

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perkembangan Kehidupan Generasi pada Manusia

Perkembangan zaman tidak hanya merubah hidup tempat lingkungan saja, namun dalam perkembangan hidup manusia pun demikian. Perkembangan manusia terjadi pengelompokan disetiap zamannya yang dapat disebut dengan “Generasi” pada manusia. Generasi adalah sekelompok individu yang memiliki kesamaan tahun lahir, usia, lokasi dan memiliki pengalaman historis atau kejadian-kejadian yang sama antara individu lainnya dalam kelompok tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka (Kupperschmidt, 2000). Maka dari pernyataan tersebut dapat disebutkan bahwa generasi adalah suatu kelompok individu dengan kesamaan dalam fisik maupun psikis yang dipengaruhi oleh perkembangan zaman pada saat dilahirkannya.

Berbagai generasi terbentuk dan memiliki nama kelompok masing-masing seperti generasi *traditional generation*, *baby boomer generation*, *x generation*, *y generation*, dan *z generation*. Dari generasi tersebut memiliki perbedaan masing-masing yang dapat dijabarkan sebagai berikut (Putra, 2016):

2.1.1. *Traditional Generation*

Kelompok generasi ini berada di rentan tahun kelahiran diantara tahun 1925-1946. Generasi ini memiliki nama lain yang disebut *silent generation*, hal ini dikarenakan pengaruh zaman dahulu yang masih kekurangan literasi. Sifat yang dimiliki generasi ini adalah sikap konservatif dan kedisiplinan yang tinggi.

2.1.2. *Baby Boomer Generation*

Kelompok generasi ini berada di rentan tahun kelahiran diantara tahun 1946-1960. Sifat yang dimiliki generasi ini adalah memiliki sikap materialistis dan beorientasi pada waktu (ketat kedisiplinan).

2.1.3. *X Generation*

Kelompok generasi ini berada di rentan tahun kelahiran diantara tahun 1960-1980. Pada generasi ini muncul awal perkembangan teknologi dan informasi seperti

penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Sifat yang dimiliki generasi ini adalah mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan bahkan menjadi sebutan generasi yang Tangguh, memiliki karakteristik mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra serta ketenaran, dengan tipe pekerja keras dalam berbagai pekerjaannya.

2.1.4. Y Generation (Generasi Millennial)

Kelompok generasi ini berada di rentan tahun kelahiran diantara tahun 1980-1995 pada generasi ini memiliki sifat yang condong ketergantungan teknologi, hal ini kelompok tersebut lahir saat era *internet booming*. Sifat karakteristik yang dimilikinya bahwa setiap individu masing-masing berbeda, tergantung lingkungan yang dibesarkannya, strata ekonomi, dan sosial keluarga. Pola komunikasi sangat terbuka dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, pemakaian media sosial yang fanatic dan kehidupannya sangat berpengaruh perkembangan teknologi. Hal ini menjadikan sikap terhadap bidang terutama bidang politik dan ekonomi sangat kritis dan sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan disekelilingnya.

2.1.5. Z Generation (Future Generation Millennial Internet)

Kelompok generasi ini berada di rentan tahun kelahiran diantara tahun 1995-2010 pada generasi ini memiliki sifat yang sudah sejak dini mengenal teknologi dan internet, yang mengakibatkan sangat kehausan terhadap teknologi. Generasi Z ini hampir sama dengan Generasi Y, namun dapat mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti *nge-tweet* menggunakan ponsel, browsing dengan perangkat seluler, dan mendengarkan music menggunakan headset. Hal tersebut menyebabkan pada Generasi Z mengalami perubahan yang cepat pada jasmani, emosi, sosial, akhlak, dan kecerdasan. Hal tersebut memberikan sifat individu yang terlalu percaya diri, mampu berkomunikasi dengan baik, kreatif yang tinggi, dan berpikir tentang karier masa depan.

2.2. Generasi Millennial

Kemunculan generasi millennial melalui penelitian para ahli dibidangnya dengan meneliti perilaku serta kehidupan masyarakat disekitar dalam bersosialisasi maupun perkembangan manajemen sumber daya manusia dari masa

ke masa. Munculnya kata “Millennial” pada tahapan generasi yang berada di zaman sekarang dikemukakan oleh para peneliti melalui berbagai macam literasi. Istilah millennial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* berisikan tentang pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000 (Neil, 1987). Kemudian beberapa pendapat yang mirip muncul yang dikemukakan oleh peneliti yang berbeda, menurut Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000 (Mannheim, 1923). Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan kemunculan generasi millennial berada direntan tahun 1980-2000 yang dimana kemunculan generasi tersebut didasari perkembangan keadaan lingkungan sosial-ekonomi dalam menghadapi situasi zaman sekarang.

2.2.1 “Sifat Perilaku Millennial Generation”

Generasi Millennial disebut juga dengan generasi unggulan yang memiliki psikis serta sifat perilaku induvidu yang unik dan baru dari generasi-generasi sebelumnya. Dikemukakan melalui penelitian oleh Boston Consulting Group (BCG) bekerja sama dengan pakar psikologis University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat, menunjukkan perilaku kaum generasi millennial sangat ketergantungan dengan perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka, hal tersebut mengakibatkan suatu induvidu dapat memunculkan perilaku kreatif, inovatif, informatif serta memiliki passion yang kuat dan produktif.



Gambar 7 *Ilustrasi Generasi Millennial Ketergantungan Teknologi*

Sumber: <https://mu.or.id/opini/nu-dan-tantangan-mengelola-generasi-milenial-PSKho>: 2022

Melalui ponsel smart gadget memunculkan sifat perilaku para generasi millennial yang memilih untuk bersikap efisien dan praktis dalam melakukan

kegiatan apapun dengan bentuk hasil yang maksimal dengan meminimalkan effort yang dibutuhkan. Perilaku tersebut didukung dengan sifat lainnya yaitu dapat berkomunikasi secara terbuka antar sesama tanpa memandang derajat serta kastah seseorang, hal ini menjadi point tambahan untuk generasi millennial dalam mengoperasikan perkembangan teknologi melalui media sosial yang menjadikan mereka berperilaku secara fanatik dan dapat menghasilkan suatu produk baru yang bermanfaat kedepan dalam Masa Era Industri Teknologi Moderenisasi 4.0 yang akan menuju 5.0.

2.2.2. “ Era Teknologi 4.0 menuju 5.0 adalah Era Millenial Generation”

Perkembangan zaman sudah dimulai melalui tahap moderenisasi dengan aneka macam komponen perangkat teknologi yang membantu berbagai urusan maupun kegiatan dengan memanfaatkan perantara digital serta media sosial sebagai alat komunikasi massal tersebut para generasi millennial dapat membuka lapangan kerja sendiri maupun menciptakan profesi baru dalam mengoperasi teknologi tersebut. Perubahan zaman tersebut memberikan dampak bagi sumber daya manusia yang harus beradptasi dengan situasi tersebut dengan dimulainya revolusi teknologi 4.0 yang akan menuju 5.0 dalam lima tahun mendatang akan menghapus 35 persen jenis pekerjaan. Dan bahkan pada 10 tahun yang akan datang jenis pekerjaan yang akan hilang bertambah menjadi 75 persen. Hal ini disebabkan pekerjaan yang diperankan oleh manusia setahap demi setahap digantikan dengan teknologi digitalisasi program (Karnawati, 2017). Dibuktikan dengan perkembangan zaman tersebut akan menghasilkan SDM yang berkualitas dengan bentuk perilaku serta psikis yang dimiliki melebihi dari generasi-generasi sebelumnya. Hal ini terlihat dari generasi millennial yang memiliki sifat yang unik dan baru yang memiliki sifat secara psikis perilaku yang lebih dari generasi lamanya.

2.3. Creative Center

Potensi kreativitas seiring perkembangan waktu terjadi proses evolusi dan perubahan yang memicu memunculkan ide-ide serta gagasan dengan tipe *out of the box*, hasil tersebut timbul dikarenakan perubahan serta permintaan lingkungan

serta perkembangan akan zaman yang menuntut untuk dapat beriringan dengan menghasilkan solusi serta inovasi yang digunakan serta sebagai acuan untuk masa depan dengan tantangan serta konsekuensi yang belum terlihat wujud dan sifat yang dimiliki.



Gambar 8 Ilustrasi Creative Center Design Jakarta Hub

Sumber: <https://www.constructionplusasia.com/id/jakarta-creative-hub/>; 2022

Creative Center salah satu solusi dalam menampung kreativitas, ide-ide inovasi dalam perubahan yang bermanfaat untuk pengembangan diri oleh generasi terutama generasi millennial dalam menghadapi perkembangan zaman. Creative Center suatu objek yang dimunculkan melalui 2 kata yang tergabung dengan menghasilkan gagasan baru sebagai prasarana dan sarana untuk wadah kreativitas berbagai bidang. Menurut KBBI, Creative Center diartikan ke dalam Bahasa Indonesia disebut Pusat Kreativitas secara harfiah adalah pokok pangkal atau yang menjadi pempunan dalam hal-hal yang memiliki daya cipta (KBBI, 2022). Dari segi fisik, Creative Center menyediakan tempat dengan ruang-ruang untuk bekerja bagi komunitas-komunitas kreatif sekaligus menjadi inkubator bisnis industri kreatif.

2.4. Aneka Ragam Kreativitas

Kreativitas merupakan potensi yang dapat merubah lingkungan serta situasi untuk menjadi lebih baik, hal ini mencakup dari segala aspek yang mempengaruhi perbaikan lingkungan dalam berkehidupan bermasyarakat yang dapat dimanfaatkan sebagai kemajuan peradaban dengan didorongnya bantuan dalam aspek prasarana dan sarana dari pihak berwenang layaknya instansi pemerintahan. Hal tersebut juga memberikan harapan untuk masyarakat dalam kesejahteraan hidupnya.

Elemen Kreativitas harus dikoordinasi dengan penyelenggara berwenang yang tertulis dalam Undang-undang Peraturan Presiden No 6 Tahun 2015 yang divantumkan oleh Deputy Riset, Edukasi, dan Pengembangan pada Pasal 13 yaitu koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dalam pelaksanaan pengembangan ekonomi kreatif dengan cara mengawasi serta melaksanakan kebijakan yang ada. (Perpres; 2015).

Elemen Kreativitas tersebut harus disusun dengan matang agar menghasilkan tujuan yang terbaik bagi keperluan bersama tidak hanya diuntungkan oleh pihak pemerintahan tetapi juga pihak kreativitas yang dapat kita sebut dengan aktor atau pencipta karya. Terdapat 3 aspek yang mencakup penyusunan elemen kreativitas yang dapat menghasilkan produk baru bagi lingkungan dan masyarakat terutama di wilayah daerah seperti perKabupatenan maupun kabupaten, melalui Indikator di Bidang Kreativitas, Aktor Pewujud Kreativitas, dan Sarana Pendukung Elemen Kreativitas.

2.4.1. Indikator di Bidang Kreativitas

Beraneka ragam kemampuan, skill, serta kreativitas seseorang yang sangat dimungkinkan memiliki ke-orisinalan yang berbeda dari satu sama lain, Hal ini disebut dengan cara aktivitas seseorang dalam menemukan jenis skill yang mereka miliki yang berujung menciptakan suatu ekosistem industry kreativitas, tercantum kedalam skema berikut ini.



Gambar 9 Skema Ekosistem Industri Kreatif Indonesia

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI; 2014

Ekosistem industri kreatif memiliki 4 komponen berupa rantai nilai kreatif (*creative value chain*), lingkungan pengembangan (*nurturance environment*), pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Rantai nilai kreatif yang menjadi inti industri kreatif merupakan sebuah proses kreasi, produksi dan penyajian dalam

penciptaan karya kreatif melalui transaksi sosial, budaya dan ekonomi (RI, 2014). Dalam kajian ini berbagai bidang akan di eksplere dan

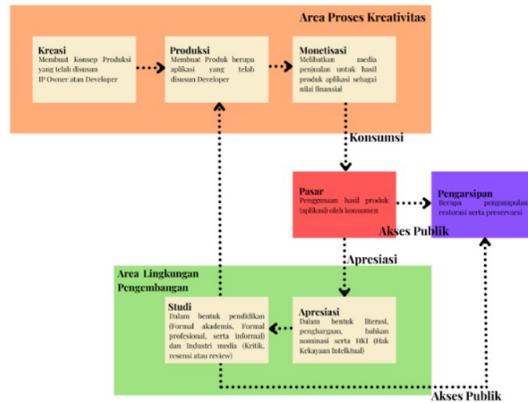
A.1. Pengembangan Teknologi



Gambar 10 Ilustrasi Subsektor Bidang Pengembangan Teknologi

Sumber: <https://www.merdeka.com/jatim/sejarah-perkembangan-teknologi-dari-masa-ke-masa-tingkatkan-taraf-hidup-manusia-klm.html>; 2022

Perkembangan teknologi mulai dari sistem informasi dan komunikasi yang semakin pesat membuat subsektor menghasilkan suatu ciptaan berupa aplikasi dan pengembang software yang menjadi salah satu komoditas kreativitas berkemajuan di Era Teknologi 4.0 yang menuju 5.0. Secara umum, aplikasi didefinisikan sebagai “sebuah program yang berisikan coding bahasa komputer dan teroperasikan melalui sistem device.” Pada era teknologi ini, adanya aplikasi serta berbagai software memudahkan kegiatan-kegiatan manusia yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi lebih praktis dan cepat. Aplikasi memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan kegiatan manusia seperti perhitungan transaksi pembayaran menggunakan aplikasi kasir digital, manajemen parkir digital, kegiatan pemasaran secara daring seperti pemesanan akomodasi dan transportasi, maupun aplikasi berbelanja daring (Baskoro, 2014).



Gambar 11 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Pengembangan Teknologi

Sumber: Baskoro, Widhiyasa, Suradi, & Wulansari; 2014

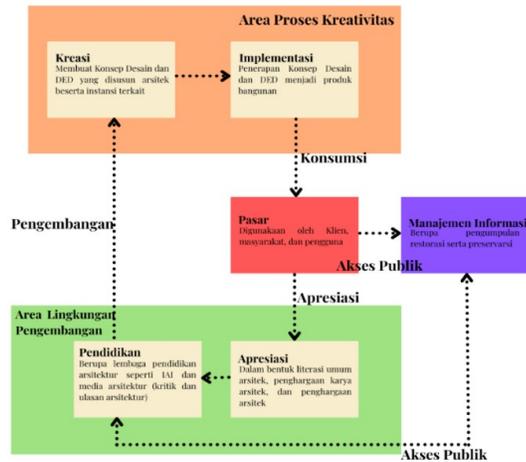
A.2. Arsitektur



Gambar 12 Ilustrasi Subsektor Bidang Arsitektur

Sumber: <https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/field-study-app/digital-architecture/>; 2022

Suatu daerah yang maju dapat kita lihat melalui perkembangan pembangunan dari sektor wilayah tersebut. Hal ini sangat melekat dengan bidang kreativitas melalui Segi Arsitektur. Definisi tentang Arsitektur adalah seni dan ilmu dalam merancang dan membangun keseluruhan lingkungan binaan, mulai dari level makro yaitu perencanaan Kabupaten, perancangan perKabupatenan, arsitektur lanskap, hingga ke level mikro yaitu desain bangunan, desain perabot dan desain produk. Arsitektur juga merujuk pada hasil-hasil proses perancangan dari gabungan bentuk, proporsi, ruang, Teknik, dan fungsi (DK Ching; 1979). Perkembangan zaman pun seiring berjalannya waktu melalui kreativitas dalam arsitektur selalu terjadi perubahan dengan inovasi serta konsep yang segar dalam menghadapi perubahan lingkungan dan kondisi yang diperlukan. Dikemudian zaman hal tersebut akan sangat berkaitan dalam mendongkrak peradaban kehidupan manusia yang lebih layak (Pascasuseno, 2014).



Gambar 13 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Arsitektur

Sumber: Pascasuseno, Fawilia, Eryudhawan, Winata, & Ismoyo; 2014

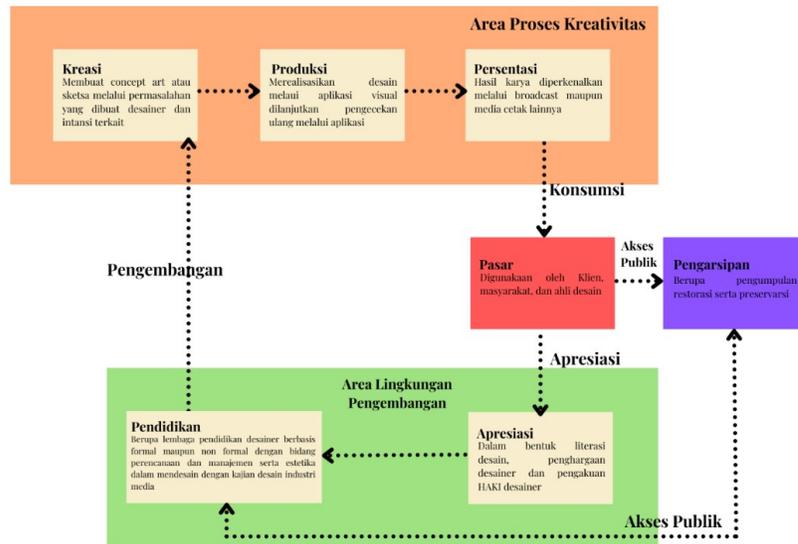
A.3. Desain Komunikasi Visual



Gambar 14 Ilustrasi Subsektor Bidang Desain Komunikasi Visual

Sumber: <https://rencanamu.id/post/jurusan-dan-perkuliahan/pengen-kuliah-desain-komunikasi-visual-dkvc-cek-plus-minus-dan-prospeknya>; 2022

Desain komunikasi visual didefinisikan sebagai “proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan gagasan atau ide yang menggunakan bantuan visual.” Desainer komunikasi visual bekerja untuk menciptakan lingkungan visual berdasarkan pemahaman mengenai material, ruang dan konsep digital dengan dikembangkan melalui pendekatan multidimensi yaitu saling mempengaruhi dalam bidang budaya, etika, sosial, ekonomi dan lingkungan. Perangkat utama berupa gambar, ruang dan tipografi (huruf) digunakan dalam desain komunikasi visual untuk menciptakan suatu informasi untuk konsumsi masyarakat dalam menggapai berita dengan aneka macam bidang yang diminatinya. (Nadinastiti, 2014)



Gambar 15 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Desain Komunikasi Visual
 Sumber: Ghazali & Nadinastiti; Rencana Pengembangan Desain Nasional 2015-2019; 2014

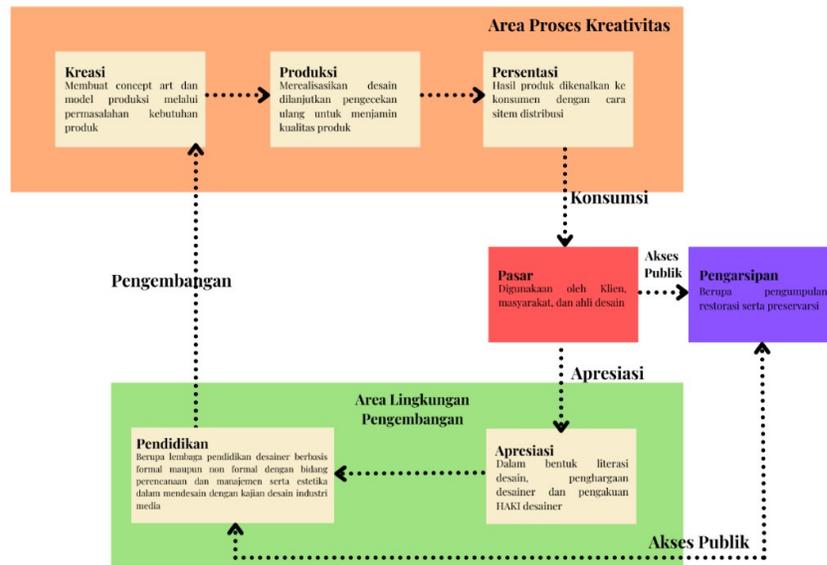
A.4. Desain Produk



Gambar 16 Ilustrasi Subsektor Bidang Desain Produk

Sumber: <https://osingstudio.com/jasa-desain-kemasan-produk/>; 2022

Secara umum, desain produk didefinisikan sebagai suatu “layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep serta secara spesifikasi dalam mengoptimalkan fungsi, nilai dari segi penampilan suatu produk dengan tujuan menghasilkan keuntungan pengguna maupun produsen.” Desain produk merupakan bidang seni terapan di mana dalam proses pembuatannya terjadi penggabungan banyak bidang ilmu, seperti ilmu perilaku manusia, ilmu perangkat perantara manusia dan mesin, lingkungan dan ilmu produk. Dengan spesifikasi hasil berupa produk pangan, produk barang dengan tujuan aspek Pendidikan, perkantoran, kesenian, sandang dan berbagai macam bentuk hasil sesuai dengan permintaan yang ada (Nadinastiti, 2014).



Gambar 17 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Desain Produk

Sumber: Ghazali & Nadinastiti; Rencana Pengembangan Desain

Nasional 2015-2019; 2014

A.5. Mode Fashion

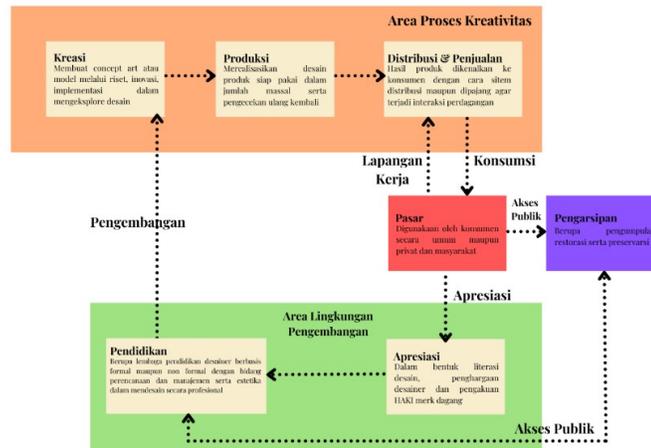


Gambar 18 Ilustrasi Subsektor Bidang Mode Fashion

Sumber: <https://www.tokopedia.com/blog/event-fashion-indonesia/>; 2022

Mode salah satu subsektor pada bidang kreativitas yang berkembang seiring perkembangan zaman dengan model serta desain yang luar biasa. Istilah fashion berawal dari bahasa Inggris fashion yang berarti busana atau pakaian. Fashion berkembang menjadi mode, artinya tidak hanya produk busana atau pakain saja yang menjadi karya kreatif, melainkan meliputi gaya berpakaian dan cara individu berperilaku. Secara umum, mode didefinisikan sebagai “suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok”. Dalam istilah Bahasa Jawa mode dapat diartikan dengan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh para orang Jawa yaitu sandang atau ageman. Sandang atau sebutan lain

ageman bukan hanya mengenai tentang pakaian tetapi bermakna agar dalam menjalani kehidupan, seorang manusia harus mengutamakan untuk memantaskan diri dengan perilaku dan tindak tanduk yang baik (al, 2015).



Gambar 19 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Mode Fashion

Sumber: Midiani, et al.; 2015

A.6. Perfilman, Animasi, dan Video

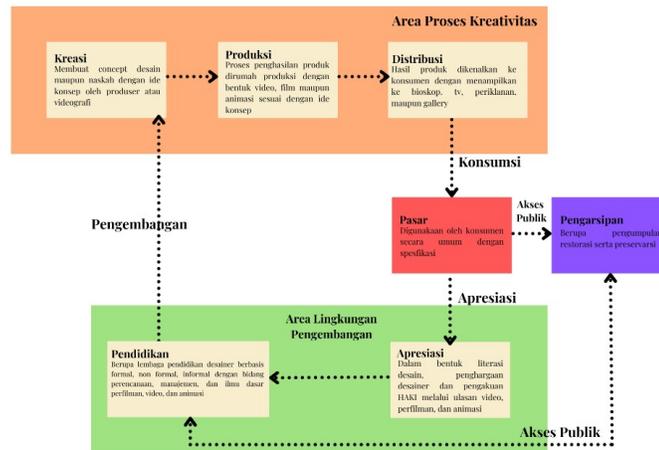


Gambar 20 Ilustrasi Subsektor Bidang Perfilman, Animasi, dan Video

Sumber: <https://www.alinea.id/bisnis/mendorong-potensi-industri-kreatif-subsektor-film-b1WZL9hX>; 2022

Perfilman, animasi, dan video adalah subsektor kreativitas dengan konsep yang sudah menjadi satu dengan tampilan suatu produk serasa seperti bentuk 3 dimensi secara hologram. Secara umum, Video definisi sebagai kegiatan kreativitas berupa gagasan secara mengeksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (capture) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi yang menghasilkan daya saing nilai tambah budaya, sosial dan ekonomi serta memberikan stimulasi kepuasan pada visual yang nikmatinya. Produk video berupa film merupakan karya seni grafis bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Sedangkan produk

video animasi merupakan tampilan perubahan frame ke frame dengan urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan secara berkelanjutan sehingga tampilan produk yang dihasilkan akan terlihat seolah-olah hidup (Fauzi, 2015).



Gambar 21 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Perfilman, Animasi, dan Video

Sumber: Ghazali & Fauzi; 2015

A.7. Fotografi dan Sketsa



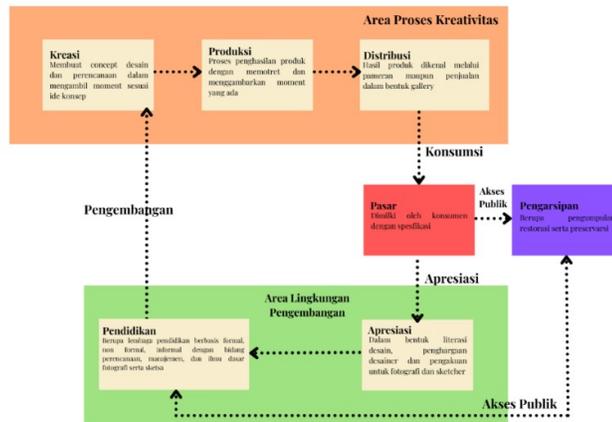
Gambar 22 Ilustrasi Subsektor Bidang Fotografi dan Sketsa

Sumber: <https://smartlegal.id/galeri-hukum/lainnya/2020/02/28/perhatikan-ketentuan-hukum-ini-jika-ingin-mengiklankan-jasa-fotografi/> ; <https://smartlegal.id/galeri-hukum/lainnya/2020/02/28/perhatikan-ketentuan-hukum-ini-jika-ingin-mengiklankan-jasa-fotografi/>; 2022

Fotografi dan sketsa adalah suatu bentuk kreativitas dengan konsep menangkap kejadian maupun situasi dengan menghasilkan suatu ilustrasi gambar berbentuk 2 dimensi. Dalam spesifikasi seni fotografi memproduksi citra dari satu objek foto dengan menggunakan perangkat, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan kesempatan kerja dalam bentuk seni kreativitas dalam menangkap momen-momen yang langka.

Spesifikasi mengenai seni sketsa yaitu proses visualisasi seseorang yang kemudian dilampirkan melalui segi karya dalam cara menggambar kedalam media

kertas dengan hasil yang dapat dibayangkan dan mudah dipahami dengan berbagai pola, garis, lengkungan, titik maupun bentuk yang menjadi satu dan menghasilkan sebuah karya baru dengan media yang berbeda (Ghazali, 2015); (Muchtar, 1991).



Gambar 23 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Fotografi dan Sketsa

Sumber: Santoso & Ghazali; 2015 & Muchtar; 1991

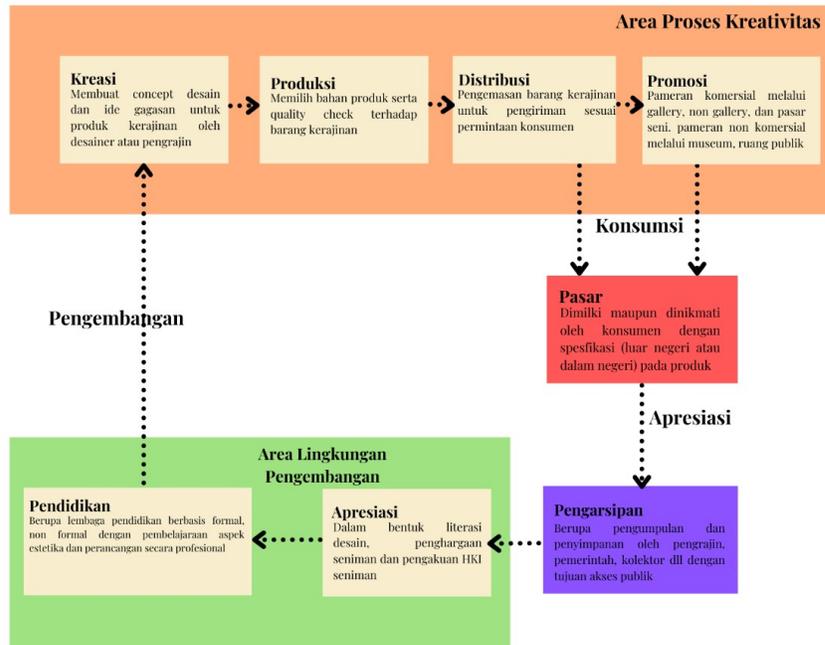
A.8. Seni Kriya



Gambar 24 Ilustrasi Subsektor Bidang Seni Kriya

Sumber: <https://portabangkabelitung.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-981551513/yuk-mengenal-lebih-jauh-seni-kriya-dari-suku-asmad>; 2022

Kriya atau kerajinan merupakan bidang kreativitas industri dengan konsep sejarah yang panjang, bahkan sejak zaman prasejarah Neolithikum hingga masa pengaruh jalur agama Hindu Buddha dan Islam. Secara umum, kriya merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk baru, benda hias bahkan dekoratif untuk interior, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material pembuatan dan eksplorasi alat Teknik pembuatan yang digunakan (Narjoko, 2015).



Gambar 25 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Seni Kriya

Sumber: Narjoko, Anas, & AswicaHyono; 2015

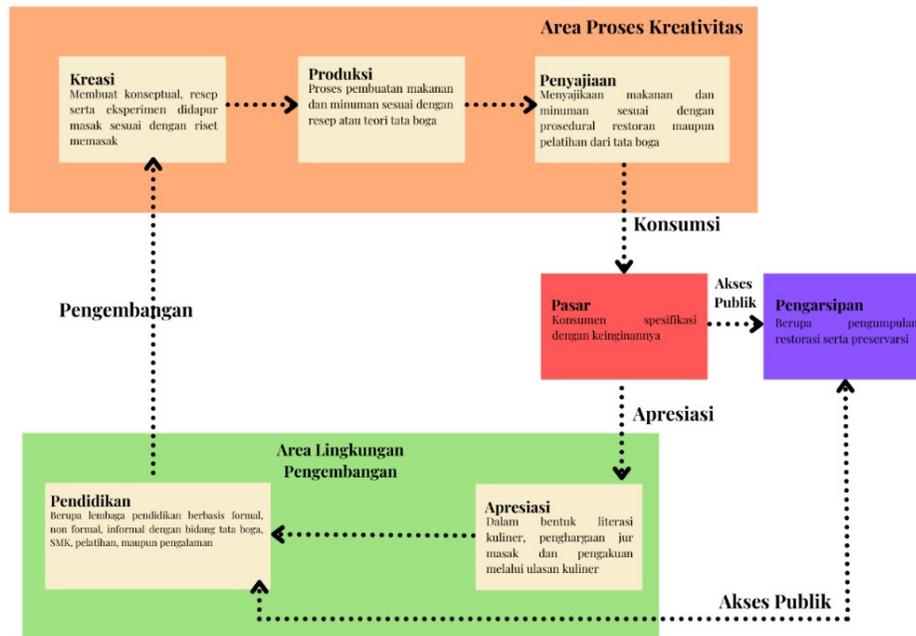
A.9. Aneka Ragam Kuliner



Gambar 26 Ilustrasi Subsektor Bidang Aneka Ragam Kuliner

Sumber: <https://bisnisukm.com/11-anak-bangsa-ini-sukses-promosikan-kuliner-nusantara-di-luar-negeri.html>; 2022

Kuliner merupakan perkembangan dari kebutuhan paling mendasar dari manusia yaitu makanan dan minuman. Dalam istilah Tradisi Jawa kuliner dapat diartikan dengan pangan. Aneka ragam kuliner terutama pada tradisi kuliner begitu banyak macamnya mulai dari makanan pembuka, makanan berat, maupun makanan penutup. Hal ini membutuhkan perilaku kreativitas dalam mengelolanya melalui cita rasa serta tradisi dengan tujuan dapat diterima dan dinikmati oleh kalangan masyarakat yang dapat menghasilkan suatu siklus ekonomi melalui hasil kreativitas tersebut (Lazuardi, 2015).



Gambar 27 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Aneka Ragam Kuliner

Sumber: Lazuardi & Triady; 2015

A.10. Seni Musik



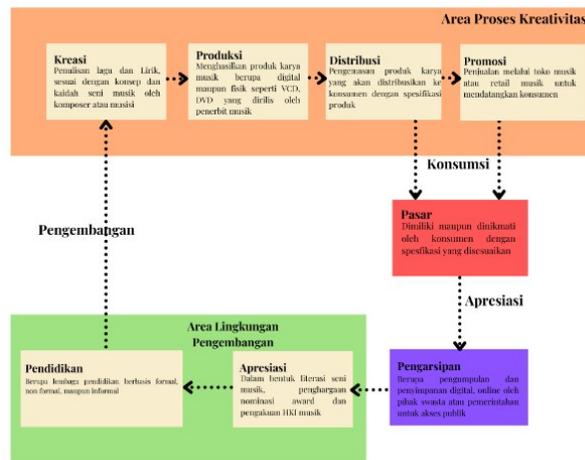
Gambar 28 Ilustrasi Subsektor Bidang Seni Musik

Sumber: <https://www.yoadit.com/2019/05/jurusan-seni-musik.html>; 2022

Proses terjadinya kreativitas seni music berasal dari perpaduan antara harmoni, tempo, melodi, irama, dan vocal yang menjadi satu dalam suatu karya, agar musik lebih bernyawa dan hidup, maka diperlukan alat music sebagai pendamping vocal seperti gitar, piano, biola, drum, terompet dan lain sebagainya.

Seiring perkembangan zaman, musik menjadi 2 macam jenisnya yaitu musik tradisional dan music modern. Music tradisional terinspirasi dari keadaan lingkungan zaman dahulu kemudian diaplikasikan melalui alat music konvensional. Music modern adalah perubahan dalam perkembangan music tradisional dengan alat music yang baru dan menghasilkan nada-nada yang baru

juga, bahkan memerlukan prasarana dalam membuat karya seperti studio serta tempat rekaman. Hasil dari seni tersebut juga dapat menjadi bentuk ekonomi dengan adanya lisensi music sebagai penanda keaslian seni yang dihasilkan (Dellyana, 2015).



Gambar 29 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Seni Musik

Sumber: Dellyana, Hadiansyah, Hidayat, & Asmoro; 2015

A.11. Seni Pertunjukan

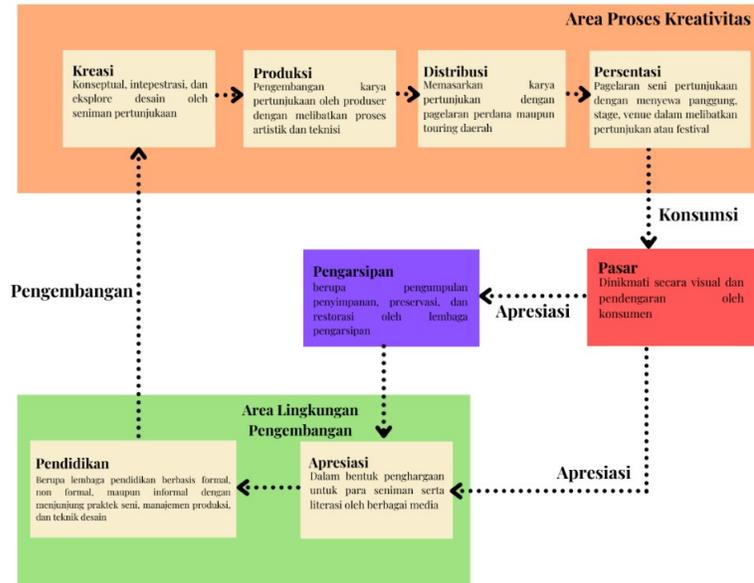


Gambar 30 Ilustrasi Subsektor Bidang Seni Pertunjukan

Sumber: <https://kovermagz.com/mengenal-lebih-jauh-tentang-seni-pertunjukan/>; 2022

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya lokal, termasuk di dalamnya seni pertunjukan. Secara umum, subsektor kreativitas seni pertunjukan didefinisikan sebagai cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis, dan penampilan (performers), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (audiences), baik dalam bentuk lisan visual, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, yang terjadi secara langsung di dalam ruang dan waktu secara bersamaan (Murgiyanto, 1995). Pada seni pertunjukan memiliki berbagai tipe jenis yaitu seni drama (teater), seni music

(archapela), seni tari. Dari seni tersebut dapat mendatangkan penonton yang menghasilkan nilai ekonomi yang memberikan kemajuan dalam bidang kreativitas (Minarti, 2015).



Gambar 31 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Seni Pertunjukan

Sumber: Minarti, Tajudin, & Gesuri; 2015

A.12. Seni Rupa

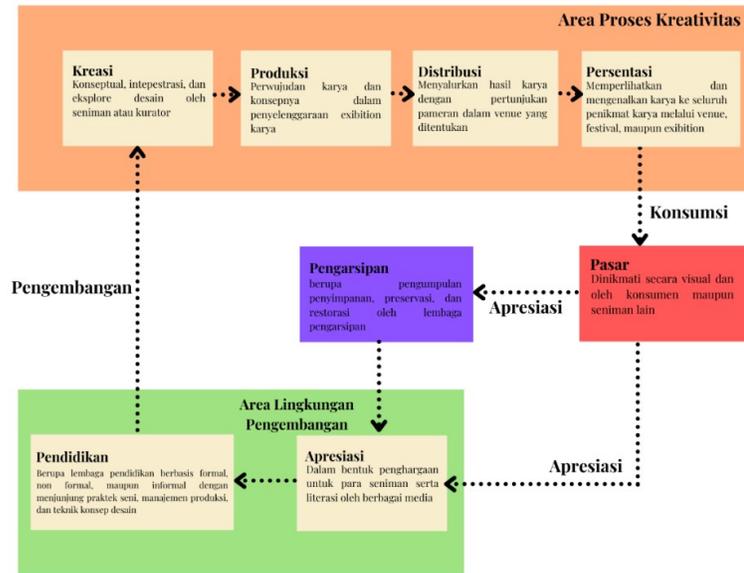


Gambar 32 Ilustrasi Subsektor Bidang Seni Rupa

Sumber: <https://radarbromo.jawapos.com/pandaan/17/01/2022/seniman-pasuruan-gelar-pameran-persembahkan-32-karya-seni-rupa/>; 2022

Industri kreativitas seni rupa didefinisikan merupakan segala manifestasi batin dan pengalaman estetis dengan menggunakan media bidang, garis, warna, tekstur, volume, dan gelap terang (Sudarmaji, 2010). 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. Pusat dari subsektor seni

rupa berada pada proses penciptaan karya. Karya-karya dalam seni rupa dapat berupa karya dua dimensi dan karya tiga dimensi (Maria, 2015).



Gambar 33 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Seni Rupa

Sumber: Maria, Topan, & Ayu; 2015

A.13. Kemampuan Penyiaran (Broadcasting)

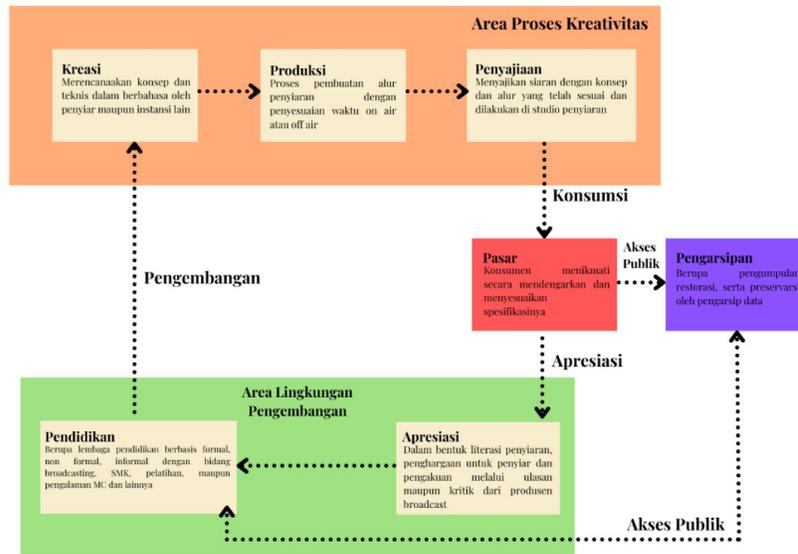


Gambar 34 Ilustrasi Subsektor Bidang Broadcasting

Sumber: <https://www.citrakasih.sch.id/2020/04/30/program-broadcasting-for-lyfe/>; 2022

Seni Penyiaran merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, melalui kondisi di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkan secara luas dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi (Wahyudi, 1996). Hal ini diperlukan di zaman sekarang untuk mengetahui

perkembangan terkait dengan kehidupan lingkungan dan dapat menjadi salah satu bentuk ekonomi dalam (Djamarah, 2001).



Gambar 35 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Broadcasting

Sumber: Bahri; 2001

A.14. Olahraga



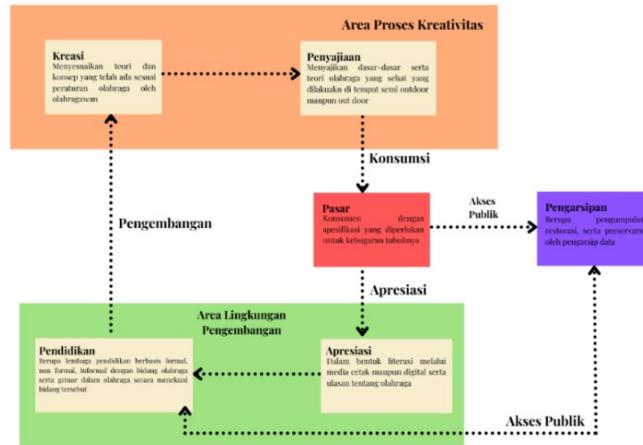
Gambar 36 Ilustrasi Subsektor Bidang Olahraga

Sumber: <https://klikasuransiku.com/detailArt/id=149/cat=1>; 2022

Olahraga suatu kegiatan melalui gerakan motorik tubuh manusia dengan menyesuaikan irama yang dilakukan dengan tujuan memberikan stimulus tubuh untuk bugar dan mengurangi rasa penat maupun stress dalam pikiran. Menurut ahli olahraga merupakan kegiatan untuk melatih tubuh manusia agar terlihat sehat dan kuat secara jasmani maupun rohani (Suryanto, 2014).

Penduduk Indonesia sangat gemar terhadap bidang tersebut, dalam bidang olahraga ada beberapa jenis olahraga yang digemari secara mayoritas pelaku dapat melakukannya diantaranya, sepak bola, futsal, basket, bulu tangkis, serta renang.

Bidang olahraga tersebut sangat digemari dikarenakan ada beberapa factor yaitu mudah dilakukan dimana saja, Indonesia memiliki topografi yang lengkap dengan kontur tanah serta memiliki perairan yang letaknya strategis. Hal ini menjadi pemicu kegiatan olahraga dan menjadi sarana hiburan bagi masyarakat di Indonesia (Arifianto, 2021).



Gambar 37 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Olahraga

Sumber: Arifianto; 2021

A.15. Bimbingan Akademik

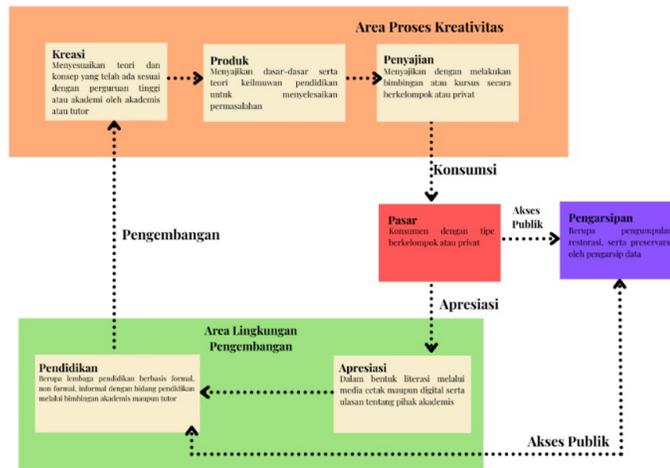


Gambar 38 Ilustrasi Subsektor Bidang Bimbingan Akademik

Sumber: <https://rencanamu.id/post/jurusan-dan-perkuliahan/pembimbing-akademik-tokoh-penting-dalam-perkuliahanmu>; 2022

Bimbingan akademik berfokus pada pembelajaran siswa atau mahasiswa melalui system sosial yang telah dilakukan melalui media sarana institute Pendidikan dengan konsep pembelajaran untuk menangani suatu situasi permasalahan dilanjutkan menemukan solusi alternatif melalui konsep “brain storming” untuk menghasilkan jawaban yang kemudian dilakukan evaluasi bersama untuk menentukan jawaban yang terbaik (Bernard, 1972 & Brock, 1982).

Indonesia memiliki system bimbingan akademik yang diberlakukan minimal selama 12 tahun yang terdiri dari sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah akhir atau kejurusan. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan SDM yang berkualitas untuk menghadapi perkembangan zaman dikehidupan bermasyarakat dan diharapkan memberikan pengaruh perubahan yang lebih baik.



Gambar 39 Skema Peta Ekosistem Subsektor Bidang Bimbingan Akademik

Sumber: Wahyuningsih; 2017

2.4.2. Aktor Pewujud Kreativitas

Aneka ragam modal dalam bidang kreativitas yang memiliki jenis serta menghasilkan suatu produk yang berbeda-beda. Untuk mewujudkan hasil produk tersebut perlu adanya penggerak untuk memulai terciptanya tujuan layaknya kereta uap tanpa ada pengemudi (masinis), tak akan mencapai tujuan yang berada. Aktor tersebut melingkupi suatu kelompok yang memiliki kuasa yang memiliki hak untuk memulainya. Dalam kajian ini ada beberapa aktor penggerak yang dikutip dalam UU No. 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) tahun 2005–2025 serta Perkiraan actor yang membantu terlibatnya pewujudan bidang kreativitas yaitu:

B.1. Pemerintahan

Pemerintahan adalah faktor penggerak serta selaku aktor utama dalam mewujudkan subsektor kreativitas yang akan dikembangkan. Peran ini tidak hanya sebagai penanggungjawab dari pemerintahan pusat saja namun,

pemerintahan daerah juga terlibat atas proyek serta ide-ide gagasan dalam perkembangan tersebut. Tugas yang dimiliki pemerintahan sebagai berikut:

- Penyedia Suprastruktur
- Penyedia Infrastruktur
- Penyusunan Kelembagaan
- Sinergi antar aktor

B.2. Arsitek dan Instansinya

Arsitek Bersama instansi terkait seperti Tenaga Sipil, Kontraktor, Tukang bangun dan sebagainya dengan tujuan sebagai perancang wadah dalam bentuk sarana bangunan untuk pengembangan subsektor kreativitas serta pengelompokan yang menjadi satu tempat dengan menyesuaikan kaidah ilmu arsitek serta pembangunan. Hal yang perlu diperhatikan dalam tahap perancangan wadah tersebut terdiri dari:

- Menganalisis lingkungan setempat
- Merancang desain melalui konsep yang terkait
- Mewujudkan desain rancangan
- Sinergi antar aktor

B.3. Komunitas

Komunitas selaku aktor kreatif merupakan gabungan dari kelompok-kelompok sosial dari beberapa latar belakang lingkungan, umumnya dengan ketertarikan dan habitat yang sama sesuai dengan bidangnya. Kriteria yang harus dimiliki oleh komunitas terdiri dari:

- Jumlah pelaku Kreativitas
- Produk hasil Kreativitas
- Afiliasi
- Menyelenggarakan Kegiatan (Event)
- Sinergi antar aktor

B.4. Akademis

Akademisi selaku aktor kreativitas yang berupa masyarakat akademis yang berhubungan dengan bidang pendidikan dan bergerak dalam bidang Kreativitas.

Kriteria yang dimiliki oleh seorang akademis yang diperlukan dalam perkembangan kreativitas tersebut diantaranya:

- Penelitian
- Bekerja sama dengan pihak Perguruan Tinggi
- Sinergi antar aktor

B.5. Pembisnis

Bisnis selaku aktor kreativitas merupakan organisasi yang melalui penciptaan produk barang maupun jasa kemudian diperjualkan kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya dengan tujuan mendapatkan keuntungan atau profit. Kriteria yang dimiliki oleh pembisnis untuk perkembangan proses kreativitas diantaranya:

- Memiliki sikap Berbisnis
- Berkontribusi melalui bidang ekonomi
- Rasio pengaruh perusahaan bisnis dalam pengembangan kreativitas
- Sinergi antar actor

2.4.3. Sarana Pendukung Elemen Kreativitas

Keterkaitan suatu elemen kreativitas perlu adanya elemen energi yang menggerakkan kinerja dari suatu tujuan, hal ini harus dimiliki agar proses terciptanya suatu hasil ide gagasan dari pemikiran serta tenaga kreativitas muncul dan dapat dimanfaatkan sebaik mungkin. Maka, dari itu perlu adanya sarana pendukung dalam terjadinya proses pembentukan dari berbagai macam elemen kreativitas, yaitu diantaranya.

C.1. Infrastruktur

Infrastruktur berkaitan meliputi ketersediaan fasilitas yang mendukung pelaku-pelaku kreativitas dan konvensional berupa sarana-prasana seperti jalan, jaringan internet, market place dan balai pelatihan.

C.2. Aktivitas dan Program

Aktivitas atau program yang diperlukan dalam perlakuan kreativitas meliputi ketersediaan kegiatan, program atau pelatihan yang mendukung pelaku-pelaku kreativitas.

C.3. Sistem Distribusi

Distribusi dalam keterkaitan meliputi ketersediaan skema jaringan untuk distribusi, baik untuk kegiatan kreativitas maupun konvensional.

C.4. Linkage System

Istilah linkage yaitu system penghubung antar bidang yang bekerjasama dalam mewujudkan suatu tujuan yang dimana system hubungan tersebut dilakukan oleh subsektor kreativitas beserta dengan subsektor konvensional. Linkage system terdiri dari 2 macam yaitu Forward Linkage dan Backward Linkage. Forward linkage merupakan keterkaitan dengan kegiatan di mana salah satu sektor mampu mendorong sektor lain supaya lebih berkembang dengan kepentingan bersama. Backward linkage merupakan keterkaitan dengan kegiatan di mana salah satu sektor membutuhkan sektor lain untuk kelancaran kegiatan sesuai dengan tujuan yang dibuat.

C.5. Replikasi dan Duplikasi

Replikasi dan duplikasi merupakan kemampuan dalam system penyebarluasan dan produksi ulang dalam kegiatan kreativitas.

C.6. Profit Kreativitas mendatangkan Ekonomi

Kreativitas melalui kemampuan individu dapat meningkatkan sifat produktivitas dan menghasilkan laju ekonomi dengan

C.7. Insentif

Insentif meliputi ketersediaan fasilitas serta kemudahan dalam berusaha dan penyediaan dukungan untuk akselerasi pengembangan potensi ekonomi kreatif yang ada.

Pemerintah Boyolali memberikan fasilitas akademis melalui prasarana sekolah, berikut data jumlah sekolah khususnya untuk jumlah sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah akhir (SMA), dan sekolah menengah kejuruan (SMK) dalam sajian data statistic:

Tabel 3 Table Jumlah Prasarana Sekolah (SMP, SMA, SMK) pada tahun 2018-2020 di Kabupaten Boyolali

Table Jumlah Sekolah SMK di Kota Boyolali					Table Jumlah Sekolah SMA di Kota Boyolali					Table Jumlah Sekolah SMP di Kota Boyolali						
Kecamatan Baru	Hegepi	Swasta	Jumlah		Kecamatan Baru	Hegepi	Swasta	Jumlah		Kecamatan Baru	Hegepi	Swasta	Jumlah			
2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020		
Selo	1	1	-	1	1	Selo	-	-	-	-	-	-	-	-		
Ampel	-	-	4	4	4	Ampel	1	1	1	1	1	2	2	2		
Gladagari	-	-	-	-	-	Gladagari	-	-	-	-	-	-	-	-		
Cepogo	-	1	1	1	1	Cepogo	1	1	1	-	-	1	1	1		
Musuk	1	1	-	1	1	Musuk	-	-	-	-	-	-	-	-		
Tamansari	-	-	-	-	-	Tamansari	-	-	-	-	-	-	-	-		
Boyolali	1	1	5	5	6	Boyolali	3	3	3	4	4	7	7	7		
Mojosongo	1	1	1	2	2	Mojosongo	1	1	1	1	1	1	1	1		
Teras	-	-	2	2	2	Teras	1	1	1	1	1	2	2	2		
Sawit	1	1	-	1	1	Sawit	-	-	-	-	-	-	-	-		
Banyudono	1	1	-	1	1	Banyudono	1	1	1	-	-	1	1	1		
Sambi	1	1	3	2	4	Sambi	-	-	2	2	2	2	2	2		
Ngemplak	-	1	1	1	1	Ngemplak	1	1	1	-	-	1	1	1		
Nogosari	-	1	1	1	2	Nogosari	1	1	1	-	-	1	1	1		
Simo	-	-	6	6	6	Simo	1	1	1	1	1	2	2	2		
Karanggede	-	-	2	2	2	Karanggede	1	1	1	2	2	3	3	3		
Klego	1	1	1	2	2	Klego	1	1	1	1	1	2	2	2		
Andong	-	-	4	4	4	Andong	1	1	1	1	1	2	2	2		
Kemusu	1	1	-	1	1	Kemusu	1	1	1	-	-	1	1	1		
Wonosegoro	1	1	1	2	2	Wonosegoro	1	1	1	-	-	1	1	1		
Wonosamudro	-	-	-	-	-	Wonosamudro	-	-	-	-	-	-	-	-		
Juwangi	1	1	-	1	1	Juwangi	-	-	1	1	1	1	1	1		
Kabupaten Boyolali	11	12	30	32	41	44	Kabupaten Boyolali	15	15	15	14	15	15	29	30	30
Kabupaten Boyolali	52	52	52	44	45	45	96	97	97							

Sumber: [Badan Pusat Statistik \(bps.go.id\)](http://bps.go.id); 2022

Pemerintahan Boyolali juga mengkaji dan mendata setiap tahunnya dimulai dari tahun 2018 sampai dengan 2020 jumlah anak generasi millennial saat berpendidikan di berbagai sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah akhir (SMA), dan sekolah menengah kejuruan (SMK) dalam sajian data statistic:

Tabel 4 Jumlah Anak Sekolah (SMP, SMA, SMK) pada tahun 2018-2020 di Kabupaten Boyolali

Table Jumlah Anak SMK di Kota Boyolali					Table Jumlah Anak SMA di Kota Boyolali					Table Jumlah Anak SMP di Kota Boyolali					
NO	KECAMATAN	JUMLAH MURID	JUMLAH SEKOLAH	RATA-RATA MURID/SEKOLAH	NO	KECAMATAN	JUMLAH MURID	JUMLAH SEKOLAH	RATA-RATA MURID/SEKOLAH	Kecamatan Baru	Hegepi	Swasta	Jumlah		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	2018	2019	2020	2018	2019	2020
1	Selo	549	1	549,00	1	Selo	723	641	649	-	-	-	723	641	649
2	Ampel	144,50	4	36,13	2	Ampel	1968	1330	1345	820	964	1035	2788	2294	2380
3	Gladagari	-	-	-	3	Gladagari	670	671	-	-	-	-	670	671	-
4	Cepogo	50,00	1	50,00	4	Cepogo	1263	1337	1383	100	137	141	1363	1474	1524
5	Musuk	543,00	1	543,00	5	Musuk	1185	1024	1039	199	193	202	1384	1217	1241
6	Tamansari	-	-	-	9	Tamansari	206	202	-	-	-	-	206	202	-
7	Boyolali	413,00	4	103,25	7	Boyolali	3867	3855	4007	168	189	153	4035	4044	4160
8	Mojosongo	90,50	2	45,25	8	Mojosongo	2245	2233	2178	96	96	87	2341	2329	2265
9	Teras	134	2	67,00	9	Teras	1705	1634	1607	-	-	-	1705	1634	1607
10	Sawit	1.281,00	1	1.281,00	10	Sawit	1740	1781	1773	-	-	-	1740	1781	1773
11	Banyudono	1.066,00	1	1.066,00	11	Banyudono	1445	1412	1410	108	106	122	1553	1518	1522
12	Sambi	68,50	4	17,13	12	Sambi	851	841	808	702	770	769	553	561	577
13	Ngemplak	102	1	102,00	13	Ngemplak	1368	1361	1462	983	1030	1009	2351	2391	2471
14	Nogosari	411	2	205,50	14	Nogosari	807	845	860	505	517	569	1312	1362	1429
15	Simo	2.617	6	436,17	15	Simo	1427	1403	1405	250	291	267	1677	1694	1672
16	Karanggede	217	2	108,50	16	Karanggede	878	858	871	264	236	210	1147	1094	1081
17	Klego	1.426	2	713,00	17	Klego	670	673	681	337	313	325	1007	986	1006
18	Andong	1.504	4	376,00	18	Andong	1202	1197	1181	577	517	561	1729	1714	1742
19	Kemusu	485	1	485,00	19	Kemusu	704	717	749	212	200	180	916	917	929
20	Wonosegoro	1.194	2	597,00	20	Wonosegoro	1263	1246	1282	469	486	418	1732	1732	1700
21	Wonosamudro	-	-	-	21	Wonosamudro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22	Juwangi	776	1	776,00	22	Juwangi	1095	1096	1113	454	540	524	1549	1636	1637
Kabupaten Boyolali	30.738	44	471,98	Kabupaten Boyolali	26.406	26360	26676	6194	6585	6572	32600	32945	33248		

Sumber: [Badan Pusat Statistik \(bps.go.id\)](http://bps.go.id); 2022

2.5.2. Kesenian Daerah di Kabupaten Boyolali

Kesenian Daerah adalah suatu kekhasan setiap daerah yang berasal dari nilai-nilai istiadat yang terjaga dan terpelihara untuk dikenang dan dibanggakan sebagai aset kekayaan budaya di suatu tempat daerah masing-masing, tak terkecuali dengan Daerah di Kabupaten Boyolali, kesenian daerah yang dimiliki oleh mereka

beraneka macam aspek mulai dari kesenian tarian serta kesenian music, diantaranya yaitu:

- Tarian Topeng Ireng

Topeng Ireng berasal dari kata toto lempeng irama kenceng. Toto yang berarti menata, lempeng berarti lurus, irama berarti nada dan kenceng berarti keras. Tari ini menggabungkan gerakan silat dengan syair lagu islam yang dikemas secara epik. Kostum yang digunakan yaitu, hiasan kepala dengan bulu diatasnya, baju, sepatu boot yang dilengkapi dengan lonceng-lonceng kecil. Sehingga ketika sedang menari menghasilkan suara yang khas dari sepatu boot itu.



Gambar 41 Kesenian Tradisional Topeng Ireng Boyolali

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Topeng_Ireng; 2022

- Tarian Jaran Kepang Boyolali

Tari Jaran Kepang Boyolali diciptakan oleh Bapak Eko, seorang dosen di ISI (Institute Seni Indonesia) Surakarta. Kuda yang digunakan oleh penari terbuat dari bambu yang dianyam, disusun secara silang (ngepang : bahasa jawa). Tari ini menceritakan mengenai prajurit kuda yang sedang berlatih perang. Tari jarang kepeng berasal dari 3 jenis kesenian, yaitu seni jathilan, tari jaranan dan tari sobrak. Tari ini memiliki gerak yang dinamis, ritmis dan agresif.



Gambar 42 Kesenian Tradisional Jaran Kepang Boyolali

Sumber: <https://www.antarafoto.com/mudik/v1434457502/boyolali-menari-jaran-kepang>; 2022

- Seni Musik Ciblon

Penampilan kelompok seni musik tradisional ciblon menandai dimulai tradisi padusan oleh warga setempat dalam menyambut Bulan Ramadhan. Musik ciblon sering dimainkan remaja pedesaan saat mandi di sungai sehingga menjadi ciri khas masyarakat Boyolali. Musik ciblon dihasilkan mereka dengan memainkan air melalui entakan dan pukulan tangan hingga mengeluarkan bunyi yang kompak, mengiringi tembang daerah. Kelompok musik ciblon beranggota 12 remaja. Penampilan mereka mengiringi sejumlah tembang daerah, antara lain Gambang Suling, mendapatkan sambutan berupa tepuk tangan ratusan warga yang hendak padusan di tempat itu.



Gambar 43 Kesenian Tradisional Musik Ciblon Boyolali

Sumber: <https://jateng.antaranews.com/berita/233520/memukau-musik-ciblon-dalam-padusan-di-pengging-boyolali>; 2022

2.5.3. Kuliner dan Kerajinan Khas di Kabupaten Boyolali

Tiap daerah memiliki beraneka macam ciri khas yang dimilikinya terutama termasuk dalam kuliner serta kerajinan yang khas. Kabupaten Boyolali memiliki

berbagai macam ciri khas dari mulai makanan daerah serta karya seni kerajinan diantaranya:

A. Kuliner Tradisional

- Susu Sapi Perah Khas Boyolali



Gambar 44 Kuliner Tradisional Susu Murni Khas Boyolali

Sumber: <https://keepo.me/travel/7-spot-minum-susu-di-wisata-boyolali-rugi-kalau-nggak-mampir/>; 2022

Boyolali memiliki julukan sebagai New Zealand Van Java atau Selandia Baru dari Jawa. Hal ini dikarenakan zaman dulu Boyolali dikenal sebagai produsen susu terbesar di Pulau Jawa. Data BPS Kabupaten Boyolali tahun 2020 menunjukkan bahwa jenis ternak sapi perah berjumlah 96.227 ekor. Pada tahun yang sama penerimaan susu dari KUD sebesar 49.716.941 liter dan penjualan susu ke pabrik sebesar 47.618.191 liter (Badan Pusat Statistik Kabupaten Boyolali, 2020).

Kabupaten Boyolali terdapat sentra produksi olahan yang terbuat dari susu sapi perah seperti dodol susu, yogurt, es krim dan keju. Pemanfaat susu menjadi produk olahan dapat memperbesar potensi dan peluang dalam pengembangan ekonomi dan bisnis di Kabupaten Boyolali.

- Jenang Pecel Khas Boyolali



Gambar 45 Kuliner Tradisional Jenang Pecel Khas Boyolali

Sumber: <https://cookpad.com/id/resep/13056611-jenang-pecel-khas-boyolali>; 2022

Jenang pecel adalah semacam modifikasi dari pecel sayuran pada umumnya. Pecel tidak lagi disajikan dengan nasi, melainkan dengan jenang. Jenang yang digunakan adalah bubur sumsum yang terbuat dari tepung beras. Dengan keunikannya ini Jenang Pecel menjadi salah satu makanan khas Tradisional dari Boyolali. Untuk komponen pecelnya sama saja, terdiri dari aneka macam sayuran rebus yang kemudian diguyur dengan sambal kacang, agar makin sedap untuk dinikmati dapat disajikan di atas pincuk atau alas makan dari daun pisang serta ditambahkan lauk seperti tempe atau juga peyek agar memperkaya tekstur saat disantap.

- Marning Boyolali



Gambar 46 Kuliner Tradisional Marning Jagung Khas Boyolali

Sumber: <https://ihategreenjello.com/pesona-keindahan-wisata-oleh-oleh/>; 2022

Marning Boyolali dikenal sebagai kudapan murah meriah yang banyak diburu untuk oleh-oleh wisatawan saat mengunjungi Kabupaten Boyolali, Memiliki cita rasa yang begitu gurih dan renyah dengan berbagai flavour mulai dari rasa pedas gurih, manis asam, manis gurih, balado. Marning itu sendiri terbuat dari bahan dasar jagung yang telah mengalami serangkaian proses pengolahan, rangkaian proses pembuatan marning, dimulai dari persiapan jagung pipil, pengapuran, perendaman, perebusan, sampai dengan penggorengan.

B. Kerajinan Daerah

- Tas “decoupage” Boyolali



Gambar 47 Kerajinan Tas Coupage Khas Boyolali

Sumber: <https://jateng.antaranews.com/berita/191498/kerajinan-tas-decoupage-produk-boyolali-banyak-diminati>; 2022

Decoupage adalah teknik menghias benda khas asal Prancis. Teknik ini dilakukan dengan cara menempelkan potongan bahan, biasanya berupa kertas pada objek tertentu yang dilapisi pernis. Namun tas decoupage khas Boyolali tidak hanya menggunakan bahan kertas saja, namun juga menerapkan seni lukis dari bahan baku anyaman daun pandan dan kertas tisu yang diproduksi oleh pengrajin asal Desa Gagaksipat, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Boyolali. Menurut pengrajin tersebut dengan inovasi dan mencoba lebih kreatif lagi untuk mengikuti corak dan model yang sedang ngetrend di masyarakat guna menarik para konsumen. Omset yang dihasilkan bahkan sampai puluhan juta dan dikirim sampai keluar Pulau Jawa maupun ke luar negeri.

- Kerajinan Tembaga dan Kuningan



Gambar 48 Kerajinan Kuningan dan Tembaga Khas Boyolali

Sumber: <https://m.tribunnews.com/bisnis/2021/11/02/from-zero-to-hero-kampung-tumang-jadi-sentra-kerajinan-tembaga-terbaik-di-indonesia>; 2022

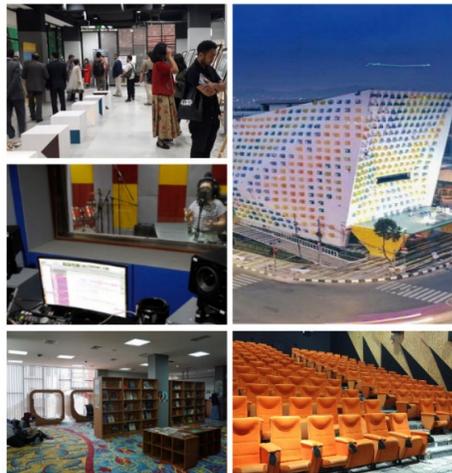
Kerajinan tembaga dan kuningan merupakan warisan leluhur sejak puluhan tahun lalu di Dusun Tumang, Desa Cepogo Boyolali serta menjadi identitas Boyolali sebagai daerah sentra kerajinan logam atau tembaga. Menurut Muhammad Mansyur owner dari Daffi Art Gallery and Studio salah satu UMKM penghasil kerajinan tembaga dan kuningan di

Boyolali bahwa banyak pelaku usaha di desa tersebut terutama anak-anak muda, mulai dari penyedia bahan baku, pengrajin genteng, pengrajin ukir, pengusaha bahan bekas pengusaha bahan limbah, dan pengusaha finishing.

2.6. Tinjauan Praseden

Dalam mengetahui gambaran garis besar dalam merancang Creative Center yang mencakupi subsektor kreativitas yang memiliki berbagai macam bidang, tinjauan ini mengambil beberapa bukti macam creative center yang dapat menjadi acuan dalam mendesain creative center yang sesuai dengan konsep perencanaan diantaranya:

2.6.1. Bandung Creative Hub



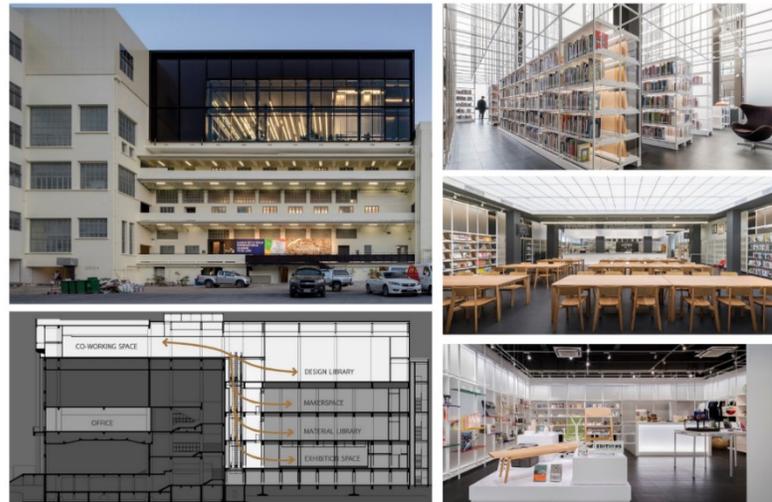
Gambar 49 Situasi dan Kondisi Bandung Creative Hub

Sumber: <http://www.bch.my.id/partial/fasilitas:2022>

Indikator Praseden	Keterangan Tentang Praseden
Lokasi Praseden	: Jl. Laswi No.7, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
Arsitek Praseden	: M. Ridwan Kamil dan Ode M. Danial.
Spesifikasi Fisik Praseden	: Terdiri dari 5 Lantai; 5.000 m ²
Dibangun Tahun	: 2017
Fungsi Praseden	: Tempat mengembangkan kreativitas sesuai bidang yang diminati oleh masyarakat Bandung
Fasilitas Pada Praseden	: Co-Working Space, Perpustakaan, R.

	Multimedia, Gallery Pameran, Work Shop
Tujuan Adanya Praseden	: Menciptakan perilaku kritis, Kerjasama, dan kreatif bagi usernya

2.6.2. Thailand Creative Center



Gambar 50 Situasi dan Kondisi Thailand Creative Center

Sumber: https://www.archdaily.com/878178/thailand-creative-and-design-center-department-of-architecture?ad_source=search&ad_medium=projects_tab;2022

Indikator Praseden	Keterangan Tentang Praseden
Lokasi Praseden	: Bangkok, Thailand
Arsitek Praseden	: Twitee Vajrabhaya, Amata Luphaiboon
Spesifikasi Fisik Praseden	: Terdiri dari 5 Lantai; 9.950 m ²
Dibangun Tahun	: 2017
Fungsi Praseden	: Menginspirasi user melalui ruang yang dapat terhubung, berdiskusi, dan bekerja bersama
Fasilitas Pada Praseden	: R. Design library, R. Material library, Co-Working Space, R. Pameran, dan Bengkel
Tujuan Adanya Praseden	: Membentuk pengalaman baru melalui pengetahuan dan inspirasi dengan fasilitasnya

2.6.3. Wuhan Creative Center



Gambar 51 Situasi dan Kondisi Wuhan Creative Center

Sumber: https://www.archdaily.com/966189/wuhan-creative-design-center-office-for-urban-renewal?ad_source=search&ad_medium=projects_tab; 2022

Indikator Praseden	Keterangan Tentang Praseden
Lokasi Praseden	: Wuhan, China (RRC)
Arsitek Praseden	: Yingsong Ling
Spesifikasi Fisik Praseden	: Terdiri dari 4 Lantai; 4.703 m ²
Dibangun Tahun	: 2021
Fungsi Praseden	: Mengembangkan kreativitas user melalui bidang yang diminatinya terutama bidang literasi
Fasilitas Pada Praseden	: R. Pameran Lukis, Co-Working Space, Caffe Shop, Perpustakaan
Tujuan Adanya Praseden	: Sebagai wadah inspirasi dan kreativitas melalui interaksi, Kerjasama, dan bersosial antar sesama

2.6.4. Tumo Technology Creative Center



Gambar 52 Situasi dan Kondisi Tumo Technology Creative Center

Sumber: https://www.archdaily.com/966433/tumo-center-for-creative-technologies-bernard-khoury-architects?ad_source=search&ad_medium=projects_tab ;2022

Indikator Praseden	Keterangan Tentang Praseden
Lokasi Praseden	: Gyumri, Armenia
Arsitek Praseden	: Bernard Khoury
Spesifikasi Fisik Praseden	: Terdiri dari 3 Lantai; 2.475 m ²
Dibangun Tahun	: 2020
Fungsi Praseden	: Mengembangkan kreativitas user melalui bidang yang diminati terutama teknologi digital
Fasilitas Pada Praseden	: Co-Working Space, Caffe Shop, Auditorium, Perpustakaan
Tujuan Adanya Praseden	: Menciptakan inovasi, kreativitas yang baru terutama melalui bidang teknologi digital

2.6.5. Tallinn Creative Center



Gambar 53 Situasi dan Kondisi Tallinn Creative Center

Sumber: https://www.archdaily.com/802765/tallinn-creative-hub-kavakava?ad_source=search&ad_medium=projects_tab; 2022

Indikator Praseden	Keterangan Tentang Praseden
Lokasi Praseden	: Tallin, Estonia
Pencipta Praseden	: Kavakava
Spesifikasi Fisik Praseden	: Terdiri dari 3 Lantai; 11.200 m ²
Dibangun Tahun	: 2015
Fungsi Praseden	: Mengembangkan kreativitas user melalui bidang yang sesuai dengan minat terutama pada seni pertunjukan
Fasilitas Pada Praseden	: Co-Working Space, Ruang Klub, Studio, Area Pameran Gallery, Auditorium
Tujuan Adanya Praseden	: Menciptakan ide-ide maupun gagasan baru terutama dalam bidang seni budaya