BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tahapan pengembangan kampung kreatif di Kampung Cibunut. Untuk melihat pengembangan kampung kreatif di perlukan analisis karakteristik masyarakat Kampung Cibunut, analisis permasalahan Kampung Cibunut sebelum adanya inisiasi kampung kreatif, analisis *stakeholder* dalam pengembangan kampung kreatif dan analisis proses pengembangan Kampung Cibunut menjadi kampung kreatif dengan tahapan *The Cycle of Urban Creativity*. Di akhir tahapan tersebut, jika sudah berjalan dengan sebagaimana harusnya, akan memberikan hasil sebuah kesadaran bersama bahwa ruang perkotaan tersebut telah berubah ke arah yang lebih baik.

4.1 Analisis Karakteristik Masyarakat

Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik masyarakat digunakan untuk melihat dan mengembangkan kapasitas masyarakat di kampung kota. Karakteristik masyarakat berkaitan dengan kondisi sosial dan ekonomi nya. Kondisi sosial yaitu identifikasi jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan status kependudukan yang akan mempengaruhi kondisi lingkungan serta kondisi bangunan yang mereka huni. Sedangkan kondisi ekonomi yaitu untuk mengetahui kondisi perekonomian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari serta dalam mengalokasikan dana untuk perbaikan rumah dan lingkungan mereka dengan melihat data jenis pekerjaan dan penghasilan masyarakat.

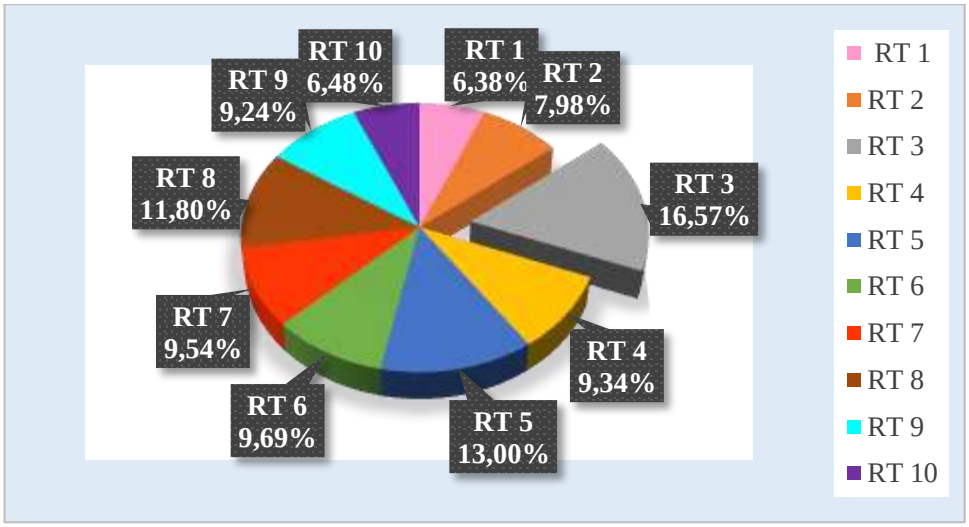
4.1.1 Kondisi Sosial

Dalam kondisi sosial dijelaskan mengenai jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan status kependudukan serta apakah sarana dan prasarana yang ada telah memenuhi kebutuhan masyarakat Kampung Cibunut.

1. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk di RW 07 tahun 2018 adalah 1.992 jiwa. Dengan jumlah penduduk laki-laki 990 jiwa dan jumlah penduduk perempuan 1002 jiwa. Jumlah penduduk tersebut terhitung dari awal tahun hingga bulan juli 2018. Sedangkan jumlah penduduk kampung Cibunut yaitu 1.863 jiwa karena RT 10 tidak termasuk ke dalam Kampung Kreatif Cibunut. Berdasarkan data kependudukan tersebut, diketahui bahwa persentase jumlah penduduk tertinggi adalah pada 03 yaitu 16,57%

dan terendah pada RT 1 yaitu 6,38%.

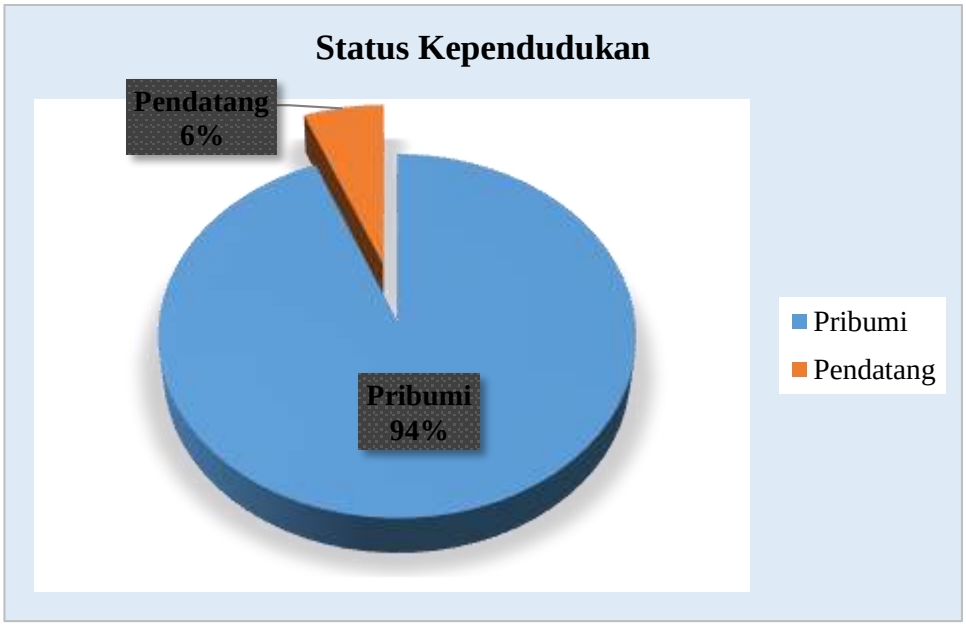


Gambar 4. 1 Persentase Jumlah penduduk Menurut Rukun Tetangga(RT) Di RW 07 Kelurahan Kebon Pisang Tahun 2018

Sumber: Hasil Analisis, 2018

2. Status Kependudukan

Berdasarkan hasil observasi, sebagian masyarakat Kampung Cibunut merupakan pribumi.

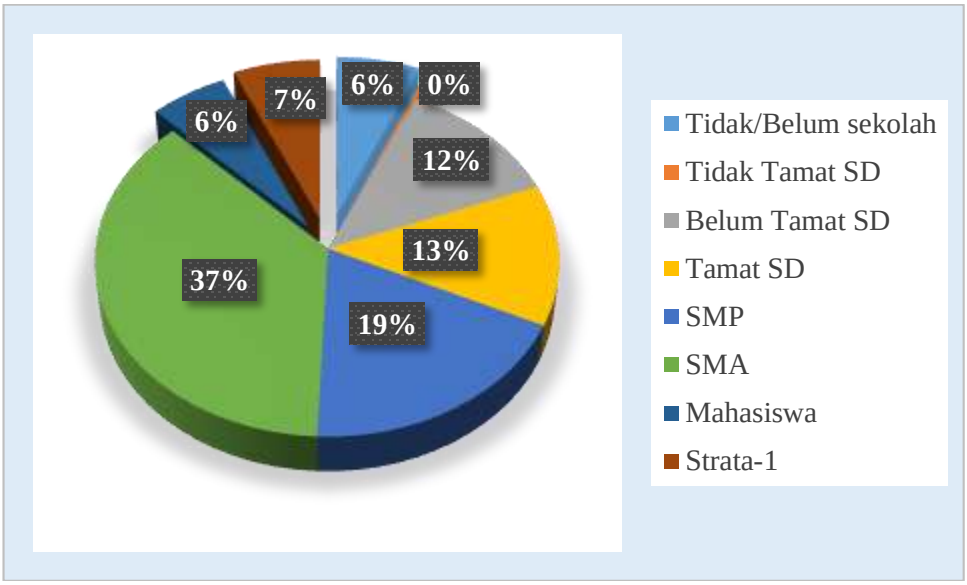


Gambar 4. 2 Status Kependudukan Kampung Cibunut Tahun 2018

Sumber: Hasil Analisis, 2018

3. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar tingkat pendidikan masyarakat Kampung Cibunut adalah SMA, yaitu 37%.



Gambar 4. 3 Tingkat Pendidikan Masyarakat Kampung Cibunut Tahun 2018

Sumber: Hasil Analisis, 2018

4. Sarana

Standar Nasional Indonesia (SNI) tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan adalah standar yang berfungsi sebagai kerangka acuan untuk perencanaan apakah sudah memenuhi kebutuhan masyakat. Jika nilai >1 maka jumlah sarana yang ada tersebut sudah memenuhi SNI, tetapi jika nilai nya <1 maka jumlah sarana yang ada belum memenuhi SNI. Dibawah ini merupakan hasil analisis jumlah sarana sesuai dengan SNI.

Tabel 4. 1 Jumlah Sarana Kampung Cibunut Tahun 2018

Sarana	Jumlah	SNI
TK	1	0.670960816
SD	1	0.858829844
Posyandu	1	0.670960816
Peribadatan	3	4.025764895

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Data sarana diatas menunjukan bahwa jumlah sarana yang sudah memenuhi SNI adalah sarana peribadatan, dengan jumlah 2 masjid dan 1 gereja dengan nilai

SNI >1 yaitu 4.025764896. Sedangkan sarana pendidikan dan kesehatan masih belum sesuai dengan SNI karena nilainya <1.

Gambar 4. 4 Kondisi Sarana Kampung Cibunut



Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

6. Prasarana

Dalam mengidentifikasi karakteristik sosial Kampung Cibunut dilakukan dengan mendeskripsikan kondisi prasarana nya juga. Hal ini karena untuk melihat apakah kondisi prasarana yang ada telah memenuhi kondisi sosial masyarakat Kampung Cibunut. Adapun deskripsi mengenai kondisi prasarana meliputi kondisi jalan, drainase, dan persampahan.

Kampung Cibunut terletak di antara Jalan Sunda, Jalan Veteran dan Jalan Ahmad Yani, sehingga mempermudah aksesibilitas kondisi prasarana di Kampung Cibunut karena terletak di tengah-tengah Kota Bandung yang dilalui oleh jalan utama sehingga dapat diakses dengan banyak transportasi baik umum maupun pribadi. Untuk kondisi jalan di dalam Kampung, berdasarkan hasil kuesioner terhadap masyarakat menunjukan kepuasan walaupun kondisi jalan yang hanya bisa di lalui oleh 2 kendaraan bermotor, karena Kampung Cibunut merupakan permukiman padat.

Drainase di Kampung Cibunut dalam kondisi memadai, setelah adanya KBS dan ditetapkannya menjadi kampung kreatif berwawasan lingkungan masyarakat setempat semakin sadar untuk menjaga kebersihan lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan terutama ke drainase.

Selain drainase, dalam mengelola sampah di Kampung Cibunut diterapkan 2 cara, pertama pengelolaan sampah unorganik dengan memanfaatkan kembali, seperti menjadi pot bunga atau diolah menjadi tas yang terbuat dari bungkus plastik

kopi. Yang kedua pengelolaan sampah organik yang berasal dari sisa makanan, dedaunan, buah-buahan, sayuran, dan lain-lain dengan sistem pengelolaan biodegster, biopori, hole brick, takakura, felita, pipa komposter, lubang pengomposan, tong komposter dan window. Berikut ini titik persebaran pengelolaan sampah unorganik di Kampung Cibunut.



Gambar 4. 5 Titik Persebaran Pengelolaan Sampah di Kampung Cibunut

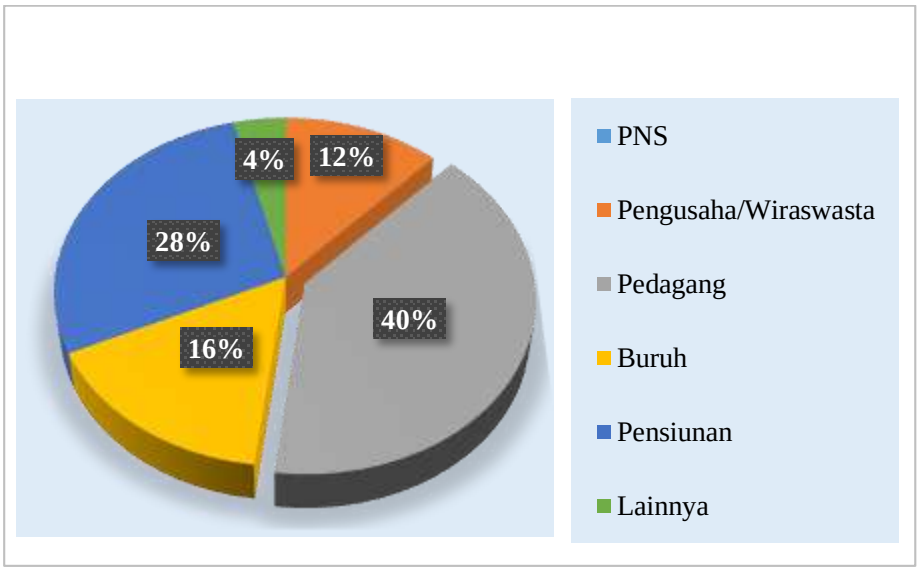
Sumber: Hasil Observasi,2018

4.1.2 Kondisi Ekonomi

Kondisi perekonomian di Kampung Cibunut diidentifikasi melalui jenis pekerjaan dan penghasilan. Gambaran terkait perekonomian Kampung Cibunut digunakan sebagai dasar melihat potensi keberlangsungan sebagai kampung kreatif.

1. Jenis Pekerjaan

Penduduk Kampung Cibunut memiliki status pekerjaan yang beragam. Sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai pedagang. Berdasarkan hasil kuesioner penduduk yang bekerja sebagai pedagang adalah sebesar 40% dan sebagai buruh sebesar 16%.



Gambar 4. 6 Matapencaharian Masyarakat Kampung Cibunut Tahun 2018

Sumber: Hasil Analisis, 2018

a) Penghasilan

Berdasarkan diagram dibawah ini bahwa penghasilan masyarakat kampung Cibunut < Rp 2.000.000 sebesar 48% sedangkan 42% nya berpenghasilan > Rp 2.000.000. Secara keseluruhan penghasilan masyarakat Kampung Cibunut masih kurang dari UMK Kota Bandung tahun 2018 yaitu sebesar Rp 3.019.345.



Gambar 4. 7 Rata-Rata Penghasilan Masyarakat Kampung Cibunut Tahun 2018

Sumber: Hasil Analisis, 2018

4.2 Analisis Permasalahan Kampung Cibunut Sebelum Adanya Inisiasi Kampung Kreatif

Permasalahan utama yang dirasakan oleh Kampung Cibunut adalah kurangnya kegiatan kreatif sebagai wadah terjalinnya interaksi positif diantara masyarakat. Interaksi positif adalah interaksi dalam bentuk kegiatan sosial yang bersifat baik, selain itu keresahan pemuda kreatif akan kondisi fisik lingkungannya. Ide pengembangan kampung kreatif Cibunut terealisasi setelah kampung tersebut berhasil menjadi Kawasan Bebas Sampah (KBS) yang merupakan program turunan dari pemerintah yang di amanahkan kepada Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK). Maka dari itu untuk menganalisis permasalahan di Kampung Cibunut sebelum adanya inisiasi kampung kreatif dapat dilihat berdasarkan kondisi sosial, ekonomi dan lingkungan nya pada saat sebelum adanya KBS, saat adanya KBS dan setelah adanya program KBS. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 2 Permasalahan Kampung Cibunut Sebelum KBS, Saat KBS dan Setelah KBS Berdasarkan Kondisi Sosial, Ekonomi dan Lingkungan

Dimensi Waktu / Aspek	Sebelum KBS (sebelum Tahun 2015)	KBS (Tahun 2015 - 2017)	Setelah KBS (Tahun 2017-sekarang)
Sosial	- Kurangnya interaksi sosial dan kegiatan yang membuat interaksi positif antar masyarakat - Kurangnya kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan	- Kurangnya masyarakat yang memiliki keinginan menghasilkan suatu produk	- Masyarakat belum terlalu peka terhadap perubahan kampungnya dan berpotensi meningkatkan perekonomiannya
Ekonomi	- Banyaknya pengangguran - Pendapatan masyarakat di bawah UMK Kota Bandung	- Masyarakat yang terlalu nyaman dengan kondisi perekonomian yang ada - Kurangnya dana bantuan dalam kegiatan pengembangan kampung kreatif - Kurangnya sosialisasi pendanaan untuk lingkungan - Pendapatan masyarakat di bawah UMK Kota Bandung - Masyarakat belum tahu	- Masyarakat belum bisa memanfaatkan perubahan kampungnya yang dapat meningkatkan perekonomian - Pendapatan masyarakat di bawah UMK Kota Bandung - Hasil produk kreatif yang dihasilkan masih belum terlalu besar sistem pemasarannya -

Dimensi Waktu / Aspek	Sebelum KBS (sebelum Tahun 2015)	KBS (Tahun 2015 - 2017)	Setelah KBS (Tahun 2017-sekarang)
		bagaimana membuat suatu produk yang bernilai jual	
Lingkungan	- Lingkungan yang kumuh - Sampah berserakan - Limbah rumah tangga menyebabkan DAS tersumbat dan mengakibatkan banjir - Fasilitas yang ada tidak memadai - Dinding yang tidak di mural - Rumah warga yang tidak di cat - Tidak ada RTH - Tidak ada lahan parkir yang cukup	- Fasilitas yang ada tidak memadai - Rumah warga yang tidak di cat - RTH tidak memadai - Tidak ada parkir yang cukup untuk wisatawan	- Fasilitas belum memadai - Tidak ada parkir yang cukup untuk wisatawan - RTH belum memadai

Sumber: Hasil Analisis,2018

4.3 Analisis Proses Pengembangan Kampung Kreatif

Tahapan *The Cycle of Urban Creativity* dijadikan patokan dalam melihat tahapan pengembangan kampung kreatif ini dengan melihat posisi kampung yang merupakan bagian dari perkotaan. Berikut ini adalah analisis penerapan tahapan *The Cycle of Urban Creativity* dalam pengembangan kampung kreatif dengan studi kasus Kampung Cibunut.

4.3.1 Tahap 1: Pengembangan Ide Kreatif

Dalam membentuk suatu kampung kreatif, langkah awal yang harus dilakukan adalah memunculkan kreativitas ke tengah-tengah masyarakat kampung tersebut. kreativitas mungkin dimiliki oleh semua orang, tetapi untuk dapat menunjukan kapasitasnya tersebut, seseorang membutuhkan kemauan dan motivasi (Young dalam Manisyah, 2009).

Pengembangan ide kreatif merupakan tahap awal dalam konsep *The Cycle of Urban Creativity*. Tahapan ini merupakan tahapan pengenalan kreativitas pada masyarakat sebagai solusi permasalahan yang terbagi dalam 3 indikator,yaitu keberadaan ide kreatif, pengenalan dan pengembangan kreativitas serta identifikasi masalah dan potensi.

4.3.1.1 Keberadaan Ide Kreatif

Dalam penerapannya di Kampung Kreatif Cibunut indikator keberadaan ide kreatif ini untuk melihat bagaimana munculnya ide kreatif di Kampung Cibunut, adanya aktor yang menginisiasi, serta bagaimana tanggapan baik dari masyarakat terhadap masuknya ide tersebut.

Munculnya ide pengembangan kampung kreatif Cibunut berasal dari pemikiran para pemuda kreatif dan tokoh masyarakat di Kampung Cibunut. Kreativitas yang dimiliki masyarakat Kampung Cibunut sebetulnya sudah ada sejak dulu, namun kreativitas yang dimiliki tidak diterapkan di dalam kampungnya. Sejak dulu masyarakat Kampung Cibunut sudah aktif dalam mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan melukis seperti mural, dan banyak dari mereka yang tergabung dalam beberapa komunitas seni.

> "*Kreativitasan mah sudah ada dari dulu juga, udah kepikiran dari tahun 2013 juga buat merubah lingkungan kampung jadi lebih enak dilihat, kan banyak dari kita bisa lukis, tapi gak tahu gimana cara nerapin dan sosialisasiin ke masyarakatnya, mikir juga mereka mau apa engga ngeluarin uang buat ngecat rumah sama dinding-dinding disini, udah kepikiran punya ide Kampung Cibunut di cat warna-warni tapi mikirin juga gimana caranya kerjasama sama CSR cat buat jadi sponsor, jadinya udah aja cuma sekedar ide, terus keduluan sama Kampung Jodipan yang di Malang"*(PJ, pemuda kampung kreatif Cibunut)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa munculnya ide kreatif yaitu berawal tahun 2013 dari keresahan para pemuda kreatif terhadap permasalahan dan potensi yang ada di Kampung Cibunut. Salah satu bentuk permasalahan yang mendasari adalah fenomena masyarakat kampung yang sudah tidak lagi menjadikan kampung tempat tingggalnya sebagai ruang kegiatan, baik itu dari sisi ekonomi, pendidikan, maupun hiburan. Hal ini mengakibatkan hilangnya interaksi positif di antara mereka. Tidak adanya kegiatan yang memfasilitasi interaksi pofistif tersebut mengakibatkan munculnya interaksi negatif.

Pada tahun 2014, pemerintah Kota Bandung membuat Program Inovasi Pembangunan dan Pemberdayaan Kewilayahan (PIPPK) dengan sasaran di tahun pertama mengenai infrastruktur dan kebersihan, kemudian program tersebut diamanahkan kepada Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kota Bandung dengan program turunannya yaitu Kawasan Bebas Sampah (KBS). KBS merupakan strategi yang dilakukan oleh DLHK agar meminimalisir volume sampah yang diangkut ke TPS, sasaran dari program ini adalah minimal 1 kecamatan di Kota Bandung memiliki 1 kawasan bebas sampah, salah satunya KBS Cibunut.



Gambar 4. 8 Kawasan Bebas Sampah Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Observasi,2018

KBS Cibunut dimulai sejak tahun 2015, saat itu Tini Martini sebagai fasilitator merupakan bagian dari Ikatan Alumni ITB (IA ITB), Alumni SMA3 89 Bandung dan ketua yayasan Gerakan Semangat Selalu Ikhlas (GSSI). Beliau datang dengan program KBS yang bertujuan untuk membenahi dan mengurangi volume sampah yang dihasilkan Kampung Cibunut dengan motto kurangi, pisahkan dan manfaatkan (KANGPISMAN). Dalam penerapan program KBS di Kampung Cibunut, Tini Martini membuat Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dengan nama Orang Hebat Sadar Lingkungan (Oh Darling). Tujuan dari dibentuknya KSM Oh Darling ini adalah sebagai wadah edukasi mengenai pentingnya memilah sampah dan menjaga lingkungan serta menerapkan *Reduce, Reuse dan Recyle* (3R) dalam pengelolaan sampahnya. Kegiatan yang dilakukan oleh Oh Darling adalah edukasi pengelolaan sampah, memilah sampah, daur ulang sampah, serta adanya bank sampah. Bank sampah ini merupakan cara edukasi yang diterapkan Oh Darling untuk mengajak masyarakat Kampung Cibunut berpartisipasi dalam kegiatan kawasan bebas sampah serta mengubah pola pikir masyarakat bahwa sampah juga bisa dikelola bahkan dapat menghasilkan produk yang bernilai jual. Nasabah bank sampah tersebut tidak ada patokan usia, jadi dari anak-anak hingga dewasa pun bisa menjadi nasabah bank sampah.

Kegiatan menabung sampah juga merupakan cara edukasi terhadap anak-anak sejak dini tentang bagaimana pentingnya menjaga lingkungan serta mengasah kreativitas anak-anak dalam kegiatan daur ulang untuk menghasilkan suatu produk dari barang yang sudah tidak terpakai. Menabung di bank sampah dilakukan setiap hari, dan bisa diambil kapan saja sesuai dengan keperluan nasabah, namun rata-rata masyarakat Kampung Cibunut mengambilnya sebelum hari raya Idul Fitri.

4.3.1.2 Pengenalan dan Pengembangan Kreativitas

Pada indikator pengenalan dan pengembangan kreativitas di kampung kreatif, solusi kreatif diperkenalkan pada skala kampung karena jumlah penduduknya tidak terlalu besar. Pendekatan pengenalan ide kreatif, seperti yang dilakukan di Kampung Cibunut dilakukan melalui forum masyarakat dan pendekatan secara *door to door* agar lebih personal. Tujuan forum tersebut adalah membangun pemahaman masyarakat mengenai solusi kreatif serta dapat membangun komunikasi antar masyarakat. Diharapkan dengan adanya komunikasi

tersebut, dapat membuat arah gerak kampung yang baru dengan membawa solusi kreatif didalamnya. Kemudian setelah itu diperlukan program pengembangan kreatif bagi masyarakat agar dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kampung nya sebagai kampung kreatif. Pada tahap pengembangan ide kreatif ini terbagi menjadi tiga indikator, yaitu keberadaan ide kreatif, pengenalan dan pengembangan kreativitas, dan identifikasi potensi dan masalah.

> "*Awal munculnya sebelum saya jadi ketua RW sudah ada ya, ingin menjadikan Kampung Cibunut kampung kreatif berwawasan lingkungan. Kurang lebih 3 tahun yang lalu ya tahun 2015. Jadi dari dulu Cibunut itu sudah kreatif, senior-senior kita dari dulu sudah kreatif. Kampung Cibunut ini sudah terkenal selalu ada acara agustusan dan malam kesenian bahkan artis-artis Kota Bandung banyak yang lahir dari acara kita di malam kesenian. Namun kita tidak hanya ingin mempercantik kampung nya saja, jadi sebelum menjadi kampung kreatif Cibunut terkenalnya dengan KBS, merupakan program DLHK. Dalam perjalanannya memang sangat panjang, namun Alhamdulillah KBS di Cibunut masih eksis sampai sekarang. Karena pemberdayaan masyarakatnya yang baik.* "(HS, Ketua RW 07)
>
> "*Kalau kreatif nya dari dulu, tetapi baru terekspos oleh orang luar dan media nya kurang lebih sejak 3 tahun kebelakang. Karena dari dulu di Cibunut kebanyakan seniman, mereka punya galeri di Taman Sari dan sampai sekarang masih aktif dan berkontribusi. Mural-mural di Cibunut juga merupakan hasil campur tangan mereka di bantu dengan para pemuda karang taruna dan komunitas mural bandung.*"(D, Wakil Sekretaris RT 5)

Inisiasi pengembangan ide kreatif tersebut akhirnya dibantu oleh Tini Martini sebagai fasilitator, yang sudah lebih dulu menjadi edukator kawasan bebas sampah sejak tahun 2015. KBS sudah lebih dulu menarik perhatian masyarakat Kampung Cibunut dengan diadakannya KSM Oh Darling dan pelatihan-pelatihan pengelolaan sampah serta daur ulang sampah untuk menggali potensi kreativitas yang dimiliki masyarakat.

"*Kampung Cibunut tidak di desain untuk menjadi kampung kreatif, jadi*

awal nya saya datang dengan satu misi bahwa saya di amanahkan oleh DLHK untuk membuat kawasan bebas sampah (KBS). Setelah saya gali lebih dalam ternyata Cibunut memiliki potensi luar biasa yang harus kita fasilitasi. Akhirnya bisa seperti ini tidak tergali begitu saja. Jadi sebetulnya kalau kampung kreatif ini munculnya setelah KBS dan ternyata di Cibunut ini memiliki potensi luar biasa dalam menggambar, mendesain dan memiliki keinginan menjadikan Cibunut lebih berwarna. Itu sebetulnya cikal bakal dari kampung kreatifnya. Menurut saya itu tidak menjadi masalah untuk di fasilitasi terlebih dahulu, karena itu salah satu dari tim pendukung KBS."(TM, Ketua Yayasan Generasi Semangat Selalu Ikhlas(GSSI))

Melalui KBS yang ditanganinya, Tini Martini mulai mendapatkan simpati dan kepercayaan dari masyarakat sekitar Kampung Cibunut. Setelah melihat potensi dan masalah yang terjadi pada Kampung Cibunut , pada tahun 2016, Tini membantu para pemuda karang taruna dalam pengembangan kampung kreatif dengan membuat proposal kebeberapa *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* salah satunya adalah Dulux, dengan konsep dari pengembangan kampung kreatif ini adalah mengembangkan kampung kreatif berwawasan lingkungan dengan konsep 1 RT 1 warna dan sistem zonasi mural.



Gambar 4. 9 Konsep Pengembangan Ide Kreatif Pemuda Karang Taruna Kampung Cibunut

Sumber: Proposal Kampung Cibunut,2017



Gambar 4. 10 Konsep Pemuda Kreatif Dalam Pengembangan Kampung Kreatif Cibunut

Sumber: Proposal Kampung Cibunut,2016

Ide yang dimiliki untuk mengembangkan kampung kreatif tersebut tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dan partisipasi dari masyarakat kampung itu sendiri. Untuk itu diperlukan penyebaran atau sosialisasi ide ini kepada masyarakat agar dapat meningkatkan partisipasi masyarakat. Sebagaimana ide baru yang masuk dalam suatu lingkungan, pastinya akan menimbulkan pro dan kontra dari target penerimanya. Begitu pula yang terjadi ketika ide kampung kreatif disampaikan kepada masyarakat Kampung Cibunut.

Masyarakat Kampung Cibunut masih memiliki kecenderungan berpikir secara pragmatis, misalnya dengan tidak melihat manfaat atau dampak jangka panjang dari suatu kegiatan. Hal ini lah yang menjadi awal munculnya kontra pada masuknya ide baru tersebut. masyarakat yang kontra disebabkan karena tidak ingin ada perubahan warna pada tempat tinggal nya dan tidak setuju dengan pembagian warna yang ditetapkan. Langkah nyata untuk mengenalkan kreativitas di Kampung Cibunut pertama kali dilakukan dengan pembuatan mural di dinding rumah warga., kegiatan ini juga tidak lepas dari perlakuan tanggapan pro dan kontra masyarakat Kampung Cibunut.

> "*Dalam proses pengenalan ide kreatif berawal dari konsolidasi ketua RW dan RT, pemuda karang taruna serta PKK dimana masing-masing memiliki program. Pengurus RT dan RW ingin penataan lingkungan, pemuda ingin cibunut lebih berwarna dan pengurus PKK lebih ke posyandu dan pendataan keluarga. Program-program tersebut harus di satukan agar bersama-sama menghilangkan stigma bahwa Cibunut itu kumuh, kotor. Memang jika dilihat 5 tahun ke belakang Cibunut ya seperti itu, sampah masih berserakan, masyarakat menyimpan brangkal dimana saja, ini merupakan kebijakan saya. Minimal lingkungan kita bersih dan masyarakatnya bisa diberdayakan. Dalam pengenalan ide 1 RT 1 warna masyarakat ada yang pro dan kontra,karena tidak semua masyarakat mau rumahnya 1 RT di cat merah semua. Sampai saya membuat surat pernyataan yang ditandatangani oleh masing-masing pemilik rumah menyatakan bahwa tidak masalah rumahnya di cat.. Dalam pengenalan ide tersebut para pemuda karang taruna dan tokoh masyarakat tidak memaksa. Masyarakat yang kontra dibiarkan dengan pilihannya, kita fokus pada*

masyarakat yang bisa diajak menuju perubahan. Namun hal ini lah yang akhirnya membuat masyarakat yang kontra tersebut mengikuti program yang sudah direncanakan.(HS, Ketua RW 07)

Pada akhirnya, Kampung Cibunut dapat menyukseskan ide kampung kreatif tersebut kepada masyarakat adalah dengan terlebih dahulu melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat yang dianggap dapat menggerakan masyarakat. Tokoh masyarakat ini berperan sebagai pihak penerima dengan pikiran yang lebih terbuka terhadap masuknya ide kreatif. Agar ide kreatif tersebut dapat diterima, perlu dilakukan pendekatan secara terus-menerus, tidak memaksa, dan metode pendekatan yang disesuaikan dengan masyarakat Kampung Cibunut. Dalam hal ini diperlukan keterbukaan pemikiran dan toleransi, sebagaimana teori yang disampaikan oleh Florida (2007) untuk membentuk kota kreatif, memang tidak semua masyarakat akan menerima atau menolak ide baru tersebut, tapi dari sekian orang yang sudah mulai menerima masuknya ide tersebut, perlu adanya pemahaman pemikiran akan manfaat yang didapat dengan masuknya ide tersebut.



Gambar 4. 11 Proses Pengecatan di Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Observasi,2018

Setelah tahapan pengenalan ide kreatif tersebut dapat menarik perhatian masyarakat, tahapan selanjutnya yaitu mengembangkan kreativitas kepada masyarakat di dalam Kampung Cibunut. Pengembangan kreativitas ini tidak hanya terdiri dari kegiatan-kegiatan baru, tapi bisa jadi merupakan kegiatan yang dapat

menggali potensi kreativitas yang sudah dimiliki oleh masyarakat Kampung Cibunut. Diharapkan pada langkah ini, masyarakat dapat ikut serta mengembangkan kreativitas mereka dan mampu merumuskan kreativitas seperti apa yang mereka ingin bangun dalam rangka menunjukan kontribusi kreatif untuk kampung nya sendiri.

> "*Tanpa terasa Kampung Cibunut sudah menjadi kunjungan wisatawan dan pertukaran pelajar dari luar negeri. Kemarin ada dari AISEC dan dari SEAP. 250.000 orang berkunjung dan dibagi menjadi 5 kegiatan. Ada yang membuat biopori, ada yang door to door edukasi, door to door collection sampah, ada juga yang cooking class, ada juga mural. Dan mereka sangat mengapresiasi swadaya dan pemberdayaan masyarakatnya. Dan Cibunut juga telah meraih juara 1 dalam lomba pengelolaan sampah yang di adakan balai besar pengelolaaan citarum*"(HS, Ketua RW 07)



Gambar 4. 12 Pelatihan SEAP Kepada Masyarakat Kampung Cibunut Tahun 2018

Sumber: Hasil Dokumentasi Pemuda Kreatif,2018

Sasaran dari kegiatan tersebut adalah untuk mengembangkan potensi masyarakat terutama anak-anak dan para pemuda.

4.3.1.3 Identifikasi Masalah dan Potensi

Pada tahap pertama pembentukan kampung kreatif ini, sebelumnya sudah dijelaskan bagaimana penerapan solusi kreatif di Kampung Cibunut dapat terbentuk dan metode pengenalan dan pengembangan kreativitas masyarakat. Pada dasarnya, kreativitas yang dikenalkan dan dikembangkan pada masyarakat Kampung Cibunut merupakan alat untuk menjawab permasalahan dan mewadahi potensi yang dimiliki.

Permasahalan dalam pengembangan ide kreatif di Kampung Cibunut yaitu masyarakat Kampung Cibunut masih memiliki kecenderungan berpikir secara pragmatis, misalnya dengan tidak melihat manfaat atau dampak jangka panjang dari suatu kegiatan. Hal ini lah yang menjadi awal munculnya kontra pada masuknya ide baru tersebut. masyarakat yang kontra disebabkan karena tidak ingin ada perubahan warna pada tempat tinggal nya dan tidak setuju dengan pembagian warna yang ditetapkan.

Potensi yang dapat di kembangkan di Kampung Cibunut adalah bibit-bibit kreatif yang sudah dimiliki sejak dulu serta kegiatan tahunan yang rutin dilakukan di kampung tersebut.



Hasil mural pemuda Cibunut di Babakan Siliwangi



Acara malam puncak sebagai acara penutup tahunan

Gambar 4. 13 Potensi yang Dapat Dikembangkan di Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Dokumentasi Pemuda Karang Taruna,2017



Culinary Night merupakan acara kuliner sebagai acara menyambut hari kemerdekaan



Karnaval merupakan acara tahunan untuk merayakan hari kemerdekaan

Gambar 4. 14 Potensi yang Dapat Dikembangkan di Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Dokumentasi Pemuda Karang Taruna,2017

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan dan potensi diatas maka dapat disimpulkan masalah dan potensi pada pengembangan ide kreatif di Kampung Cibunut yaitu pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 3 Masalah dan Potensi Kampung Cibunut

Masalah	Potensi
Permasahalan dalam pengembangan ide kreatif di Kampung Cibunut yaitu masyarakat tidak melihat manfaat atau dampak jangka panjang dari suatu kegiatan. Hal ini lah yang menjadi awal munculnya kontra pada masuknya ide baru tersebut. masyarakat yang kontra disebabkan karena tidak ingin ada perubahan warna pada tempat tinggal nya dan tidak setuju dengan pembagian warna yang ditetapkan.	- Acara culinary night dalam rangka menyambut hari kemerdekaan - Karnaval hari kemerdekaan - Acara tahunan menyambut hari sumpah pemuda - Acara malam puncak - Bank sampah - Edukasi pengelolaan sampah - Bibit-bibit kreativitas masyarakat yang sudah dimiliki sejak dulu

Sumber: Hasil Analisis,2018

4.3.2 Tahap 2: Realisasi Ide Kreatif

Tahap ini merupakan tahapan kelanjutan dari sebelumnya, masyarakat Kampung Cibunut telah melalui tahap pengenalan ide kreatif dan pelatihan-pelatihan kegiatan kreatif yang dapat menumbuhkan potensi yang dimiliki masyarakat. Selanjutnya potensi kreatif yang sudah dimiliki tersebut diarahkan pada penciptaan sesuatu yang baru. Tahapan ini disesuaikan dengan hasil identifikasi masalah dan potensi yang telah dilakukan. Pada tahap kedua ini terbagi menjadi 2 indikator yaitu kapasitas menghasilkan produk dan jenis produk kreatifnya.

4.3.2.1 Kapasitas Menghasilkan Produk

Kapasitas menghasilkan suatu produk oleh masyarakat merupakan tahapan lanjutan dari kreativitas yang sudah dimiliki. Pada praktiknya memang tidak semua masyarakat mengikuti tahapan pengembangan kegiatan kreatif, sehingga pada tahapan ini juga tidak semua masyarakat memiliki kapasitas menghasilkan suatu produk kreatif. Dalam rancangan yang disebutkan oleh Ketua RW 07 dalam pengembangan kampung kreatif, setelah masyarakat mengenal kreativitas, mereka diharapkan dapat menciptakan aktivitas ekonomi yang berkelanjutan. Aktivitas ekonomi yang berekelanjutan ini seharusnya diisi dengan kegiatan ekonomi kreatif oleh masyarakat sendiri dan kapasitas kewirausahaan.

> "*Masyarakat Cibunut ini sebenarnya potensial, namun masyarakatnya terlalu terlena dengan iklim, padahal ada sisi potensial menjadi pengusaha, tinggal mau atau tidak meningkatkan perekonomiannya. Cibunut itu edukasi ya, selain door to door kita juga ada pelatihan-pelatihan, sudah ada pelatihan kerajinan dari kain flannel buat ibu-ibu dan anak-anak dengan memanfaatkan dana PIPPK dan pelatihan pembuatan sablon oleh para pemuda karang taruna* " (HS, Ketua RW 07)



Gambar 4. 15 **Kapasitas Masyarakat dalam Menghasilkan Produk**

Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

Pelatihan pembuatan sablon dilakukan oleh para pemuda karang taruna, pelatihan yang diberikan memang belum terlalu berpengaruh dalam perekonomian masyarakat Kampung Cibunut, namun setidaknya sudah lebih berpengaruh terhadap pola pikir kreatif masyarakat. Seperti diakui oleh pemuda kreatif Kampung Cibunut dan Ketua RW 07 bahwa saat ini masih berlangsung proses pengembangan kapasitas masyarakat agar dapat menghasilkan produk bernilai ekonomi.

Kapasitas masyarakat dalam menghasilkan produk selanjutnya yaitu pembuatan tas golf di RT 06. Barang yang dipasarkan sudah sampai Malaysia dan Singapura, namun hanya lewat mulut ke mulut. Jadi belum ada media sebagai wadah untuk pemasaran produk kreatifnya. Menurut pemuda kreatif kedepannya produk yang dihasilkan tersebut akan dipromosikan melalui akun Instagram @cibunutfinest.

4.3.2.1 Produk Kreatif

Pada indikator ini akan dibahas mengenai hasil produk kreatif yang sudah mulai dikembangkan di Kampung Cibunut. Produk kreatif ini merupakan kreasi asli dari masyarakat lokal yang sudah memiliki nilai jual maupun belum. Keberadaan produk kreatif ini merupakan salah satu indikator yang menjadi identitas Kampung Cibunut. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa potensi yang dimiliki Kampung Cibunut adalah keberhasilannya menjadi kawasan bebas sampah yang menghasilkan pelatihan-pelatihan pengelolaan sampah dan kerajinan tangan yang berasal dari sampah non organik seperti tas yang dibuat dari sampah plastik, mural

dengan sistem zonasi dan pewarnaan kampung dengan konsep 1 RT 1 warna serta potensi kreativitas masyarakatnya yang sudah ada sejak dulu. Maka dari itu komoditas kreatif unggulan dari Kampung Cibunut adalah keragaman kreativitas seni mural yang coba diaktifkan kembali oleh masyarakat dan untuk menumbuhkan minat seni mural terhadap anak-anak serta mempertahankan kegiatan tahunan yaitu agustusan dan oktoberan yang sudah berlangsung sejak dahulu. Selain dalam bidang kreativitas tersebut, di Kampung Cibunut yang harus dikembangkan dan dipertahankan adalah pengelolaan sampahnya, saat ini pengelolaan sampah di Kampung Cibunut sudah pada tahap mendaur ulang sampah menjadi suatu produk, namun produk-produk tersebut belum dipasarkan hanya menjadi produk percontohan untuk untuk wisatawan yang datang.

> "*Pemuda itu saya ingin menghasilkan sesuatu ya, seperti kemarin sudah membuat pelatihan sablon, mug. Kita sudah punya pabrik kerupuk, di RT 5."*(HS,Ketua RW 07)



Gambar 4. 16 Produk Kreatif yang Dihasilkan Masyarakat RT 05

Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bahwa produk yang dihasilkan masyarakat Kampung Cibunut sebenarnya beragam. Diantaranya pelatihan sablon, mug, pin, kerupuk, dan juga tas golf. Berikut ini hasil produk kreatif yang dihasilkan masyarakat Kampung Cibunut.



Gambar 4. 17 Tas Golf yang Dihasilkan Warga RT 06

Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

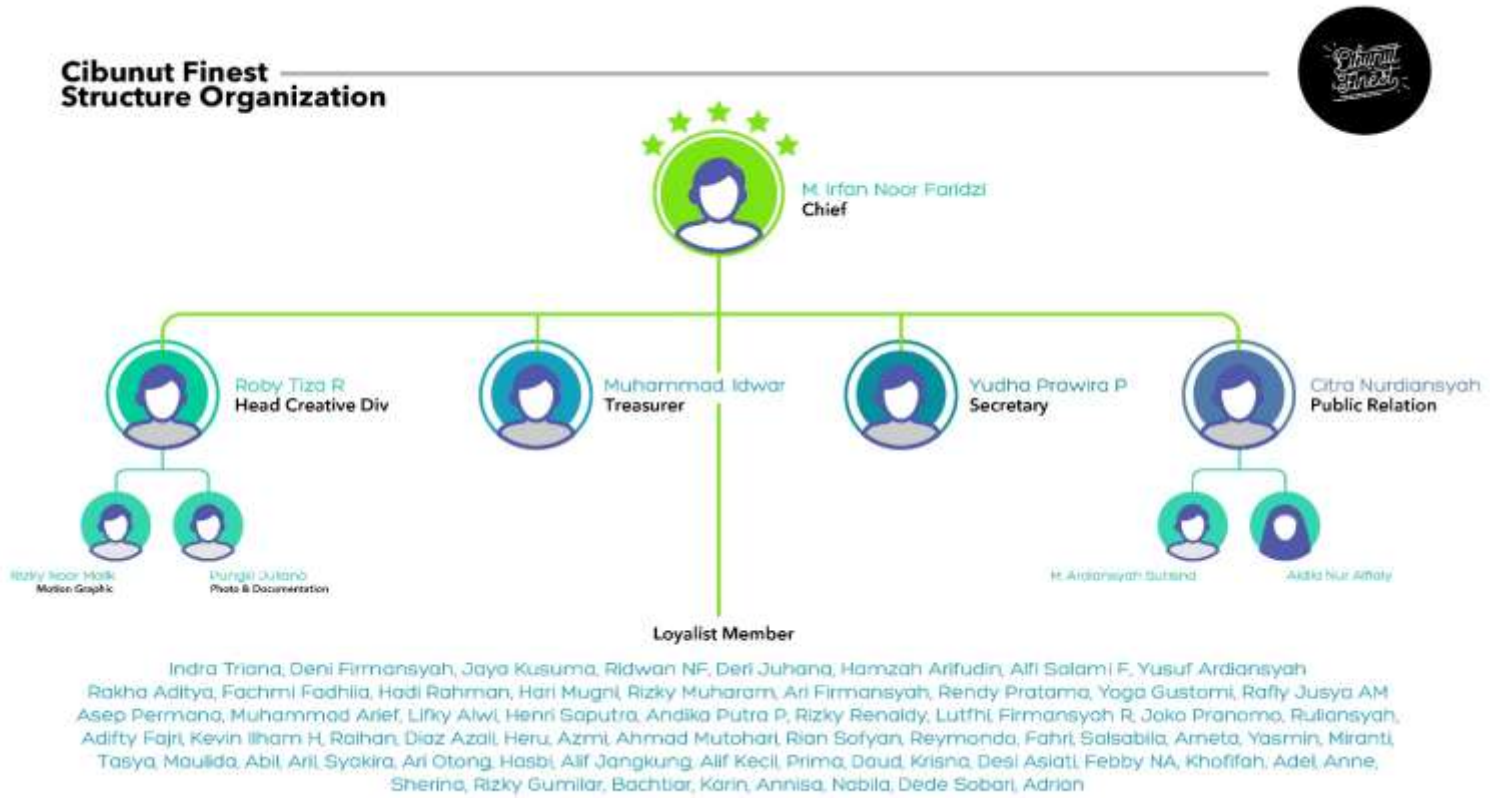
4.3.3 Tahap 3: Penguatan Sistem Pendukung

Tahapan ketiga yaitu penguatan sistem pendukung. Dalam tahapan ini terbagi menjadi 4 indikator yaitu organisasi pengelola, pengembangan kerjasama, sistem pendanaan dan sistem pemasaran. Untuk menjadikan Kampung Cibunut menjadi kampung kreatif berkelanjutan, dibutuhkan kolaborasi sistem pendukung, sebagai tumpuan kerjasama dalam kampung kreatif agar terus berkembang. Sistem pendukung dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu yang berasal dari dalam dan luar Kampung Cibunut.

4.3.3.1 Organisasi Pengelola

Salah satu faktor utama dalam menjaga keberlangsungan kampung kreatif tersebut adalah dengan adanya pengelola yang bertugas sebagai fasilitator, penggerak, dan edukator dalam mengarahkan jalannya program-program kreatif di Kampung Cibunut. Tanpa adanya kolaborasi antar pengelola, akan sulit untuk menjaga keberlangsungan kampung kreatif tersebut. Di Kampung Cibunut, sudah ada organisasi pengelola yang terbagi menjadi 2 yaitu, organisasi RW dan organisasi karang taruna.

Organisasi pengelola kampung kreatif Cibunut dilakukan oleh masyarakat setempat yang terbagi menjadi kepengurusan RW dan kepengurusan karang taruna. Kepengurusan RW cakupan nya lebih luas yaitu mencakup seluruh masyarakat Kampung Cibunut dengan penanggungjawab ketua RW 07 yaitu Herman Sukmana. Kepengurusan karang taruna cakupannya lebih sempit, terdiri atas para pemuda Kampung Cibunut. Berikut struktur organisasi kepengurusan karang taruna di Kampung Cibunut.



Gambar 4. 18 Struktur Organisasi Karang Taruna Kampung Cibunut

Sumber: Data Pemuda Karang Taruna, 2018

4.3.3.2 Pengembangan Kerjasama

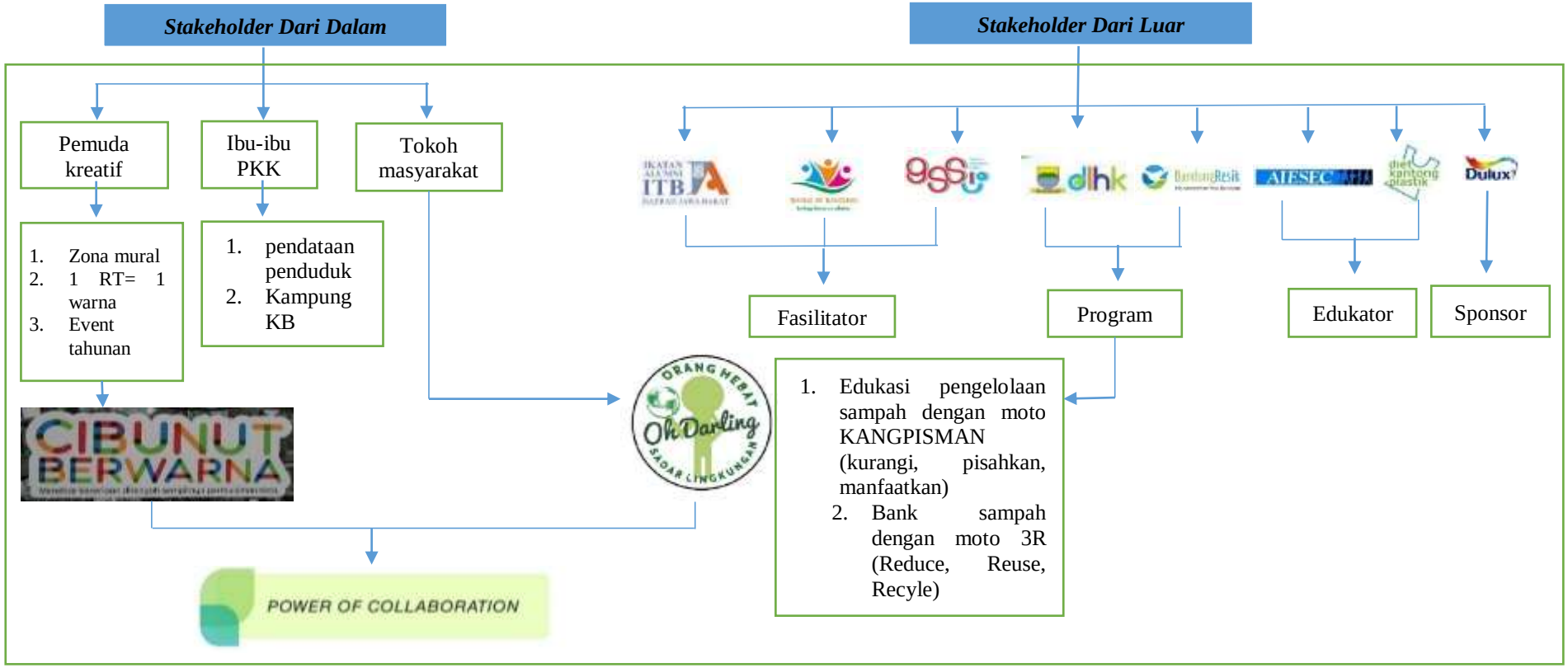
Pengembangan kerjasama dilakukan agar dalam kelangsungan program kreatif tersebut tidak terperangkap dalam satu pemikiran saja. Kerjasama yang dilakukan di Kampung Cibunut diberi nama "*The Power of Collaboration".* Kerjasama ini bertujuan untuk menjaga keberlajutan kampung kreatif tersebut. Manfaat dari kerjasama ini adalah mendapatkan jejaring serta membuka peluang Kampung Cibunut mendapatkan manfaat dari pihak yang diajak kerjasama.

Dukungan dari pemerintah setempat juga didapatkan mulai dari lingkup RW, Kelurahan, Kecamatan, hingga pemerintah Kota Bandung. Keberadaan dukungan ini penting untuk menjaga keberlanjutan kampung kreatif di Cibunut yang sedang berjalan.



Gambar 4. 19 Peresmian Kampung Cibunut Oleh Ridwan Kamil

Sumber: Hasil dokumentasi pemuda karang taruna, 2017



Gambar 4. 20 Stakeholder Dalam Pengembangan Kampung Kreatif Cibunut

Sumber: Hasil Analisis, 2018

4.3.3.3 Sistem Pendanaan

Dalam merencanakan suatu kegiatan yang berkelanjutan, dibutuhkan dukungan dana untuk menopang kebutuhan pengeluaran kegiatan tersebut. pendanaan di Kampung Cibunut saat ini berasal dari kas masyarakat yang dikumpulkan setiap bulan sebesar 5000 per KK serta penarikan secara sukarela setiap akan mengadakan kegiatan.

4.3.3.4 Sistem Pemasaran

Produk kreatif yang sudah dihasilkan tersebut, akan bernilai jika sudah mendapatkan pasar mereka. Untuk itu diperlukan pemasaran untuk mengenalkan produk yang dimilik. Jika produk yang sudah dihasilkan tidak dipasarkan, maka sebagus apapun produk tersebut tidak akan menghasilkan nilai dan meningkatkan perekonomian. Saat ini metode pemasaran produk yang dilakukan pemuda kreatif Cibunut adalah melalui Instagram @cibunutfinest. Metode pemasaran melalui sosial media dianggap efektif karena jangkauanya luas. Metode pemasaran produk selanjutnya yang dilakukan di Kampung Cibunut adalah dengan memasarkan secara langsung kepada wisatawan yang berkunjung. Selain kedua metode pemasaran tadi, acara tahunan setahun sekali yang diadakan di Kampung Cibunut juga merupakan metode pemasaran yang dilakukan di Kampung Cibunut. Pada saat acara tahunan, berbagai produk yang dihasilkan oleh masyarakat ditampilkan, mulai dari produk kreatif hingga usaha kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat. Acara tahunan merupakan kesempatan besar bagi masyarakat untuk dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan karena acara tahunan di Kampung Cibunut merupakan dijadikan sebagai ajang reuni bagi masyarakat Kampung Cibunut yang sudah berpindah tempat.



Gambar 4. 21 Sistem Pemasaran Kampung Cibunut

Sumber: Instagram @cibunutfinest,2018

Target pasar dari setiap produk yang dihasilkan oleh Kampung Cibunut beragam, tergantung produk apa yang dihasilkan. Target pasar untuk produk kreatif yang dihasilkan oleh pemuda karang taruna saat ini adalah antar pemuda kreatif di Kota Bandung sedangkan untuk industri kretaif seperti tas rajut dan tas golf target pasar nya sudah skala nasional. Namun pemasarannya bukan dilakukan oleh masyarakat Kampung Cibunutnya secara langsung, melainkan melalui *reseller*. Sedangkan beberapa produksi rumahan seperti kuliner saat ini masih sebatas pemasaran secara lokal.

> "*Ada pembuatan tas-tas golf di RT 6, itu pemasarannya sudah luas, padahal dibikin di gang. Sekelas SBY saja di Gunung Geulis kalau ada kejuaraan dibikinnya di gang. Hanya saja kurang adanya dukungan untuk memfasilitasi agar produk tersebut terus berjalan."*(HS,Ketua RW 07)

4.3.4 Tahap 4: Penyediaan Ruang Basis Kreatif

Pelaku dan aktivitas kreatif memerlukan sebuah ruang basis bagi mereka, dan juga untuk menjual barang dan jasa milik mereka (Landry, 2008). Ruang basis aktivitas kreatif tersebut sebagai ruang untuk pelatihan membuat suatu produk, melakukan kegiatan kreatif dan juga memamerkan serta menjual produk yang telah dihasilkan.

Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Kampung Cibunut antara lain, pelatihan-pelatihan, industri rumahan, pengelolaan sampah dan acara tahunan. Hampir semua kegiatan memanfaatkan ruang kampung karena memang salah satu latar belakang dibentuknya kampung kreatif Cibunut adalah untuk mengembalikan aktvitas masyarakat ke dalam kampung. Kegiatan pelatihan dan belajar pengelolaan sampah biasanya di lapangan yang berada di RT 05, pelatihan sablon dilakukan di sekretariat RW di RT 09 dan acara tahunan memanfaatkan jalanan di dalam kampung. Hal ini karena terbatasnya ruang yang ada karena permukiman tersebut sudah padat.



Lapangan dan RTH Kampung Cibunut, digunakan sebagai ruang memilah sampah dan penyambutan wisatawan



Sekretariat Kampung Cibunut terbagi dalam ruangan pemuda karang taruna dan posyandu

Gambar 4. 22 Ruang Basis Aktivitas Kreatif Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

Dalam penyediaan ruang basis aktivitas kreatif tersebut, Kampung Cibunut merenovasi ruang sekretariat yang sudah ada, tujuannya yaitu untuk dijadikan kantor RW, sebagai ruang pelatihan kegiatan kreatif dan dijadikan sebagai ruang rapat untuk kegiatan yang diadakan serta untuk wisatawan yang lebih layak.



Aula Kampung Cibunut



Sekretariat Kampung Cibunut yang juga digunakan untuk kegiatan kreatif

Gambar 4. 23 Ruang Basis Aktivitas Kreatif Kampung Cibunut

Sumber: Hasil Dokumentasi,2018

4.3.5 Tahap 5: Evaluasi Penerapan Ide Kreatif

Tahap evaluasi merupakan tahapan terakhir dalam pengembangan kampung kreatif. Pada tahap ini menekankan adanya aktor-aktor dalam mengevaluasi kegiatan yang dilakukan. Evaluasi dilakukan secara terbuka dengan melibatkan *stakeholder* dari dalam dan dari luar serta seluruh masyarkat Kampung Cibunut. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana masyarakat dapat mengimplementasikan solusi kreatif dalam kehidupan sehari-hari. Pada tahap-tahap sebelumnya pemahaman mengenai gagasan kampung kreatif, pelatihan kegiatan kreatif, hingga pembentukan sistem pendukung dan ruang basis kreatif di dalam kampung.

Proses evaluasi di Kampung Cibunut dilakukan setelah kegiatan berlangsung. Dalam setahun ada lebih dari 5 kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya, diantaranya *culinary night* untuk menyambut hari kemerdekaan, agustusan pada hari kemerdekaan, oktoberan untuk menyambut hari sumpah pemuda, rekreasi ke Pantai Pangandaran dan malam puncak yang dijadikan ajang reuni dan silaturahmi bagi masyarakat Kampung Cibunut yang sudah berpindah tempat.

Berdasarkan uraian mengenai penerapan tahapan *The Cycle of Urban Creativity* terhadap pengembangan kampung kreatif Cibunut diatas, maka dapat disimpulkan pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 4 Tahapan Pengembangan Kampung Kreatif

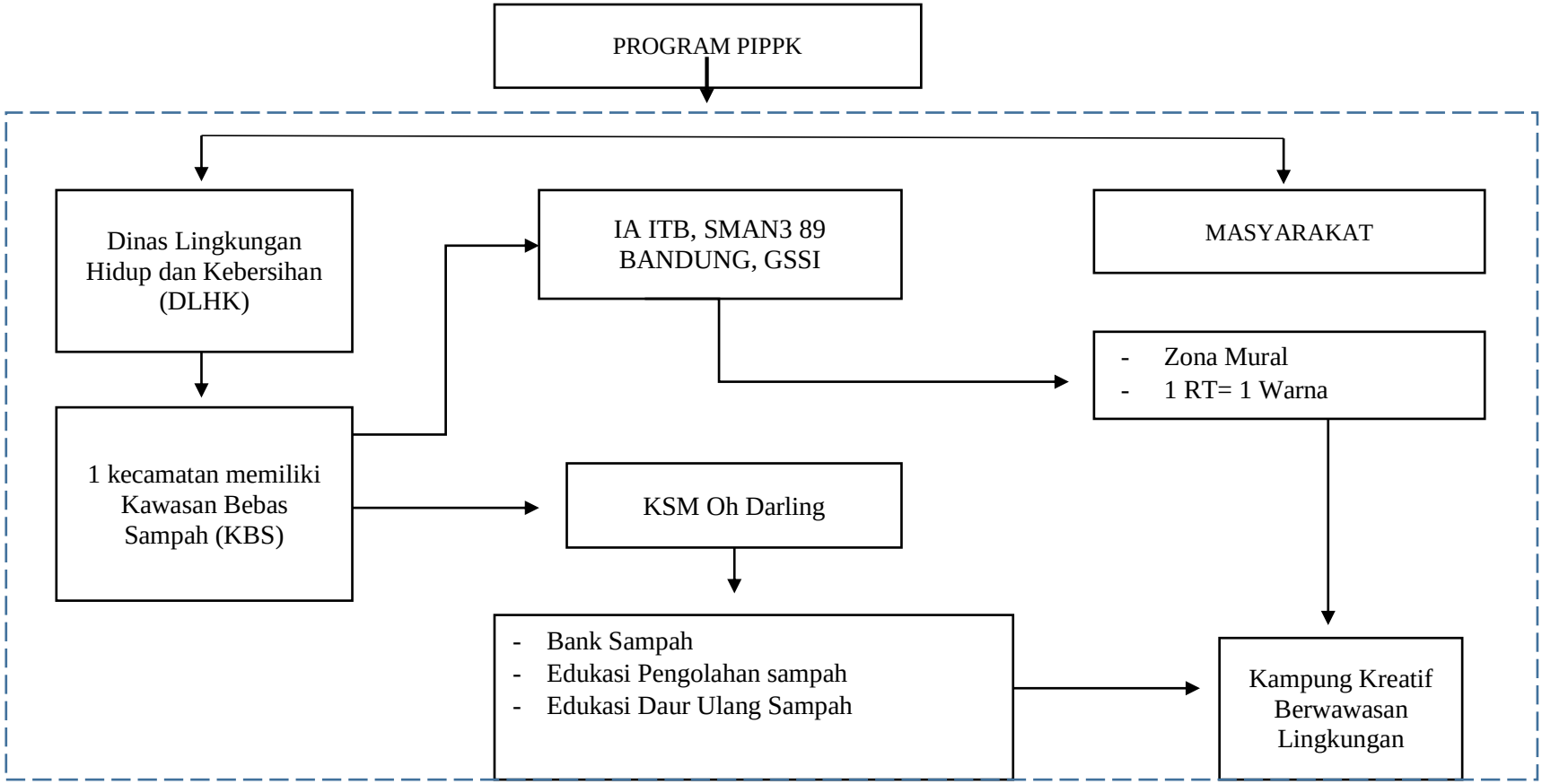
Indikator	Parameter	Hasil
Keberadaan ide kreatif	• Adanya ide kreatif yang muncul	Ibu tini selaku fasilitator melihat adanya potensi dan masalah Kampung Cibunut untuk dikembangkan. Salah satunya potensi kreativitas yang dimiliki masayarakat sejak dahulu,
	• Adanya aktor yang menginisiasi	Berawal dari penggerak kampung, yaitu para pemuda karang taruna yang memiliki ide kreatif yaitu dengan sistem 1 (satu) RT 1 (satu) warna dan dengan seni mural. Dengan konsep kampung kreatif berwawasan lingkungan.
	• Tanggapan baik masyarakat terhadap masuknya ide baru	Tidak semua masyarakat merespon dengan baik, namun sebagian masyarakat mendukung adanya ide kreatif tersebut. masyarakat yang kontra karena tidak yakin program tersebut bisa berjalan dengan baik dan tidak setuju jika tempat tinggal mereka di cat.
Pengembangan ide kreatif	• Terdapat program/kegiatan pengenalan dan pengembangan ide kreatif	Program atau pengenalan ide kreatif dimulai dengan diskusi bersama tokoh-tokoh masyarakat untuk menggali potensi dari masyarakat Kampung Cibunut yang dapat menjadi suatu ide kreatif serta dilakukan pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh para pemuda karang taruna dan beberapa relawan yang secara sukarela mengajar di Kampung Cibunut
	• Teridentifikasinya sasaran masyarakat yang mengikut program pengembangan kreativitas	Pada program ini tidak semua masyarakat Kampung Cibunut ikut berpartisipasi, karena setiap warga memiliki aktivitas yang berbeda. tetapi setiap RT memiliki perwakilan dan program pengembangan kreativitas ini tetap berjalan.
Kapasitas menghasilkan produk	• Terdapat program/ kegiatan pengembangan kapasitas produk masyarakat	Pengembangan kapasitas masyarakat dalam menghasilkan suatu produk belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Hanya pemuda karang taruna Produk yang membuat produkyang dihasilkan baru mug, pin, baju yang dibuat oleh para pemuda karang taruna. Namun mereka berharap agar minimal 1 RT memiliki 1 produk yang dihasilkan sebagai ciri khas. Seperti ibu Ina yang suka membuat tas rajut yang bekerjasama dengan mahasiswa ITB dalam pemasaran nya.
Produk kreatif	• Munculnya beragam jenis produk kreatif	Kampung Cibunut yang lebh dikembangkan adalah produk daur ulang sampahnya. Seperti pembuatan tas, baju. Namun produk ini tidak dipasarkan karena hanya sebagai produk percontohan untuk kunjungan wisatawan. Selain itu produk yang dihasilkan adalah mug, pin, baju yang dibuat oleh para pemuda karang taruna. Namun mereka berharap agar minimal 1 RT memiliki 1 produk yang dihasilkan sebagai ciri

Indikator	Parameter	Hasil
		khas. Seperti ibu ….. yang suka membuat tas rajut yang bekerjasama dengan mahasiswa ITB dalam pemasaran nya.
Organisasi pengelola	• Terdapat struktur organisasi pengurus	Struktur organisasi di Kampung Cibunut dibedakan menjadi 2 (dua). Yaitu struktur organisasi RW dan struktur organisasi karang taruna.
	• Keberadaan wewenang organisasi	Struktur organisasi tersebut merupakan pengawas dan pelaksana yang bertanggungjawab atas kegiatan di Kampung Cibunut.
Pembentukan kerjasama	• Terjalinnya kerjasama	Pembentukan kerjasama pada Kampung Cibunut adalah adanya bentuk dukungan pemerintah dengan diresmikannya kampung kreatif oleh Bapak Ridwan Kamil pada tahun 2017, selain itu dengan IA ITB, SMA3 angkatan 89 Bandung, GSSI, DLHK sebagai fasilitator yang disebut dengan *the power of collaboration* serta dengan Dulux sebagai sponsor cat untuk pewarnaan Kampung.
	• Terdapat tujuan dibentuknya kerjasama	Kerjasama tersebut bertujuan untuk pengembangan Kampung Cibunut agar ide yang telah ada dapat terealisasi dan dapat terus berjalan dengan baik.
Sistem pendanaan	• Adanya sumber pendanaan	Sistem pendanaan pada Kampung Cibunut berasal dari swadaya masyarakat, KAS RW, dan KAS Oh Darling, diantaranya: KAS RW sebesar Rp 5000/bulan setiap Kepala Keluarga, swadaya masyarakat untuk kegiatan tahunan dan KAS Oh Darling berdasarkan jumlah sampah yang disetorkan ke bank sampah dan bisa diambil kapan saja, namun kebanyakan diambil setiap sebelum lebaran.
Sistem pemasaran	• Adanya kegiatan pemasaran	Sistem pemasaran pada Kampung Cibunut ini sudah melalui online seperti Instagram dan *website* namun masih belum dikelola denan baik karena masih aktif di Instagram.
	• Adanya target pasar	Produk yang dihasilkan tersebut masih belum luas. Masih sebatas wisatawan yang datang dan membeli sebagai oleh-oleh. Kedepannya diharapkan setiap RT menghasilkan suatu produk agar dapat meningkatkan perekonomian warga sendiri.
Ruang basis aktivitas kreatif	• Ketersediaan ruang basis aktivitas kreatif	Pada Kampung Kreatif Cibunut ruang basis aktivitas yang digunakan adalah kantor sekretariat yang sedang dalam renovasi, kedepannya ruangan tersebut akan digunakan untuk ruangan diskusi, Kantor RW dan pelatihan kegiatan kreatif.
	• Dilakukan pemanfaatan ruang basis	Penyediaan ruang basis aktivitas kreatif dimanfaatkan untuk diskusi kegiatan, ruang pertemuan, posyandu, dan untuk kegiatan sehari-hari pada saatn melakukan kegiatan kreatif.

Indikator	Parameter	Hasil
Evaluasi penerapan ide kreatif	• Adanya evaluasi kegiatan	Evaluasi biasanya dilakukan setelah adanya kegiatan, seperti kegiatan tahunan dan dilakukan secara terbuka bagi masyarakat Kampung Cibunut.
	• Penerapan solusi kreatif di masyarakat	Pada tahapan evaluasi penyebaran aktivitas kreatif penerapan solusi kreatif di masyarakat biasanya ditambahkan dengan melakukan pendekatan secara *door to door* terhadap masyarakat. Melali pendekatan tersebut diharapkan masyarakat lebih terbuka dengan untuk menyampaikan solusi dan masukannya agar kedepannya dapat lebih baik lagi.

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa penerapan tahapan *The Cycle of Urban Creativity* dalam pengembangan kampung kreatif Cibunut sudah memenuhi kelima tahapan tersebut. Untuk melihat proses pengembangan kampung kreatif Cibunut peneliti membuat skematis pengembangan sebagai berikut.



Gambar 4. 24 Skema Pengembangan Kampung Kreatif Cibunut

Sumber: Hasil Analisis,2018

4.4 Analisis *Stakeholder* Dalam Pengembangan Kampung Kreatif

Analisis *stakeholder* digunakan untuk mengetahui aktor-aktor yang terlibat dalam proses pembentukan Kampung Cibunut Berwarna. Dalam pengembangan Kampung Cibunut terbagi menjadi *stakeholder* dari dalam dan *stakeholder* dari luar yang disebut "*The Power of Collaboration*". *Stakeholder* dari dalam yaitu ketua RW 07, Kegiatan Swadaya Masyarakat (KSM) Oh Darling, pemuda kreatif, dan seluruh masyarakat Kampung Cibunut. Sedangkan *stakeholder* dari luar yaitu Ikatan Alumni ITB (IA ITB) Jawa Barat, SMAN 3 89 Bandung, Gerakan Senyum Semangat Ikhlas (GSSI), Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kota Bandung, dan Bandung Resik.

Para *stakeholder* dari dalam dan *stakeholder* dari luar tersebut dibagi lagi menjadi tiga kategori yakni, pelaku utama, pelaku pendukung, dan pelaku kepentingan kunci. Pelaku utama adalah warga Kampung Cibunut yakni pelaku sebagai penerima dampak positif ataupun negatif dari suatu kegiatan kreatif. Pelaku pendukung kegiatan wisata kreatif yakni Agus Sunarya, Herman Sukmana, Tini Martini, Ikatan Alumni SMA 3 (Tiga) Bandung, Ikatan Alumni ITB, KSM Oh Darling dan sukarelawan. Pelaku pendukung adalah pelaku yang berperan sebagai perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat digolongkan atas pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, serta organisasi advokasi seperti organisasi pemerintahan, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan pihak swasta. Pada beberapa kegiatan, pelaku pendukung dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal maupun informal. Sementara pelaku kepentingan kunci adalah pelaku yang memiliki pengaruh kuat atau penting yakni Pemerintah Kota Bandung dan donator. Pengaruh tersebut dapat berkaitan dengan masalah, kebutuhan, dan perhatian terhadap kelancaran kegiatan wisata kreatif di Kampung Cibunut. Kegiatan terkait pengembangan wisata yang diselenggarakan di Kampung Cibunut bersifat fisik dan nonfisik. Kegiatan fisik adalah penataan koridor jalan dan gang sebagai ruang kreatif masyarakat seperti mural, penyediaan akomodasi wisata seperti penginapan dan warung makan. Kegiatan yang termasuk nonfisik yakni pelatihan daur ulang sampah, pelatihan pembuatan sablon, mug, dan pin, pengajian mingguan, kegiatan

edukasi oleh Kegiatan Swadaya Masyarakat (KSM) Oh Darling dan Ibu Tini, kegiatan wisata tahunan open trip, dan festival kemerdekaan.

Hal menarik dari keberhasilan Kampung Cibunut tersebut adalah adanya para *stakeholder* yang bertanggungjawab utnuk menaungi dan membina penduduk setempat. Para *stakeholder* tersebut adalah komunitas kreatif yang bertanggungjawab untuk menaungi dan membina penduduk setempat.

Maka dalam analisis *stakeholder* ini dilihat bagaimana peran *stakeholder* tersebut berdasarkan indikator tahapan *The Cycle of Urban Creativity*.

Tabel 4. 5 Peran Stakeholder Berdasarkan Tahapan The Cycle of Urban Creativity

Stakeholder	**Pembentukan Ide Kreatif**	**Realisasi Ide Kreatif**	**Penguatan Sistem Pendukung**	**Penyediaan Ruang Basis Aktivitas Kreatif**	**Evaluasi Penyebaran Aktivitas Kreatif**
Pemuda Karang Taruna	Menggagas ide pembentukan dan pengembangan kampung kreatif Cibunut	Menghasilkan produk kreatif	Berkoordinasi dengan pengurus RW dan tokoh masyarakat serta fasilitator dalam mengelola dan mengembangkan kegiatan masyarakat kreatif	Memberikan izin ruang sekretariat karang taruna digunakan sebagai pelatihan kegiatan kreatif	Berpartisipasi dalam mengevaluasi pelaksanaan kegiatan kreatif di Kampung Cibunut
	Melakukan pendekatan secara *door to door* kepada masyarakat		Ikut serta dalam mencari dukungan dana secara mandiri		
	Melakukan kegiatan pengembangan kreativitas masyarakat		Berpartisipasi dalam kepanitiaan dan mengurus acara tahunan		
	Membentuk diskusi dan kepengurusan untuk kegiatan kreatif				
Pengurus RT/RW	Menerima masuknya gagasan pengembangan kampung kreatif dan pemberian izin pelaksanaan kegiatan	Memberikan pengarahan kepada masyarakat	Memberikan dukungan dalam setiap pelaksanaan kegiatan kreatif	Memberikan izin penggunaan ruang publik sebagai tempat kegiatan kreatif bagi masyarakat	
	Terlibat dalam diskusi			Merenovasi kantor	Berpartisipasi dalam

Stakeholder	Pembentukan Ide Kreatif	Realisasi Ide Kreatif	Penguatan Sistem Pendukung	Penyediaan Ruang Basis Aktivitas Kreatif	Evaluasi Penyebaran Aktivitas Kreatif
	dalam membahas keberlanjutan kampung kreatif Sebagai edukator kegiatan kreatif			sekretariat untuk dijadikan ruang pelatihan dan kegiatan kreatif	mengevaluasi setiap pelaksanaan kampung kreatif
PKK	Menerima masuknya gagasan pengembangan kampung kreatif	-	Kerjasama membantu dalam pendataan masyarakat Kampung Cibunut	-	Berpartisipasi dalam mengevaluasi pelaksanaan kegiatan kampung kreatif
Pemerintah	-		Memberikan perizinan pengembangan kampung kreatif		
Fasilitator	Membangun diskusi untuk melihat potensi dan permasalahan	Membantu membuat proposal untuk pengembangan kampung kreatif ke beberapa *CSR*	Menghubungkan pihak-pihak yang dapat mendukung keberlanjutan program kampung kreatif	-	Ikut serta dalam melaksanakan evaluasi kegiatan
	Melakukan pelatihan-pelatihan pengelolaan sampah dan kegiatan kreatif				

Stakeholder	Pembentukan Ide Kreatif	Realisasi Ide Kreatif	Penguatan Sistem Pendukung	Penyediaan Ruang Basis Aktivitas Kreatif	Evaluasi Penyebaran Aktivitas Kreatif
	Sebagai fasilitator pengembangan kampung kreatif				
Corporate Social Responsibility (CSR)	-	Memberikan hibah berupa cat untuk pengembangan kampung kreatif	-	-	-
masyarakat	Ikut serta dalam musyawarah pengembangan kampung kreatif	Ikut serta dalam pengecatan, pembuatan mural, pelatihan pengelolaan dan daur ulang sampah	Ikut dalam kepengurusan RW dan karang taruna	Memberikan izin tempat tinggalnya dijadikan wadah kreativitas guna mewujudkan ide kreatif	Ikut serta dalam mengevaluasi kegiatan kreatif yang telah dilakasanakan

Sumber: Hasil Analisis,2018