

Strategi Penguatan Media Dalam Pengembangan Ekosistem Inovasi Daerah Di Cimahi Techno Park

Witri Cahyati ^a, Siti Widharetno Mursalim ^{b*}, dan Laila Mufida ^c

^a Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

^b Politeknik STIA LAN Bandung

^c Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

e-mail : ^a witri.cahyati@gmail.com ^b sitiwidharetno@poltek.stialanbandung.ac.id,

^c lailamufida@gmail.com

Abstrak

Dalam penelitian ini akan mengkaji strategi yang dilakukan dalam menggunakan media kelompok untuk melaksanakan program-program di Cimahi Technopark, untuk mendapatkan data dalam mendukung referensi serta hasil dari penelitian, peneliti melakukan wawancara dan melakukan observasi ke lapangan. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa pendekatan terhadap komunitas sangat diperlukan sebagai media antara para tenan dengan Cimahi Tecnopark.

Kata Kunci: Strategi, Masyarakat, dan Media

Strategy for Strengthening the Role of Community and Media in Developing Regional Innovation Ecosystems in Cimahi Techno Park

Abstract

In this study, we will examine the strategies used in using group media to implement programs at Cimahi Technopark, to obtain data to support references and research results, researchers conducted interviews and made observations in the field. The results of this study indicate that an approach to the community is needed as a medium between the tenants and Cimahi Tecnopark.

Keywords: Strategy, Society, and Media

PRESIDENSI G-20 INDONESIA TAHUN 2022
"RECOVER TOGETHER, RECOVER STRONGER"

**Transformasi Administrasi dan Kebijakan Publik di Era Post Truth
dalam Mewujudkan Indonesia Tumbuh, Indonesia Tangguh**

A. PENDAHULUAN

Industri Kreatif di Indonesia terus mengalami perkembangan untuk setiap tahunnya. Berdasarkan data dari laporan Opus Ekonomi kreatif 2020, sub sektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar Rp 1.211 triliun kepada Pruduk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka tersebut bahwa ekonomi Indonesia semakin dapat bersaing dan berinovasi dengan Negara lain. Tujuan penelitian: bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan dalam menggunakan media kelompok untuk melaksanakan program-program di Cimahi Technopark. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana Strategi yang dilakukan dalam menggunakan media kelompok untuk melaksanakan program-program di Cimahi Technopark?

Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara langsung, dan observasi.

Pada penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh beberapa peneliti lebih banyak kepada peran media sosial, namun dalam penelitian ini, peneliti ingin mengembangkan tidak hanya pada aspek peran media sosial tetapi juga melihat peran masyarakat dalam pengembangan lembaga.

Di era globalisasi ini kreatifitas sangatlah dibutuhkan karena semakin ketatnya persaingan antar bisnis. Hal ini membuat berbagai pelaku usaha untuk berpikir seacara kreatif demi memastikan bisnis mereka semakin terlihat oleh konsumen. Industri kreatif merupakan proses untuk menciptakan sebuah karya berdasarkan ide yang dicetuskan berkat kreativitas dari seseorang atau sekelompok orang. Industri kreatif ini juga tidak mengeksploitasi sumber daya alam yang ada dan memberikan lapangan kerja yang baru. Dengan demikian industri ini sebaiknya dikembangkan secara terus menerus sehingga semakin mendukung perkembangan ekonomi Indonesia.

Peran signifikan industri kreatif bagi perekonomian Indonesia dapat dilihat dari berdirinya Bekraf yang menaungi ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah menaruh perhatian khusus sehingga banyak kebijakan

dibuat untuk mendorong pertumbuhan Industri kreatif. Dampak positifnya bagi Indonesia membuat banyak Negara juga melirik Industri ini.

B. PEMBAHASAN

Secara umum, definisi strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut Clausewitz (2013), strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka Panjang untuk mencapai tujuan. Strategi berdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapaitujuan (Eddy Yunus, 2016).

Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari hari pada berbagai kalangan. Seperti halnya kebanyakan istilah yang populer, maka maknanya pun bisa beragam bergantung pada konteks kalimatnya. Kita biasa mendengar ada orang yang mengatakan, "komunitas ilmuwan yang mendukung teori evolusi. Hallahan (2003:89) meski dalam konteks yang berbeda menjelaskan perbedaan antara publik dan komunitas dalam pengertian klasik komunitas dipandang hanya salah satu bagian dari publik yang dilayani dalam kegiatan PR yang dikategorikan sebagai publik eksternal, namun dalam praktik PR mutakhir yang cenderung mengganti dan mengubah istilah *public* dengan *community*, komunitas adalah semua stakeholder yang dilayani organisasi. Perbedaan yang dibuat Hallahan ini (Yosal Iriantara, 2004).

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar dan kompeten. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi. Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri oleh khalayak tidak lebih dari 150 orang. Tujuannya membicarakan suatu masalah dengan menampilkan pembicara kemudian meminta pendapat atau tanggapan dan peserta seminar yang biasanya dari kalangan pakar sebagai narasumber dan pemerhati dalam bidang itu. Seminar biasanya membicarakan topik-topik tertentu yang hangat dipermasalahkan oleh

PRESIDENSI G-20 INDONESIA TAHUN 2022
"RECOVER TOGETHER, RECOVER STRONGER"

**Transformasi Administrasi dan Kebijakan Publik di Era Post Truth
dalam Mewujudkan Indonesia Tumbuh, Indonesia Tangguh**

masyarakat. Konperensi adalah media komunikasi kelompok yang biasanya dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu. Ada juga orang dari luar organisasi, tapi biasanya dalam status sebagai peninjau. Materi yang dibahas umumnya berkisar masalah internal dan eksternal organisasi Pertemuan seperti ini biasa digunakan istilah kongres atau muktamar oleh organisasi yang mempunyai massa banyak (Prof. Dr. H. Hafiend Cangara, 2006).

Kawasan Cimahi Technopark sebagai pusat pengembangan Industri Kreatif Berbasis Teknologi. Bidang fokus yang dikembangkan adalah *sector industry* kreatif khususnya 4 subsektor yaitu animasi telematika, makanan, minuman, fashion, dan kriya.

Program kegiatan utama di gedung cimahi Technopark diantaranya :

1. Inkubasi Bisnis Teknologi

Program kegiatan yang diciptakan untuk wirausaha baru berbasis teknologi, dengan menyediakan ruang produksi, peralatan, pendampingan teknis, penyediaan akses pemasaran, dan keuangan. Fokus pengembangan animasi telematika (Apps, Games, web, dll). Bentuk kegiatan yang dilaksanakan pendampingan oleh mentor, fasilitasi Co working space, pendampingan peningkatan keterampilan, pendampingan manajemen usaha, dan workshop pitching.

2. Akselerasi IKM Inovatif

Program kegiatan yang diciptakan untuk mempercepat akselerasi pertumbuhan daya saing para pelaku IKM eksisting dengan memberikan pendampingan, pelatihan yang intensif dengan kebutuhan. Fokus pengembangan dalam kegiatan ini animasi telematika, makanan minuman, fashion dan kriya. Bentuk kegiatan yang dilaksanakan pelatihan, pendampingan singkat, layanan konsultasi bisnis dan teknologi terjadwal, dan penguatan komunitas. Adapun output dan outcome dari kegiatan ini terselenggaranya pertumbuhan para pelaku IKM di Kota Cimahi dengan indicator sebagai berikut : meningkatnya jumlah produk IKM yang menembus pasar/ritel modern, meningkatnya omzet para pelaku IKM, meningkatnya jumlah pelaku IKM yang melakukan kegiatan ekspor

dan meningkatnya sarapan tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi IKM.

3. Layanan Konsultasi Bisnis dan Teknologi Cimahi TechnoPark

Kegiatan ini merupakan kegiatan Non-APBD dan diberikan secara gratis bagi para pelaku UKM kota Cimahi. Kegiatan yang dilaksanakan kolaborasi dengan perguruan tinggi diantaranya FTIP Unpad dan IKM Unjani.

4. Maker Space Digital Kreatif

Maker space Digital Kreatif Pra-Inkubasi 2021 merupakan sub-kegiatan mentoring selama satu tahun bagi para kreator potensial Kota Cimahi sehingga disaat memasuki tahap inkubasi, para kreator sudah memiliki kemampuan dasar yang mumpuni serta penghasilan yang dapat membantu operasional kreator disaat sub-kegiatan inkubasi berjalan. Pada tahap Pra-Inkubasi, para kreator akan berpartisipasi sebagai tim yang diwajibkan untuk memproduksi aset digital kreatif serta memasarkan produk tersebut di market place yang tersedia. Pada sub-kegiatan ini, para kreator akan dibantu proses mentoring selama satu tahun oleh tim dari Tepi Garis yang notabene sudah menjadi author di beberapa *market place* global selama 4 tahun. Rangkaian proses Pra-Inkubasi 2021 ini diantara lain: *Talent Scouting, Pitching, Kick Off, Mentoring, dan Workshop*.

Setiap program yang dilaksanakan di gedung Cimahi Technopark tentu saja dapat berjalan dengan baik karena ada dukungan dari para tenant. Untuk melibatkan para tenant agar mau kolaborasi dengan Cimahi Techno Park tentu saja memerlukan media yang tepat. Berdasarkan hasil pra research dilapangan, bahwa dalam melakukan proses pendekatan kepada para tenant dengan melakukan pendekatan melalui komunitas-komunitas yang ada di kota Cimahi. Setiap program yang dilaksanakan di gedung Cimahi Technopark tentu saja dapat berjalan dengan baik karena ada dukungan dari para tenan. Untuk melibatkan para tenant agar mau kolaborasi dengan cimahi Techno Park tentu saja memerlukan media yang tepat. Berdasarkan hasil pra-research dilapangan, bahwa dalam melakukan proses pendekatan kepada para tenan dengan melakukan pendekatan melalui komunitas-komunitas yang ada di kota Cimahi. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Media digolongkan atas 4 macam, yakni media antarpribadi, media kelompok, media publik, dan media massa. Dalam penelitian ini akan menguraikan mengenai media kelompok yang di gunakan Cimahi Techno park dalam melaksanakan program-program yang ada di Gedung Cimahi Techno park.

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Hasil dari penelitian ini bahwa untuk pengembangan ekosistem inovasi daerah di Cimahi Tecnopark diperlukan peran masyarakat dan media agar bisa dengan efektif melibatkan para tenan untuk aktif mengikuti program di Cimahi Tecnopark. Media dalam hal ini adalah para komunitas sebagai jembatan penghubung antara Cimahi Tecnopark dengan para tenan.

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat mengadakan penelitian lanjutan karena melihat perkembangan di Cimahi Tecnopark yang semakin banyak peminat dan tenant-tenant yang berhasil.

REFERENSI

- Eddy Yunus. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Prof. Dr. H. Hafiend Cangara. 2006. *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Renanda, R. (2021, November). Retrieved Juli Senin, 2022, from Greatdayhr: <https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif/>
- Yosal Iriantara. 2004. *COMMUNITY RELATIONS Konsep Dan Aplikasinya* . edited by Rema Karyanti. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.