Kuliner di Kota Bandar Lampung.

2.8 Proposisi Penelitian

Berdasarkan uraian dari kerangka pikir tersebut di atas, maka proposisi dalam penelitian ini adalah “Efektivitas Ekosistem Industri Kreatif Subsektor Kuliner Berkait Dengan Kolaborasi Antar Aktor”.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan adalah kualitatif atau disebut juga metode naturalistik Sugiyono (2013). Paradigma kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian yang bersifat alamiah seperti masalah sosial dan kemanusiaan. Penelitian kualitatif penting dilakukan untuk mengungkapkan enam hal diantaranya mendalami makna, memahami dan mendalami konteks, mengidentifikasi fenomena yang belum diantisipasi/*unanticipated phenomena*, memahami proses yang terjadi dibalik fenomena, membangun penjelasan kausalitas/ *causal explanation*, dan mendeskripsikan pola-pola/ *patterns* Creswell (2014). Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu berusaha untuk mengungkap fenomena yang akan diteliti secara mendalam yaitu proses pengembangan ekosistem industri kreatif.

Strategi atau jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case studies*). Secara umum, studi kasus memberikan akses atau peluang yang luas kepada peneliti umum menelaah secara mendalam, detail, intensif dan menyeluruh terhadap unit sosial yang diteliti, Wijaya (2018).

Creswell (2014) mengemukakan pendapat bahwa studi kasus adalah strategi yang dapat digunakan oleh peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Tidak semua objek penelitian dapat diteliti dengan metode studi kasus. Lebih lanjut Creswell (2014) menjelaskan bahwa beberapa objek yang dapat diangkat sebagai kasus dalam penelitian studi kasus adalah kejadian atau peristiwa (event), situasi, proses, program, dan kegiatan lain.

Penelitian yang menggunakan studi kasus memiliki tiga jenis diantaranya studi kasus instrumental tunggal, kolektif atau multi studi kasus, dan studi kasus intrinsik. Dalam penelitian ini, menggunakan jenis studi kasus instrumental tunggal (*instrumental case study*). Hal ini dikarenakan pada penelitian ini hanya mengambil satu kasus yang akan diteliti. Penelitian *instrumental case study* adalah penelitian studi kasus yang dilakukan dengan meneliti kasus untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap suatu kasus (Sugiono, 2018).

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian dapat diangkat sebagai sebuah kasus apabila objek tersebut dipandang sebagai suatu sistem yang dibatasi waktu dan tempat kejadian (Creswell, 2014). Berdasarkan beberapa kriteria di atas, objek yang dapat diangkat sebagai kasus dalam penelitian studi kasus yaitu peristiwa (event), situasi, proses, program, dan kegiatan lain. Agar supaya penelitian ini dapat mencapai tujuan yang sesuai dengan kriteria diatas, maka penelitian ini perlu diperjelas apa yang menjadi fokus/ objek penelitian. Fokus/objek penelitian ini

adalah aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif. Sedangkan lokus/subjek penelitian ini adalah industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

Ekonomi kreatif di Indonesia diharapkan dapat menjadi lokomotif perekonomian nasional. Sehingga dikeluarkan Perpres No 72 Tahun 2015 tentang pengembangan ekonomi kreatif (Kemenparekraf, 2014; Sugiono, 2018). Maka dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan/pemilihan aktor-aktor yang memiliki peran secara langsung dalam pengembangan ekosistem industri kreatif. Kriteria utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah aktor-aktor yang memiliki peran penting terhadap pengembangan ekosistem industri kreatif di tingkat Kota yaitu Akademisi, *Business*/swasta, *Government*, *Community*, *Media* (Kemenpar, 2014; Praswati, 2017; Carayannis & Campbell, 2009; Muhyi, et.al, 2017; Candranegara, et.al, 2019).

Dipilihnya Kota Bandar Lampung sebagai lokus penelitian dikarenakan terdapat beberapa alasan diantaranya (i). Kota Bandar Lampung menjadi salah satu Kota yang sudah menjalankan industri kreatif; (ii). Memiliki sumber daya manusia yang potensial dalam pengembangan industri kreatif (Departemen Perdagangan RI, 2008); (iii) berdasarkan data BPS (2017) subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung memiliki persentase tertinggi.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Noor (2011), data artinya sesuatu yang diketahui dan diartikan sebagai informasi yang diterima tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris, wujudnya dapat merupakan seperangkat ukuran (kuantitatif, berupa angka-angka) atau berupa ungkapan kata-kata (verbal) atau kualitatif. Berdasarkan penelitian studi kasus pada umumnya, dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dalam bentuk verbal/kata-kata/ucapan lisan langsung dari informan tentang fokus penelitian. Data sekunder diperoleh dari dokumen berupa, hasil rekaman suara, video, tulisan, gambar, foto dan literatur.

3.4 Informan & Teknik Penentuan Informan Penelitian

Penentuan informan pada penelitian kualitatif sangat umum digunakan teknik *purposeful sampling*. *Purposeful sampling* merupakan teknik dalam *non-probability sampling* yang berdasarkan kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek yang dipilih karena ciri-ciri tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Jika ingin melakukan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik *purposeful sampling*, maka peneliti terlebih dahulu harus mengidentifikasi strategi *sampling* apa yang akan digunakan (Herdiansyah:2016).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih cara untuk menentukan informan penelitian menggunakan teknik *purposeful sampling*. Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang secara langsung terlibat dalam

pengembangan industri kreatif subsektor kuliner. Informan tersebut terbagi kedalam lima aktor antara lain government/pemerintah, akademisi, bisnis/swasta, media dan komunitas. Peneliti menentukan kriteria calon informan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Akademisi
 - a. Individu-individu yang memiliki fokus riset dan kajiannya pada bidang industri kreatif selama 2-5 tahun.
 - b. Bersedia untuk menjadi informan pada penelitian ini.
 - c. Komunikatif dan objektif.
2. *Government*
 - a. Individu-individu yang berada pada dinas-dinas yang fokus dalam menangani industri kreatif.
 - b. Bersedia untuk menjadi informan pada penelitian ini.
 - c. Komunikatif dan objektif.
3. Bisnis/Swasta
 - a. Individu-individu yang memiliki usaha di bidang industri kreatif subsektor kuliner berupa makanan atau minuman selama minimal 2 tahun.
 - b. Menjual minuman atau makanan yang bahan bakunya berasal dari komoditas lokal Daerah.
 - c. Tidak termasuk ke dalam usaha *Franchise* atau waralaba.
 - d. Lokasi Usaha di kota Bandar Lampung.
 - e. Bersedia untuk menjadi informan pada penelitian ini.
 - f. Komunikatif dan objektif.
4. Komunitas
 - a. Komunitas yang aktif pada bidang industri kreatif subsektor kuliner minimal 2-5 Tahun.
 - b. Bersedia menjadi informan pada penelitian ini.
 - c. Berlokasi di Kota Bandar Lampung.
 - d. Komunikatif dan objektif.

5. Media

- a. Media yang dalam pemberitaannya sering membahas tentang industri kreatif.
- b. Individu-individu di dalam media yang memberitakan industri kreatif.
- c. Individu/kelompok yang menjadi influencer industri kuliner.
- d. Bersedia menjadi informan penelitian.
- e. Komunikatif dan objektif.

3.5 Instrumen Penelitian

Paradigma kualitatif menjelaskan bahwa instrumen dari penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti harus menghayati dan terlibat secara langsung, berinteraksi dengan subjek-subjek yang akan diteliti. Peneliti menggunakan beberapa alat bantu yang umumnya digunakan dalam penelitian agar penelitian berjalan dengan baik. Alat bantu yang digunakan antara lain perekam suara, perekam visual/video recorder, alat tulis dan laptop.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sugiyono (2009) menjelaskan ada bermacam-macam teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan paradigma kualitatif yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi/gabungan. Creswell (2014) menekankan empat hal yang penting dalam penelitian yaitu *setting* (tempat dimana penelitian dilakukan), *actor* (siapa yang diwawancarai dan di observasi), *events* (apa

yang dikerjakan oleh aktor tersebut), dan *process* (proses yang terjadi dalam event) yang dirujuk oleh (Sugiono, 2018).

Dalam penelitian ini, *setting* yang diamati adalah identifikasi peran aktor-aktor dan proses pembentukan kolaborasi dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. *Aktornya* adalah pihak yang terlibat/ pelaksana dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. *Events* yang diamati adalah kolaborasi antar aktor-aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Sedangkan *prosesnya* adalah proses pembentukan kolaborasi dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Selanjutnya teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Melalui wawancara kepada informan dengan kategori *in-depth interview* yang memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Jika dalam perkembangannya (wawancara langsung) informasi yang didapatkan dirasa kurang, peneliti dapat melengkapi informasi melalui *phone interview*, ataupun *chat interview*.
- b. Melalui observasi, pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Dalam hal ini observasi dilakukan secara utuh dalam arti tanpa bantuan dari partisipan (Creswell, 2014).
- c. Studi kepustakaan dan Dokumen, studi kepustakaan diambil dari berbagai literatur yang terkait dengan fokus penelitian, membaca dan

memahami dokumen yang dimiliki oleh subjek penelitian baik dokumen yang bersifat publik maupun bersifat privat.

3.7 Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, perlu adanya evaluasi atau pemeriksaan keabsahan data penelitian. Lincoln & Guba (1985) menjelaskan konseptualisasi untuk mengevaluasi hasil penelitian kualitatif adalah dengan melihat tingkat reliabilitas dan validitas data (Utsman, 2017). Konsep validitas digambarkan oleh berbagai hal dalam studi kualitatif. Menurut Winter (2000), konsep validitas bukanlah sebuah konsep tunggal, tetap atau universal, tetapi bukan juga sebuah konstruksi kontingen, namun didasarkan pada proses dan niat metodologi penelitian tertentu. Creswell & Miller (2000) menyatakan bahwa validitas dipengaruhi oleh persepsi peneliti, dan validitas dalam penelitian tergantung paradigma penelitian yang dibangun.

Pengujian keabsahan (validitas) data terdapat beberapa kriteria diantaranya kredibilitas, transferabilitas, audibilitas dan konformitas. Untuk menyajikan data yang dapat dijadikan sebagai pengetahuan, perlu memenuhi beberapa kriteria tersebut diatas. Peneliti harus melakukan pengecekan kebenaran data atau informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data saat melakukan pengumpulan data dan analisis data. Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti menggunakan banyak cara dan berbagai waktu dengan teknik yang berbeda. Teknik yang sesuai dengan paradigma penelitian diatas adalah data

triangulation, yaitu penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data, dalam kasus tunggal.

Menurut Moleong (2017) triangulasi dibedakan menjadi empat macam, yakni triangulasi dengan sumber, triangulasi dengan metode, triangulasi dengan penyidik, dan triangulasi dengan teori. Dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan (triangulasi) melalui sumber data. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, yaitu penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data dalam kasus tunggal.

Adapun untuk pengujian validitas, ditempuh dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan hasil wawancara dengan studi pustaka.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan dalam Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan pada orang lain. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang terdiri dari tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi, sebagai sesuatu yang saling berkesinambungan pada saat sebelum, selama, dan

sesudah pengumpulan data. Tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Peneliti mereduksi data yaitu dengan cara memilih data-data penting, menyederhanakan, dan memfokuskan data-data kasar yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari informan yaitu aktor-aktor model *helix* yang memiliki peran dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

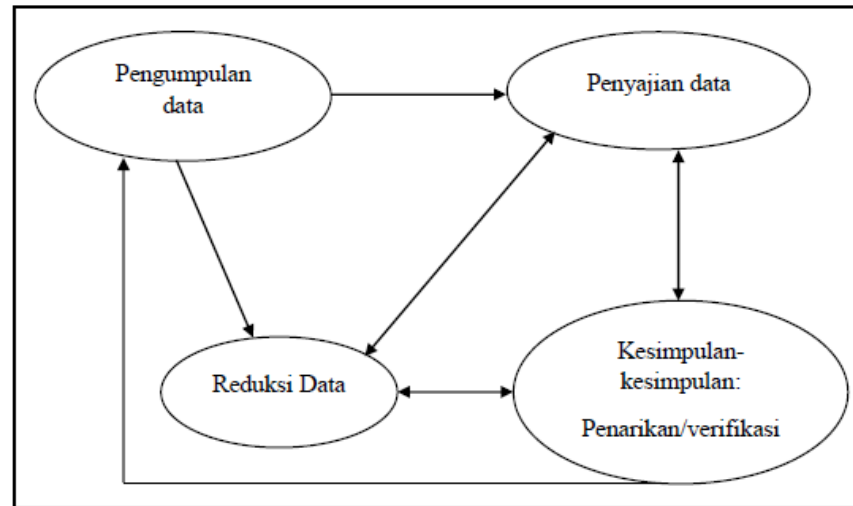
2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah peneliti mereduksi data, langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah menyajikan data. Penyajian data merupakan suatu jalan untuk menyusun dan merangkai suatu informasi/data guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Jadi melalui penyajian data tersebut, data dapat tersusun dalam pola hubungan, terorganisasikan, runut, berhubungan satu sama lain, sehingga data akan semakin mudah dipahami. Dalam menyajikan data wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti merangkai data yang sudah direduksi sehingga peneliti mudah untuk membuat kesimpulan tentang model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

3. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan (*Verification/Conclusion Drawing*)

Peneliti melakukan verifikasi dengan menjelaskan kesimpulan dari data wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah disajikan mengenai

model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.



Sumber: Miles dan Huberman (1994)

Gambar 3.1 Model Interaktif Miles & Huberman

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada bab ini, peneliti akan mengemukakan hasil penelitian dengan judul “Model Kolaborasi Antar Aktor dalam Pengembangan Industri Kreatif (Kajian Sub Sektor Kuliner di Kota Bandar Lampung). Dari hasil penggalian data penelitian pada wawancara, observasi, dan dokumentasi. Simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Industri kreatif kuliner terdiri atas rantai nilai kreatif, konsumen, lingkungan pengembangan dan pengarsipan. Terdapat aktor-aktor yang memiliki peran dalam menjalankan ekosistem industri kuliner. Aktor tersebut antara lain swasta atau industri kuliner, akademisi, pemerintah, media dan komunitas. Dalam ekosistem tersebut aktor yang memiliki peran paling besar adalah swasta dalam hal ini adalah owner usaha kuliner. Aktor media berperan dalam mempromosikan produk-produk kuliner. Aktor pemerintah memiliki peran dalam mengadakan event-event kuliner dan mempermudah perizinan usaha. Komunitas yang berkaitan dengan kuliner memiliki peran dalam mensupport kegiatan kuliner dan juga mempromosikan kuliner.

2. Kolaborasi yang terbentuk dari hasil penelitian yaitu model ekosistem industri kuliner dengan kolaborasi peran aktor *pentahelix*. Dengan melibatkan peran dari kelima aktor yaitu akademisi, bisnis, pemerintah, media, dan komunitas.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan, serta kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan hendaknya memelihara ekosistem industry kuliner melalui penyusunan desain dan program kebijakan jangka panjang yang membantu mengurangi kelemahan sektor bisnis dan kolaborasi antar aktor. Lebih menguatkan kembali adanya program-program kolaborasi antar aktor-aktor lain, (Yuniningsih: 2019, Purbasari, et all: 2020)..

- b. Bagi Pihak Akademisi

Akademisi dalam hal ini Perguruan Tinggi sebaiknya membuat grand design dan melaksanakan penelitian program berbasis industri kreatif khususnya kuliner di Wilayah Kota Bandar Lampung. Program-program tersebut dapat dilaksanakan secara kerjasama dengan masyarakat lokal pemerintah, inkubator bisnis, komunitas lokal, pasar, dan media-media. Upaya ini untuk mengatasi kecenderungan program penelitian dan masyarakat yang kurang bermanfaat dan berkelanjutan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh Universitas

khususnya untuk industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung, (Purbasari, et all: 2020)

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan agar mampu mencari lebih dalam model kolaborasi yang telah terbentuk dalam pengembangan industri kreatif kuliner. Selain itu, dapat melakukan penelitian dengan konsen sub sektor lainnya pada industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2017. *Bandar Lampung Dalam Angka*
- Candranegara, I. M. W., Mirta, I. W., & Suryana, I. N. M. (2019). *Government Collaboration Of Penta Helix Models In The Management Of Ecotourism D'Bendungan View Telaga Tunjung (Case Study Management of Ecotourism D'Bendungan View Telaga Tunjung in Timpag Village, Tabanan Bali)*. *Iapa Proceedings Conference*, 68. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2019.222>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). "Mode 3" and "Quadruple Helix": Toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3-4), 201-234. <https://doi.org/10.1504/ijtm.2009.023374>
- Carayannis, E. G., Barth, T. D., & Campbell, D. F. (2012). *The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1 (1), 2. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-1-2>
- Creswell, J. W., (2007). *Qualitative Research Designs: Qualitative, Quantitatif, and Mix Method Approaches. Four Edition. Los Angeles: SAGE Publication.*
- Daulay, Zul Asfi Arroyhan. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*. *Jurnal Tansiq, Vol. 1, No. 2.*
- Effendi, Rahmad. (2018). *Analisis Kemanfaatan Informasi Akuntansi Berbasis Akrual pada Laporan Keuangan Pemerintah Daerah: Suatu Studi Kualitatif*. Tesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lampung.
- Etzkowitz, Henry, & Leydesdorff, Loet. (1996). *Emergence of a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*. Forthcoming in *Science & Public Policy*.
- Etzkowitz, Henry & Leydesdorff, Loet. (2000). *The dynamics of innovation: from National Systems & 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations*. *Research Policy*, Vol 29, pp. 109-123.
- Gunawan, et.al. (2017). *Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (Studi kasus industri kreatif di kota Cilegon)*. *Journal Industrial Servicess Vol. 3 No. 1b*
- Halibas, A. S. (2017). *The Pentahelix Model of Innovation in Oman* : 12, 159-172
- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). *Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 58. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i1.24578>

- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Heryana, Ade. (2017). *Sistem: Teori, Pengertian dan Berfikir Sistem Dalam Bidang Kesehatan*. Publikasi Universitas Esa Unggul Prodi Kesmas. Universitas Esa Unggul
- Ivanova, Inga. (2014). *Quadruple Helix System and Symmetry: a Step Towards Helix Innovation System Classification*. *Journal of Knowledge Economy*, Vol 5, pp. 357-369.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Menuju 2025*. www.kemenpar.go.id
- Lazuardi, M., & Triady, S. M., (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Mathison, S. (1988). Why triangulate? *Educational Researcher*, 17(2), 13-17.
- Momeni, F., Arab Mazar Yazdi, A., & Najafi, S. M. S. (2019). *Changing economic systems and institutional dimensions of the Triple Helix model*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0096-1>
- Muhyi, H. A., & Chan, A. (2017). *The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(1), 412. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Mukaffi, Zain, et.al. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi)*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Mukhlis, M. B. (2018). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan dalam Meningkatkan Inovasi Dan Kesejahteraan*. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 1(No.1), 31-43
- Noor. Juliansyah, (2011), *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Pemerintah Kota Bandar Lampung. 2018 *Perubahan RPJMD Kota Bandar Lampung Tahun 2016-2021*.
- Praswati, A. N. (2017). *Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi*. 24 Mei 2017. Muhammadiyah University Press.
- Robbins, P, Stephen. (1994). *Teori Organisasi Struktur, Desain & Aplikasi*. Alih Bahasa Jusuf Udaya. Jakarta. Arcan.
- Sugiono, Arif. 2018. *Penciptaan Model Capabilities Pada Pelaku Industri Kreatif Subsektor Kuliner di Indonesia*. *Disertasi* : Universitas Padjadjaran.

- Sugiono, Arif. 2019. *Dinamika Organisasi di Era Disruptive Sebuah Kajian Substantif dan Kontemorer*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanti. (2019). *Analisis SWOT Untuk Perumusan Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung*. Tesis. Universitas Lampung.
- Utsman. (2017). *Validitas dan Reliabilitas Untuk Mengevaluasi Mutu Penelitian Kualitatif*. 16 Oktober 2017.
<https://www.researchgate.net/publication/320417143>
- Wanna, J., & Shergold, P. (2008). Governing through collaboration. In *Collaborative Governance*. <https://doi.org/10.22459/cg.12.2008.02>
- Wijaya, Hengki. (2018). Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. Sulawesi Selatan: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Winter, G. (2000). A comparative discussion of the notion of validity in qualitative and quantitative research. *The Qualitative Report*, 4(3&4). Retrieved February 25, 1998.
- Yuniningsih, et. al. (2019), Model Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang. *Journal of Public Sector Innovation*, Vol. 3, No. 2, Mei Tahun 2019, (84 – 93)
- Yolanda, Wulandari. Republika, 2019, www.republika.co.id. Diakses pada 14 Juni 2020.
- Zarella, Dan. (2009). *The Social Media Marketing*. Canada: O'Reilly Media.