

KARYA DUNIA KREATIF INDONESIA UNTUK PASAR DUNIA

Bangunan serbakayu berdesain minimalis itu mempunyai bukaan lebar. Dari dalamnya, tampilan ruangan dengan sinar lampu hangat, lengkap dengan furnitur unik yang seolah mengundang setiap orang menikmati suguhan kenyamanannya.

Rumah berukuran 5 x 6 meter berangka bambu dan kayu ini menjadi magnet Hall D JIExpo Kemayoran, Jakarta, 12-16 Oktober 2016. Sepintas mirip rumah tradisional Jepang, bangunan ini adalah gubahan dari Rumah Tomohon atau Tom's House.

Rumah tradisional dari Tomohon, Sulawesi Utara yang diubah menjadi lebih modern ini berhasil memikat pengunjung dalam gelaran Trade Expo Indonesia (TEI) yang tentu tidak akan melupakan pesonanya. Di dalam acara tersebut, karya-karya tangan kreatif desainer Indonesia menyapa.

Rumah Tomohon hanya salah satu dari tiga bangunan unik yang ditampilkan dalam TEI yang didukung oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf). Ada pula desain rumah yang berangka bambu, beratap rumbia, dan berinding anyam yang disebut Bamboo House. Sementara itu, di sisi lain ada karya desainer Indonesia, Gypsum House yang berupa bangunan dengan figur menjulang dengan rangka putih. Ketiga bangunan tersebut hadir dalam tema "Archean", "Digitarian", dan "Vigilant", suatu visi Indonesia dalam dunia desain untuk masa mendatang (Indonesia Trend Forecasting).

Luthfi Hasan, desainer beragam produk kreatif yang berpartisipasi dalam TEI sebagai kurator, menjelaskan, ketiga tema tersebut adalah buah pemikiran dari berbagai desainer setelah melalui proses pemikiran dan diskusi yang cukup panjang.

Archean menyimbolkan sesuatu yang alami, organik, promotif, dan natural, yang membuat seseorang terganggu pada alam. Vigilant adalah perpaduan sentuhan kelawasan yang berpadu dengan modernitas. Ada



sentuhan natural dan netralitas. Dalam Vigilant, tersirat sisi baik dari masa lalu yang mencair dalam dinamisnya kekinian.

Sementara itu, Digitarian melambangkan dunia yang nirbatas. Tema ini melambangkan kesiapan dalam menyambut masa depan tanpa kekhawatiran. Ketiga tema ini menaungi karya desainer Indonesia dalam bidang arsitektural, interior, fashion, dan furnitur dalam TEI.

"Platform" global

TEI merupakan ajang promosi dan pameran multiproduk Indonesia, di mana desain kreatif adalah salah satu yang unjuk gigi di sini. Bekerja sama dengan Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HDMI), Himpunan Desain Interior Indonesia (HDII) dan Indonesia Fashion Chamber (IFC), dalam TEI ini, Bekraf mendorong para pelaku kreatif untuk menunjukkan kepada pasar internasional akan kualitas produk Indonesia yang tak kalah bersaing.

Dalam TEI tahun ini, tema yang diangkat adalah "Trendist", akronim dari "Trend and Dynamic of Islamic



Style". Luthfi menjelaskan, tema ini mengangkat wajah tren gaya Islam yang merupakan salah satu kekuatan karakter Indonesia melalui pendekatan yang lebih baru dan segar. Hal ini melihat pertumbuhan modest wear semakin berkembang khususnya di kawasan Asia dan Timur Tengah.

Trade Expo Indonesia merupakan platform yang tepat untuk memperluas pasar global bagi para pelaku kreatif khususnya di wilayah negara muslim dan Asia. Para pelaku usaha ekonomi kreatif yang merupakan jantung penggerak perekonomian Indonesia diharapkan dapat memberikan kontribusi serta andal bagi badan usaha dan penyerapan tenaga kerja secara nasional.

"Selama ini, terjadi missing link antara dunia desain dengan industri atau pasar. Ini yang bisa



FOTO-FOTO: DOK BEKRAF



10 Jumlah negara yang paling banyak mengirimkan pembeli dalam TEI 2016.

Suasana Trade Expo Indonesia 2016 di JIExpo Kemayoran, Jakarta.



membuat karya desain tidak berhasil begitu masuk pasar karena kurang sesuai selera pasar. Kita juga masih kalah dari negara seperti Vietnam. Vietnam itu negara kecil, tetapi nilai ekspor produk furniturnya lebih besar dibandingkan Indonesia," kata Luthfi.

Hadirnya booth Bekraf dengan

menampilkan karya para desainer Indonesia yang telah terkurasi diharapkan dapat menjawab permasalahan tersebut. Gelaran TEI berhasil menarik perhatian sejumlah negara seperti Afrika Selatan, Uganda, Turki, Ethiopia, Singapura, Mesir, dan Tiongkok.

"Kalau kita menampilkan produk-produk terbaik dari Indonesia dalam TEI ini, harga atau penawaran untuk kita pun akan lebih baik. Impact-nya juga akan lebih cepat," tambah Luthfi.

Langkah ke depan

Melalui Trade Expo Indonesia, Bekraf terus mendorong para pelaku usaha mikro di bidang ekonomi kreatif untuk memperluas pasar untuk kreasinya agar lebih signifikan. TEI juga menjadi wadah pertemuan antara para buyer yang berasal dari industri, desainer atau pekerja kreatif, dan pasar secara umum.

Diharapkan, inisiatif ini juga akan memperkuat promosi dan publikasi produk dan jasa kreatif dalam negeri di Indonesia maupun internasional. Hal ini melihat antusiasme tinggi para pengunjung di booth Bekraf yang

seluas 400 meter persegi dengan tema Archean, Vigilant, dan Digitarian. Ketiga booth tampil atraktif dan kreatif ini berhasil menarik sekitar 300-500 pengunjung per hari.

"Trade Expo Indonesia merupakan ajang kemajuan bagi kita. Terlebih pada Trade Expo Indonesia tahun ini, Bekraf menawarkan konsep Trend Forecasting. Gabungan antara fashion, interior, dan produk yang menampilkan tren ke depan," kata Dina Midiani, desainer yang juga anggota IFC.

Dina juga menambahkan, jika tujuannya untuk berjualan dan menarik minat buyer yang lebih spesifik, diperlukan area khusus agar para buyer bisa datang, tahu, dan memiliki banyak pilihan.

Dina berharap ada baiknya jika konsep kolaborasi display antardesainer dipertahankan untuk memberikan gambaran kecenderungan tren dan inovasi yang akan datang. Apalagi hal ini disempurnakan dengan adanya area spesifik untuk desain. Dengan begitu, nuansa dan atmosfer trennya akan lebih kentara. [MIL/AYA]

AMBON, KOTA MUSIK DI GERBANG MALUKU

"AMBON Manise". Judul lagu khas Ambon, Provinsi Maluku, sering kita dengar. Lagu tersebut menggambarkan sukacita orang Ambon dalam bermusik dan menari. Musik telah lama menjadi napas kehidupan masyarakat Ambon. Banyak orang tentu kenal dan hapal luar kepala lagu-lagu seperti "Ayo Mama" dan "Burung Kakatua".

Sejumlah musisi papan atas Indonesia keturunan Ambon menjadi buktinya. Sebutlah Glenn Fredly, Andre Hehanusa, dan Daniel Sahuleka. Dengan beragam potensi musiknya, layaklah bila Ambon dijadikan kota musik di Indonesia.

"Masyarakat Ambon adalah masyarakat yang cinta musik. Jika suara bagus, biasanya orang Ambon jadi penyanyi. Jika suara tidak bagus,

jadi pemain musik. Bahkan, ada desa di Ambon yang hampir semua penduduknya bisa bermain musik," tutur Deputi Fasilitasi HKI Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Ari Juliano.

Membangun ekosistem

Namun, merealisasikan kota konvensional menjadi kota musik membutuhkan upaya lebih. Konsultan Bekraf untuk Ambon Kota Musik Robin Malau mengungkapkan, ketika sebuah kota dijadikan sebagai kota musik, artinya berbagai sendi kehidupan kota tersebut berfondasi pada musik. Ada sebuah ekosistem yang terbangun dalam sebuah kota musik.

Robin menjelaskan, bila ingin mengetahui gambaran kota musik, Nashville di Amerika Serikat adalah



IKLAN KOMPAS/MONICA YOHARI L

pelopornya. Ekosistem musik di Nashville berpengaruh pada kondisi sosial, politik, budaya, dan ekonomi kotanya. Dari Nashville, strategi untuk mewujudkan kota musik menyebar ke berbagai negara. Di Eropa, sebutan kota musik melekat pada Glasgow, Kopenhagen, dan Berlin.

Ari mengungkapkan, penetapan Ambon sebagai kota musik sebenarnya telah dilakukan pada 2011, tetapi lingkungannya masih terbatas. Bekraf mendukung penuh subsektor musik Indonesia. Salah satunya dengan memfasilitasi Ambon agar bisa meraih posisi yang lebih tinggi, yaitu menjadi Kota Musik Dunia dan diakui UNESCO.

"Saya melihat Ambon punya potensi. Hal ini juga sejalan dengan amanat presiden Jokowi untuk mengembangkan sumber daya manusia daerah timur Indonesia," kata Ari.

Menurut UNESCO, terdapat sejumlah persyaratan jika sebuah kota dijadikan sebagai kota musik. Persyaratan tersebut antara lain, kota mempunyai sumber daya manusia dalam bidang musik, mempunyai jenjang pendidikan khusus musik, menggelar pertunjukan musik tingkat lokal dan internasional, dan ada infrastruktur musik sebagai penunjang. Contoh infrastruktur ini adalah panggung pertunjukan musik dan perangkat sound system yang memadai.

Untuk menjadikan Ambon sebagai kota musik, hal yang menjadi prioritas adalah pembangunan sumber daya manusia sebagai persiapan utama. Sumber daya

manusia yang dimaksud tidak hanya terkait masyarakat yang menjadi musisi, tetapi juga pelaku pendukungnya. Misalnya, pelaku dalam bidang sound engineer dan artist management.

Sayangnya, untuk menyiapkan sumber daya manusia yang lengkap dalam musik, Ambon masih menemui kendala dalam bidang pendidikan. Belum ada pendidikan tinggi yang fokus tentang musik. Di tingkat sekolah menengah, musik pun hanya menjadi bagian kecil dalam kurikulum. Untuk itu, Bekraf dengan dukungan lembaga lain bertekad untuk memberikan dukungan infrastruktur agar tercipta ekosistem musik di Ambon.

Infrastruktur musik ini meliputi adanya sekolah dan perguruan tinggi yang berfokus pada studi musik, akses jalan, gedung-gedung pertunjukan musik, serta aspek lain seperti hotel dan restoran yang memadai. Aspek pendukung seperti hotel dan restoran ini diperlukan karena identitas kota musik juga akan berkorelasi dengan pariwisata. Untuk itu, setelah mengadakan rangkaian focus group discussion (FGD), dirumuskan 25 rencana aksi Pemerintah Kota Ambon dengan Bekraf untuk mewujudkan Ambon Kota Musik.

"Kota musik ini tidak hanya memosisikan Ambon sebagai sebuah kota yang hidup karena musik. Ambon ini juga merupakan identitas masyarakat Maluku secara umum. Ambon adalah pintu masuk ke Maluku," pungkas Ari. [MIL]

25 RENCANA AKSI WUJUDKAN AMBON KOTA MUSIK DUNIA

1. Mendirikan Ambon Music Office.
2. Regulasi produk rekaman untuk merangsang ketertarikan pada produk rekaman.
3. Integrasi kota dan provinsi untuk memperluas pasar musik Ambon.
4. Penyediaan venue dan sound system bagi musisi pemula untuk menyiapkan lokasi konser.
5. Regulasi live music di hotel, kafe, dan restoran.
6. Menyediakan akses masyarakat ke venue music untuk menjawab kebutuhan transportasi.
7. Mendukung lahirnya musisi dan komunitas untuk standarisasi profesionalisme.
8. Membuat forum komunikasi lintas stakeholder.
9. Mendata penulis lagu dan penampil musik.
10. Pengembangan penonton musik (audience development) untuk menciptakan penonton Ambon yang receptive dan engage.
11. Menciptakan proses belajar membuat seminar skala lokal dan internasional sebagai platform bertukar pikiran lokal dan internasional.
12. Mendirikan pendidikan musik hingga setingkat pendidikan tinggi agar memiliki sistem pendidikan musik yang memadai
13. Mengadakan kunjungan ke konferensi dan pertukaran know-how dengan kota dan negara lain untuk menjalin networking dan menciptakan metodologi yang efektif dari kota-kota musik dunia.
14. Memberikan beasiswa dan dana riset untuk mempelajari musik di Ambon. Tujuannya untuk Mengembangkan pengetahuan musik Ambon secara ilmiah.
15. Pengembangan industri, membuat riset pasar, dan analisis dampak ekonomi, budaya, sosial dan politik agar memiliki benchmark ukuran kesuksesan.
16. Media plan untuk eksposur semua yang berhubungan dengan musik Ambon agar mendapat media eksposur yang dibutuhkan.
17. Memfasilitasi kawasan kuliner yang menampilkan musik live.
18. Menciptakan strategi integrasi pariwisata dan musik Ambon.
19. Pengembangan industri dengan membuat konser musik terbuka dalam kota secara reguler skala kecil-menengah di seluruh pelosok kota.
20. Membuat situs web resmi Ambon Kota Musik.
21. Mengadakan festival musik berskala lokal dan internasional yang bersifat kolaboratif-antargenre dan antarkomunitas.
22. Memfokuskan kegiatan musik nasional di Ambon agar Ambon menjadi pusat aktivitas musik di Indonesia.
23. Nilai sosial dan budaya yang mengabdikan latar belakang dan sejarah musik Ambon (museum).
24. Mengoptimalkan musik sebagai alat perekat komunitas.
25. Regulasi yang mendukung pelestarian musik tradisional.

5 PILAR KOTA MUSIK

