



PIAGAM PENGHARGAAN

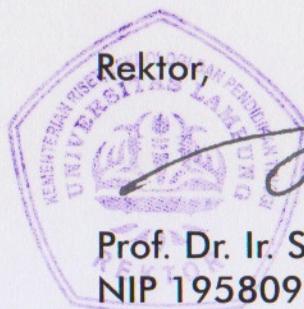
Diberikan kepada :

IKA PASCA HIMAWATI, S.Pd., M.A.

atas partisipasinya sebagai pemakalah pada kegiatan

"SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT TAHUN 2015"

yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat - Universitas Lampung
pada tanggal 4 November 2015



Rektor,

Prof. Dr. Ir. Sugeng P. Harianto, M.S.
NIP 19580923 198211 1001

Bandar Lampung, 4 November 2015

Ketua Panitia,



Prof. Warsito, D.E.A.
NIP 19710212 199512 1001

OPTIMALISASI PERAN MAHASISWA DALAM PENGEMBANGAN USAHA EKONOMI KREATIF DI ERA GLOBALISASI

Ika Pasca Himawati

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor usaha yang berkembang di era global saat ini. Perkembangan tersebut memberikan peluang bagi mahasiswa untuk ikut ambil tidak hanya sebagai konsumen namun juga sebagai pelaku usaha. Sebagai kaum intelektual, mahasiswa memiliki peranan dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Hal ini merupakan potensi yang dinilai strategis dalam membentuk kemandirian dan meningkatkan perekonomian bangsa. Namun, kesadaran mahasiswa sebagai aktor yang memiliki potensi tersebut dapat dikatakan belum sepenuhnya berjalan maksimal. Berbagai kendala dan hambatan yang dihadapi seringkali muncul dari pola pikir dan sikap mahasiswa yang belum mampu memposisikan “diri” sebagai agen perubahan. Oleh sebab itu, optimalisasi peran menarik perhatian untuk dilakukan melalui internalisasi kreativitas sebagai pola berpikir dan bertindak bagi mahasiswa. Disisi lain, dukungan tenaga pendidik selaku fasilitator di institusi pendidikan tinggi serta optimisme masyarakat dalam merespon kreativitas mahasiswa menjadi salah satu upaya dalam mengoptimalkan peran mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif di era globalisasi saat ini.

Kata Kunci : Peran Mahasiswa, Kreativitas, Ekonomi Kreatif

I. PENDAHULUAN

Perubahan sosial merupakan sebuah keniscayaan dalam dinamika kehidupan. Farley (1990) yang dikutip oleh sztopka (2008:5) menjelaskan bahwa perubahan sosial yang hadir dalam kehidupan akan memberikan perubahan pola perilaku, hubungan sosial, lembaga dan struktur sosial pada waktu tertentu. Sehingga globalisasi sebagai bagian dari perubahan sosial secara disadari telah berdampak di setiap sendi kehidupan manusia. Seolah-olah tidak ada lagi sekat yang membatasi jarak, ruang dan waktu. Globalisasi sebagai proses sosial telah memberikan pengaruh baik yang berserta memberi dampak penting di seluruh aspek kehidupan manusia. Zaman telah berubah begitu pesat dengan mengalirnya informasi yang semakin cepat. Perubahan yang hadir dapat ditandai dengan semakin maraknya pembangunan pada bidang strategis seperti ekonomi, sosial, politik, budaya dan ketahanan hukum. Pada point ini, aspek ekonomi memegang peranan sentral yang dinilai akan memberikan dampak strategis bagi aspek lainnya.

Pertumbuhan pada ekonomi telah memberikan stimulus yang merangsang kemajuan suatu negara. Misalnya, tingginya tingkat pendapatan negara tentu saja akan memiliki korelasi terhadap kesejahteraan rakyat. Dengan demikian, negara harus menetapkan prioritas dan strategi dalam meningkatkan perekonomiannya. Tidak hanya sekedar mengeksploitasi sumber daya alam secara terus menerus namun perlu untuk dapat membaca celah dan peluang ditengah laju globalisasi yang semakin pesat dengan memanfaatkan sumberdaya lainnya. Salah satunya melalui pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Menurut Appadurai (1990) dalam buku *Global Culture* yang dikutip oleh Tilaar (1997:27) dijelaskan bahwa pemanfaatan teknologi dan informasi akan membentuk *techno scape* dan *media scape* yang mampu memberikan manfaat dalam mendistribusikan teknologi dan informasi apapun ke seluruh pelosok wilayah. Termasuk di dalamnya mengembangkan ekonomi kreatif.

Bahkan Alvin Toffler (1980) yang dikutip oleh Afif (2012) telah menjelaskan bahwa saat ini dunia akan memasuki transisi masa, dari peradaban informasi menuju peradaban ekonomi kreatif. Titik tekan dari ekonomi kreatif ini adalah pengembangan ide, gagasan serta kreativitas yang dimiliki oleh manusia sebagai dasar dalam

melakukan kegiatan ekonomi melalui pemanfaatan teknologi informasi. Disisi lain, ekonomi kreatif sebagai konsep kegiatan ekonomi yang bertujuan dalam meningkatkan taraf kehidupan tidak lepas dari industri kreatif yang merupakan arena kegiatan ekonomi yang berbasiskan kreativitas. Keduanya saling berhubungan erat dalam upaya peningkatan kesejahteraan hidup.

Di beberapa negara lain, ekonomi kreatif telah menjadi tumpuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Negara-negara maju seperti Jepang, Cina, Korea Selatan menekankan kreativitas dan inovasi sebagai sumbu utama dalam menghasilkan produk dan jasa di bidang ekonomi. Pada tahun 1992, negara Jepang telah mengembangkan *narrative consumption* sebagai langkah awal memasuki industri kreatif. Salah satunya melalui upaya memperkenalkan karakter dan dunia sebagai karya hingga dapat diturunkan ke karya lainnya. Misalnya : karakter komik, *anime* maupun manga yang hingga kini banyak digandrungi oleh banyak masyarakat dunia. Contoh lainnya adalah perusahaan *Apple* melalui kreativitasnya telah merilis Ipod dan tablet dengan beragam aplikasi perangkat lunak lainnya pada tahun 2010. Hingga kini, industri kreatif yang tercipta dari kedua negara tersebut telah menghasilkan produk dan jasa yang secara tidak langsung telah menumbuhkan perekonomian bagi negaranya.

Meskipun wacana mengenai ekonomi kreatif telah lama muncul, di Indonesia sendiri geliat ekonomi kreatif sudah mulai terlihat pada tahun 2005. Saat itu pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhono telah menjelaskan pentingnya pembangunan industri dan kerajinan kreatif di suatu negara. Hingga akhirnya, pada tahun 2009 lahirlah instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 mengenai pengembangan ekonomi kreatif tahun 2009 hingga 2015. Payung hukum ini menjadi dasar berkembangnya sektor usaha ekonomi kreatif di Indonesia. Hingga kemudian di tahun tahun 2014 didirikanlah Badan Perfilman Indonesia (BPI) sebagai upaya dalam mengakomodir perkembangan perfilman. Disamping itu dengan keanekaragaman budaya, adat, hingga keunikan kerajinan daerah yang dimiliki, Indonesia dinilai berpotensi dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Tidak mustahil, melalui ekonomi kreatif yang dikembangkan akan membuat Indonesia tampil dan menjadi identitas baru bagi Indonesia di kancah internasional. Keberadaan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*),

MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) maupun bentuk kerjasama lainnya, telah memungkinkan Indonesia untuk menjadi pelaku dalam pertumbuhan iklim usaha dunia.

Ekonomi kreatif telah bergantung pada ide, gagasan dan kreativitas manusia sebagai sumber dayanya. Oleh karenanya, manusia adalah aktor yang berperan strategis menciptakan, mendesain serta mengembangkan ekonomi kreatif itu sendiri. Dalam rancangan pengembangan ekonomi kreatif (2008:54) telah disebutkan pula bahwa aktor yang terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif meliputi : kaum cendekiawan, dunia usaha serta pemerintah. Ezkowitz dan Leysdesdroff (2001) menyebutnya sebagai *triple helix* karena ketiganya memiliki keterkaitan satu sama lain. Keberadaan kaum cendekiawan sebagai aktor telah mengisyaratkan bahwa kemampuan dalam mengolah pemikiran menjadi pondasi awal untuk dapat menciptakan ide, gagasan dan kreativitas.

Perguruan tinggi sebagai salah satu institusi pendidikan telah melahirkan kaum intelektual bernama mahasiswa sebagai bagian dari kaum cendekiawan. Dalam catatan Lemhans RI (2014:4) mahasiswa sebagai bagian dari kaum intelektual menjadi bagian penting yang terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pemikiran kritis serta semangat yang membara menjadi potensi yang sangat mendukung. Namun, secara umum iklim dan peluang ekonomi kreatif belum sepenuhnya terbaca oleh mahasiswa. Sekalipun telah menjalankan peluang, kecenderungan yang terjadi ialah mahasiswa belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan peran dirinya selaku *agent of change* dalam memanfaatkan intelektualitasnya untuk mengembangkan diri di ranah ekonomi kreatif. Hal ini disebabkan oleh ketidaktahuan, minimnya dukungan serta belum maksimalnya peran mahasiswa itu sendiri. Padahal ekonomi kreatif disinyalir mampu memberikan alternatif peluang dalam mengurangi angka pengangguran yang jumlahnya bertambah setiap tahunnya. Peluang ini semestinya dapat dimanfaatkan dengan baik, sehingga mahasiswa secara mandiri tidak bergantung kepada orang lain, melainkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Oleh karena itu, optimalisasi peran mahasiswa menjadi salah satu agenda penting untuk dilakukan guna mengembangkan ekonomi kreatif di era global saat ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. Kontribusi Pendapatan Ekonomi Kreatif Bagi Indonesia

Menapaki sejarah perkembangan ekonomi kreatif tentu saja tidak lepas dari pengaruh abad pencerahan yang kemudian membawa dunia pada babak industrialisasi secara besar-besaran. Diterbitkannya buku *Principia Mathematica* oleh Issac Newton pada tahun 1687 menjadi tonggak sejarah dimulainya pemikiran manusia yang berdasarkan rasio. Hingga setahap demi setahap memasuki fase globalisasi awal yang ditandai dengan penemuan-penemuan teknologi digital yang memudahkan pekerjaan manusia. Hingga kini kemudian dunia berlanjut fase ekonomi kreatif yang merupakan lanjutan dari globalisasi awal .

Di Indonesia, telah tercatat dalam rencana pembangunan ekonomi kreatif (2008:26-27) bahwa pada tahun 2006 ekonomi kreatif telah menyumbang 6,28 % dari total pendapatan domestik bruto (PDB) serta mampu menyerap tenaga kerja hingga mencapai 5,79 %. Dalam rencana jangka panjang nasional (RPJPN) 2005-2025 kontribusi ekonomi kreatif ditargetkan mampu berkontribusi terhadap jumlah pendapat domestik bruto sebesar 9-11 % dengan asumsi pertumbuhan ekonomi mencapai 9-11 %. Dalam aspek tenaga kerja penyerapan jumlah tenaga kerja nasional dapat mencapai nilai 9-11 % pula. Studi pemetaan yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia pada tahun 2007 telah menghasilkan 14 sub sektor ekonomi kreatif berbasis kreativitas yang dapat dikembangkan, yakni : 1). riset dan pengembangan, 2). televisi dan radio yang menitikberatkan pada upaya kreasi program televisi, 3). pengembangan komputer dan piranti lunak yang menitikberatkan pada kegiatan kreatif dalam merancang aplikasi, program maupun sistem IT, 4). penerbitan dan percetakan buku, 5). pengembangan seni pertunjukan, 6). pengembangan konten musik, 7). permainan interaktif serta edukatif, 8). video, film dan fotografi, 9). fashion, 10). desain , 11). kerajinan, 12). pasar seni, 13). arsitektur, 14). periklanan. Mengacu pada data yang dihimpun dalam rencana pengembangan ekonomi kreatif 2009-2015, pada tahun 2006 tercatat bahwa keseluruhan subsektor ekonomi kreatif telah berkontribusi sebesar 7,14 % bagi pendapatan negara. Melalui adanya pertumbuhan tersebut tentunya diharapkan mampu memperbaiki sekaligus meningkatkan sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan di Indonesia.

b. Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif Bagi Mahasiswa

Ekonomi kreatif yang terus berkembang secara tidak langsung telah memberikan peluang bagi siapapun untuk terlibat didalamnya. Tidak terkecuali mahasiswa yang turut andil didalamnya sebagai kaum intelektual. Edward Shill (1960) yang dikutip oleh Widyanto (2010:4) telah mengategorikan mahasiswa sebagai individu yang memiliki tanggungjawab yang khas. Lebih lanjut Edward Shill menjelaskan bahwa tanggungjawab tersebut meliputi upaya mahasiswa dalam mempengaruhi perubahan sosial di lingkungan sekitarnya. Salah satunya ialah senantiasa meningkatkan kemampuan dalam mengeksplorasi dan mengaplikasikan ide dan gagasan menjadi peluang usaha. Sehingga peluang ini pun akan menumbuhkan semangat *enterpreunership* yang mampu dimanfaatkan dalam membangun aset di masa depan.

Bila mampu membaca situasi, serta peka terhadap fenomena dan perubahan sosial, maka peluang dan kesempatan akan senantiasa hadir. Karena basis utama dari perkembangan ekonomi kreatif ialah ide dan gagasan yang lahir dari proses pengamatan maupun pengalaman. Sehingga secara dinamis ide-ide kecil mampu berkembang ke arah yang lebih besar bila senantiasa terus dikembangkan secara *significant*. Menurut H.D Evers yang dikutip oleh Damsar (2002:80) memandang bahwa pada hakikatnya manusia adalah makhluk yang relatif kreatif namun budaya dan hukum adat yang dipandang sebagai sesuatu yang mengganjal dalam mencapai kepentingan pribadi.

Dalam catatan rancangan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia 2009-2015, antara tahun 2002 hingga 2006, pertumbuhan keempat belas subsektor ekonomi kreatif mampu melebihi pendapatan dan pertumbuhan rata rata PDB. Kreasi desain grafis maupun interior, jasa percetakan dalam pembuatan banner/backdrop/souvenir, fashion, musik/film/video adalah sederet usaha yang mulai dirambah mahasiswa melalui pemanfaatan teknologi informasi secara online maupun secara usaha konvensional. Hal ini rupanya merupakan fenomena yang dapat menjadi peluang usaha. Dengan semakin banyaknya peluang usaha yang diciptakan oleh mahasiswa disinyalir mampu mendatangkan kesejahteraan tidak hanya bagi dirinya melainkan bagi

lingkungan disekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Nova (2011:146) bahwa penelitian McClland dari Havard University mengungkapkan, suatu negara dapat mencapai kemakmuran dan kesejahteraan jika minimal 2 % dari jumlah penduduknya berada pada sektor usaha dan ekonomi. Aktivitas mahasiswa diranah akademik melalui penelitian dan pengabdian menjadi senjata untuk mengeksplorasi potensi dan kearifan lokal yang dimiliki suatu daerah. Potensi lokal dan keanekaragaman budaya, adat istiadat tidak menutup kemungkinan justru akan memberikan peluang menarik bagi mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Ditengah peluang yang ada, salah satu tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif bagi mahasiswa sendiri ialah pemikiran yang masih stagnan pada zona nyaman. Sehingga belum menghasilkan pemikiran *out of the box* dalam mengembangkan ide yang muncul. Pemikiran yang *out of the box* menjadi sangat penting dalam membangun mentalitas individu ditengah pembangunan saat ini. Hal itu relevan dengan konsep mentalitas pembangunan menurut Koetjaraningrat (1987:73) yang menyatakan bahwa mentalitas menjadi bentuk nilai budaya berorientasi masa depan dengan memuat hasrat untuk bereksplorasi dan berinovasi, serta menjadi pandangan hidup yang menilai tinggi *achievement* dari karya serta percaya dengan kemampuan diri sendiri dan berani bertanggungjawab sendiri.

Disisi lain, keberadaan ide dan gagasan yang menarik masih dianggap sebelah mata oleh masyarakat karena dinilai tidak memiliki implementasi yang nyata ataupun mustahil untuk dilakukan. Akibatnya, bila mahasiswa sebagai aktor tidak membangun mentalitas pertahanan sudah dipastikan akan tidak berkembang dan stagnan. Disamping itu, tantangan lainnya yang muncul dari luar ialah westernisasi sebagai dampak globalisasi cenderung membawa kesan dan penilaian berlebihan terhadap kebudayaan pop dan produk-produk luar negeri. Tantangan tersebut justru mengharuskan mahasiswa untuk dapat berpikir kritis bahkan jika memungkinkan mampu menguatkan produk lokal dengan konsep mengglobalkan produk lokal.

III. METODE DAN PENDEKATAN

Metode yang digunakan dalam pembahasan ini ialah metode deskriptif analitik. Dimana, peran penulis dalam mengkaji permasalahan dibutuhkan guna mencapai analisis yang komprehensif. Penulis melakukan serangkaian kegiatan pengumpulan bahan dan data dari berbagai sumber guna memperkaya pembahasan dan analisis mengenai optimalisasi peran mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif di era global.

IV. PEMBAHASAN

Mendesaknya pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia telah mengisyaratkan bahwa peran mahasiswa menjadi sangat penting untuk dikembangkan secara maksimal. Hal ini disebabkan karena peran mahasiswa sebagai agen perubahan melalui intelektualitas dan mentalitas serta kontrol sosial belum sepenuhnya selaras dengan perubahan sosial yang terjadi. Khususnya dalam pengembangan ekonomi kreatif dewasa ini. Sehingga upaya optimalisasi menjadi agenda penting untuk dilakukan. Salah satunya melalui internalisasi sikap kreativitas sebagai pola berpikir dan bersikap di dalam setiap kesempatan. Melalui sikap tersebut seseorang diharapkan mampu untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang sudah ada sebelumnya (Supriadi, 1994:7). Menurut Amabile (1983) yang dikutip oleh Supriadi (1994:12) penentuan kriteria kreativitas menyangkut tiga dimensi yakni proses, *person* dan produk kreatif. Melalui ketiga kriteria tersebut, dasar dari pembangunan kualitas mahasiswa sebagai individu dapat terus dibangun. Karena mahasiswa yang berkualitas merupakan bahan bakar yang utama dalam mendorong peningkatan peran mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Internalisasi atas pola pikir yang mengacu pada aspek kreativitas seyogyanya akan membawa individu pada keinginan untuk senantiasa berkembang dan tidak mudah putus asa. Hal ini terkait dengan konsep *need achievement* yang telah dikemukakan oleh McClland bahwa untuk membuat sebuah pekerjaan dapat berhasil yang paling utama adalah sikap terhadap pekerjaan tersebut, semangat dalam melakukan pekerjaan tersebut dan memiliki keinginan untuk berhasil (Budiman, 2000:22).

Internalisasi kreativitas merupakan bentuk penguatan kapasitas mahasiswa selaku aktor. Sehingga dapat menumbuhkembangkan sikap kritis, kompetitif serta peka dengan perubahan sosial. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu membaca peluang melalui iklim akademik yang diciptakan. Disamping itu juga, bila kreativitas dapat diinternalisasi secara nyata, mahasiswa akan mengaktualisasikan diri dengan cara senantiasa terlibat dalam kegiatan penelitian, pengabdian, kompetisi kewirausahaan secara berkesinambungan. Upaya ini tentu saja melalui proses sosialisasi yang tidak singkat dan memerlukan keseriusan baik bagi mahasiswa selaku aktor untuk dapat berubah.

Disisi lain, optimalisasi peran mahasiswa tentunya tidak lepas dari tenaga pendidik selaku fasilitator dan masyarakat. Keduanya merupakan komponen pendukung yang berperan penting. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh tenaga pendidik misalnya melalui :

- a. Upaya untuk senantiasa menjadi *role model* dalam memunculkan sikap, watak dan peka terhadap kondisi sosial yang terjadi dilingkungan sekitar. Sehingga dapat membantu mahasiswa dalam membaca potensi yang ada dilingkungan. Serta bersedia menjadi fasilitator dalam mendampingi mahasiswa berkiprah di dalam kegiatan ataupun ajang pengembangan ekonomi kreatif.
- b. Memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mampu menetapkan skala prioritas dalam menyusun sasaran pengembangan usaha, termasuk dalam mengembangkan masyarakat miskin dan terpinggirkan sebagai pelaku usaha. Program Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu peluang dalam mengembangkan potensi wilayah untuk dapat dikembangkan menjadi ekonomi kreatif. Misalnya : pemanfaatan tempurung kelapa menjadi karya seni kreatif, pengadaan radio komunitas, mendaur ulang barang bekas menjadi produk kreatif dan lain-lain.
- c. Menumbuhkan semangat mahasiswa untuk senantiasa mengikuti kompetisi kewirausahaan dengan berbasis kreativitas dan ide-ide menarik. Banyaknya kompetisi serta pekan kreativitas yang setiap tahunnya digelar oleh dikti maupun beragam institusi menjadi salah satu peluang dan kesempatan bagi mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

- d. Merespon secara positif kemunculan komunitas kreatif yang banyak digeluti oleh mahasiswa. Misalnya : komunitas seni, komunitas blog, komunitas film dan lain-lain. Respon tersebut secara tidak langsung menunjukkan upaya penghargaan terhadap antusiasme dan eksistensi mahasiswa yang berkecimpung dalam dunia kreatif.
- e. Memberikan apresiasi terhadap mahasiswa yang mampu mengembangkan ekonomi kreatif melalui ajang kompetisi, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi dinilai mampu menjadi rangsangan dalam pengembangan dan keberlanjutan program ekonomi kreatif yang tengah digeluti. Hal senada diungkapkan oleh Supriadi (1994:74) yang mengemukakan bahwa lingkungan yang senantiasa memberikan apresiasi akan memudahkan kreativitas untuk dapat tumbuh subur.
- f. Memposisikan mahasiswa sebagai jembatan penghubung antara masyarakat dan institusi pendidikan bahkan dunia usaha dalam melihat realitas dan potensi yang dapat dikembangkan di masyarakat. Penelitian dan pengabdian masyarakat perlu senantiasa dilakukan secara berkesinambungan. Sehingga upaya memotret dan mengembangkan potensi wilayah untuk dapat dikembangkan menjadi industri kreatif tidak berlangsung setengah-setengah.
- g. Menggeser pola pikir mahasiswa melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Melalui pemanfaatan keilmuan ataupun lintas keilmuan. Kurikulum yang digunakan perlu terintegrasi dengan kegiatan ekonomi kreatif. Sehingga mahasiswa mampu mengumpulkan ide kreatif, merancang serta menghasilkan produk kreatif yang dapat memberikan peluang ekonomi dengan tetap memperhatikan *market oriented*. Disamping itu, melalui pembelajaran yang terpola dan terintegrasi akan menghasilkan mahasiswa yang mandiri dengan tetap mengaplikasi bidang keilmuannya, sehingga menghasilkan *socialpreuner*, *technopreuneur*, *edupreuner* dan lain-lain.

Pengoptimalan peran mahasiswa tersebut tentu saja tidak lepas dari keberadaan masyarakat yang diharapkan mampu berpartisipasi dalam setiap aktivitas kreatif yang dilakukan oleh mahasiswa. Hal tersebut ditunjukkan melalui sikap optimisme terhadap aktivitas kreatif yang dilakukan oleh mahasiswa, tidak mengangap sebelah mata serta

berupaya secara bersama-sama untuk mewujudkannya. Rangkaian kegiatan dalam mengoptimalisasikan peran tentunya tidak lepas dari kendala dan hambatan. Namun, upaya mengatasi kendala dan hambatan tersebut menjadi tanggungjawab bersama. Mengkerangkai pikiran dengan mengutamakan tujuan serta sikap optimisme akan dapat menghadirkan solusi dalam pelaksanaannya. Bila mahasiswa dapat berperan mengembangkan ekonomi kreatif, maka angka pengangguran akan menurun serta memunculkan lapangan pekerjaan baru. Sehingga masalah pengangguran terdidik dapat diatasi. Selanjutnya adalah memberikan nuansa baru bagi iklim usaha di Indonesia. Hal ini disebabkan karena mahasiswa lekat dengan ide kreatif, pemikiran kritis serta inovatif yang dapat merangsang produk-produk yang dapat menjadi unggulan, ditingkat lokal bahkan internasional.

V. SIMPULAN

Peran mahasiswa sangat penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Mahasiswa selaku aktor intelektual merupakan salah satu sumber komponen penting disamping dunia bisnis dan pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Adapun tiga hal yang dapat dilakukan dalam upaya mengoptimalkan peran mahasiswa diantaranya meliputi penguatan kapasitas mahasiswa selaku kaum intelektual, peran tenaga pendidik sebagai fasilitator dan optimisme masyarakat terhadap perkembangan ekonomi kreatif. Penguatan kapasitas mahasiswa dilakukan melalui internalisasi kreativitas sebagai sikap berpikir untuk mengembangkan ide kreatif yang dapat menjadi peluang usaha. Disamping itu tenaga pendidik sebagai fasilitator memiliki peran penting dalam mengoptimalkan mahasiswa sebagai agen intelektual dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Tenaga pendidik perlu menjadi *role model* sekaligus patner yang dapat mendampingi mahasiswa dalam melakukan kajian ilmiah, merangsang ide-ide kreatif yang dapat ditangkap dalam fenomena sosial serta senantiasa memberikan apresiasi terhadap kreativitas yang dilakukan oleh mahasiswa. Sedangkan masyarakat dapat mendukung seluruh aktivitas kreatif mahasiswa dengan mengedepankan sikap optimisme dan senantiasa berpartisipasi untuk memberikan respon serta masukan. Dengan demikian,

secara keseluruhan akan mendukung peran mahasiswa sebagai aktor yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif.

VI. SARAN

Mengoptimalkan peran mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif memerlukan dukungan dari berbagai pihak. Mahasiswa sebagai aktor utama memiliki peran strategis untuk senantiasa dikembangkan. Sikap pesimis serta rendahnya semangat juang perlu disingkirkan agar mahasiswa mampu menjalankan perannya sebagai agen perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

Budiman, Arif.2000.*Teori Pembangunan Dunia Ketiga*.Jakarta:Gramedia.

Damsar.2002.*Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Koetjaraningrat.1987.*Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*.Jakarta : Gramedia.

Nova,Satria.2011.*Campus Undercover : Kuliah Apa Kuli..Yah?*.Surabaya:ITS Press.

Supriadi, Dedi.1994.*Kreatifitas, Kebudayaan dan Perkembangan IPTEK*. Bandung : Alfabeta.

Sztompka, Piotr.2008.*Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta : Prenanda

Tilaar,1997.*Pengembangan Sumberdaya Manusia dalam Era Globalisasi*. Jakarta : Grasindo.

Tim Penyusun.2008. Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2025.Jakarta:Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Widyanto, A.B.2010.*Pemuda dalam Perubahan Sosial*. Jurnal Historia Vitae Vol 24 No 2 Oktober 2010 hal 1-10.

Sumber Internet

http://www.lemhannas.go.id/portal/images/stories/humas/jurnal/Edisi_14_-_Desember_2012_-_1_-_ekonomi.pdf diakses pada Sabtu, 24 Oktober 2015 Pukul 10.15 WIB.

<http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pilar-Pilar-Ekonomi-Kreatif.pdf> diakses pada sabtu, 24 Oktober 2015 Pukul 11.06 WIB

<http://program.indonesiakreatif.net/wp-content/uploads/2014/11/main-ce-004.png> diakses pada 26 Oktober 2015 Pukul 16.08 WIB.

