



Media: Republika

Hari: Selasa

Tanggal: 11 Desember 2012

Halaman: 27

Belajar Membangun Industri Kreatif dari Kota Bandung

Kota Bandung selalu menarik dikunjungi. Selain sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat, kota ini juga memiliki fungsi lain yakni kota perdagangan, pendidikan, budaya, wisata, dan industri. Rombongan Humas Pemkot Yogyakarta bersama sejumlah wartawan pun berkesempatan mengunjungi Bandung pada 5-7 Desember lalu. Banyak hal yang dipelajari dari kunjungan ini. Berikut laporan wartawan Republika Edy Setyeko, yang mengikuti kegiatan tersebut.

Sebagai sebuah kota besar, Bandung tak lepas dari berbagai permasalahan sosial, ekonomi, dan fisik yang cukup kompleks. Sehingga untuk menggapai visi kota sebagai kota jasa yang bermartabat, Pemerintah Kota (Pemkot) Bandung menetapkan tujuh prioritas pembangunan. Di antaranya, mencakup bidang pendidikan, kesehatan, kemakmuran, lingkungan hidup, seni budaya, olahraga, dan agama. Hasil pembangunan ekonomi

yang paling menonjol yakni sektor industri kreatif. Produk barang dan jasa dari sini cukup terkenal. Gaungnya tak hanya terkenal di seantero Tanah Air, tapi juga hingga mancanegara.

Kota Yogyakarta sebenarnya juga punya Malioboro. Tentu dengan sejumlah produk kreatif unggulan. Seperti, Dagadu-nya. Bandung juga memiliki sejumlah kawasan bisnis. Seperti, sentra industri sepatu Cibaduyut yang tenar dalam pembuatan sepatu dengan teknik *hand made*. Juga sentra industri Rajut Binong Jati dengan capaian omzet Rp 600 juta per hari.

Ada juga sentra kaos dan sablon Suci dengan jangkauan pasar yang luas dan dikenal di seluruh kota di Indonesia. Sentra perdagangan jeans Cihampelas yang terkenal dengan model selalu *up to date*. Sentra tekstil dan produk tekstil Cigondawah memiliki daya tarik pada harga jual yang relatif murah.

Pemerintah kota turut andil dalam pengembangan industri kreatif ini. "Rombongan kunjungan kerja Pemkot Yogyakarta hanya ingin

tau dari sisi saja, sejauhmana media massa, Dinas Komunikasi, Informasi dan Kehumasan (Diskominfo) turut andil menjual kepada publik terhadap produk industri kreatif di sini," tutur Tri Hartono, Kepala Humas Pemkot Yogyakarta.

Menurut Kadiskominfo Pemkot Bandung, Burgan Al Amin, kata kuncinya sederhana saja. Pendekatan emosional terhadap awak media. Pejabat Diskominfo harus memosisikan diri sebagai seorang jurnalis.

Subsektor industri kreatif selama ini menjadi tiang penyangga pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bandung. Tak bisa dimungkiri bila Kota Bandung sekarang ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi industri fesyen cerah.

Bahkan, tidak sedikit pelaku usaha sengaja memilih bisnis *Factory Outlet (FO)*, *Clothing Company (CC)*, maupun *Distro (distribution store)* untuk mendatangkan untung besar.


Kemajuan teknologi informasi begitu pesat. Fenomena ini berimplikasi pada perkembangan industri kreatif yang berbasis *information*

Instansi

1. **Bag. Humas + Informasi**
2.
3.
4.
5.

- Netral
- Biasa
- Untuk diketahui

Cinderamata
Kepala Dinas Komunikasi Informasi dan Kehumasan Pemerintah Kota Bandung saling menerima dan menyerahkan tanda cinderamata dengan Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tri Hastono (kiri).



NIP. 19690723 199603 1005

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Bagian Humas dan Informasi	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 24 Oktober 2024
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005