

KOMUNIKASI POLITIK DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DEMI MEWUJUDKAN SGDS PEKERJAAN YANG LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI

Robby Firliandoko¹, Sarwititi Sarwoprasodjo², Cecep Wahyudin³, Nadia Amalia⁴

^{1,3,4}Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia

²IPB University, Bogor, Indonesia

ABSTRAK

Ekonomi Kreatif (Ekraf) menjadi sektor ekonomi yang dipercaya akan menjadi tulang punggung bangsa pada masa depan. Sifatnya yang lebih mengutamakan ide dan sumber daya manusia menjadi faktor mengapa ekraf dipercaya dapat menjadi sumber ekonomi Indonesia pada masa depan. Memajukan ekonomi kreatif bukan hanya butuh rencana dan keinginan semata melainkan kebijakan dari Pemerintah. Dalam praktik ini, Komunikasi Politik memainkan peran dalam memajukan dan mengembangkan ekonomi kreatif demi terwujudnya SDGs ke-8 yakni Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Melalui penelitian kualitatif dengan melakukan observasi langsung, membaca dokumen linimasa dari perjalanan Forum Ekraf dan Komite Ekraf Kabupaten Bogor dan menganalisa pemberitaan-pemberitaan yang tersaji di media-media, penelitian ini menemukan bahwa praktik Komunikasi Politik dalam pembangunan terjadi dari mulai gerakan masyarakat yang merupakan pelaku ekonomi kreatif, kemudian membuat aksi kolektif dengan membentuk forum dan menyampaikan aspirasi langsung ke Bupati sebagai Kepala Daerah dengan dukungan pemberitaan yang diperankan oleh Media. Praktik ini sukses mendorong Kabupaten Bogor untuk menerbitkan produk politik dengan menerbitkan Peraturan Bupati Bogor Nomor 38 tahun 2021 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Komunikasi Politik, Peraturan Bupati Bogor, SDGs.

ABSTRACT

Creative Economy (Ekraf) is an economic sector that is believed to be the backbone of the nation in the future. Its nature which prioritizes ideas and human resources is a factor in why creative economy is believed to be a source of Indonesia's economy in the future. Advancing the creative economy does not only require plans and desires but also policies from the Government. In this practice, Political Communication plays a role in advancing and developing the creative economy for the realization of the 8th SDGs, namely Decent Work and Economic Growth. Through qualitative research by conducting direct observations, reading documents timeline of the journey of the Creative Economy Forum and the Bogor Regency Creative Economy Committee and analyzing the news presented in the media, this research found that the practice of Political Communication in development occurred starting from community movements who were creative economic actors, then creating collective action by forming forums. and convey aspirations directly to the Regent as Regional Head with the support of reporting provided by the Media. This practice was successful in encouraging Bogor Regency to publish political products by issuing Bogor Regent Regulation Number 38 of 2021 concerning Creative Economy Development.

Keywords: Bogor Regent Regulation, Communication Politic, Creative Economy, SDGs.

Article Info:

Received: September, 12, 2024, Revised: October, 2, 2024, Accepted: December, 19, 2024, Available Online: December, 27, 2024

PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif (Ekraf) menjadi sektor ekonomi yang dipercaya akan menjadi tulang punggung bangsa pada masa depan. Sifatnya yang lebih mengutamakan ide dan sumber daya manusia menjadi faktor mengapa ekraf dipercaya dapat menjadi sumber ekonomi Indonesia pada masa depan, dibanding sektor lainnya yang mengeksplorasi alam atau objek lainnya yang suatu waktu akan habis. Hal ini juga disampaikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno seperti dilansir dari detik.com pada Senin 26 maret 2023 dalam pranala <https://travel.detik.com/travel-news/d-6603547/sandiaga-ekonomi-kreatif-masa-depan-ri-kita-hanya-kalah-dari-as-dan-korea> yang diakses pada Kamis (5/9/2024) pukul 18:37 WIB.. "Pemerintah akan mendukung pelaku UMKM ekonomi kreatif agar sektor ini bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Ekonomi Kreatif adalah masa depan Indonesia. Kita ada di peringkat ketiga di dunia, hanya ketinggalan dari Amerika dan Korea Selatan," ujar Sandiaga.

Tidak hanya di Indonesia, Cong (2019) yang melakukan penelitian mengenai ekraf di Vietnam menyampaikan bahwa Industri kreatif dipandang semakin penting terhadap kesejahteraan ekonomi karena manusia kreativitas adalah sumber daya ekonomi utama dan industri abad ke-21 akan semakin bergantung pada generasinya pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Memajukan ekonomi kreatif bukan hanya butuh rencana dan keinginan semata, melainkan memerlukan kebijakan yang dapat mendukung hingga melindungi karya serta mengembangkan kapasitas pelaku ekraf dan meningkatkan penjualan karya

ekraf. Mays *et al.* (2005); Ratten (2020); Williams dan Oz-Yalaman (2021) mengungkapkan bahwa untuk bisa mengembangkan industri kreatif secara jangka panjang perlu ada kebijakan dari pemerintah seperti menyusun skema dukungan lapangan kerja serta meningkatkan kemampuan digital dan kapasitas sumber daya pelaku ekraf.

Kebijakan dan peran pemerintah sangat diperlukan untuk memajukan ekonomi kreatif seperti yang disampaikan oleh Kim (2017) yang meneliti tentang perkembangan ekonomi kreatif di Korea, Kim menyampaikan bahwa intervensi pemerintah berpengaruh terhadap perkembangan ekraf di Korea Selatan, Pemerintah Korea menyebut dirinya sebagai penyelenggara ekonomi kreatif bangsa dan berupaya memanfaatkan semua sumber daya publik dan swasta yang tersedia kemudian mereka juga menentukan jalur distribusi yang terperinci kepada para *start-up* dan kreator.

Pemerintah Kabupaten Bogor juga telah menelurkan kebijakan pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Peraturan Bupati nomor 38 tahun 2021. Kebijakan merupakan produk politik yang panjang dan melalui berbagai macam proses sehingga bisa dinikmati oleh masyarakat luas dan menciptakan perubahan sosial. McNair (2003) menyampaikan bahwa komunikasi politik didefinisikan sebagai proses di mana informasi politik diproduksi, disebar, diterima, dan dipahami oleh masyarakat luas, McNair juga menjelaskan bahwa komunikasi politik mencakup semua bentuk komunikasi yang berhubungan dengan politik, termasuk komunikasi antara politisi, media, dan masyarakat. Sementara menurut Waisbord *dalam* Wilkins *et al.* (2014) menyampaikan bahwa dalam konsep perubahan sosial, komunikasi pembangunan (Communication

Development for Social Change (CDSC)) juga memiliki peran penting apalagi bisa memengaruhi politik.

Peran komunikasi politik dalam menyusun dan mengimplementasikan kebijakan menjadi penelitian yang menarik dalam beberapa tahun terakhir seperti penelitian-penelitian dari Anisti *et al.* (2020); Anom (2014); Batubara *et al.* (2020); Gunawan (2018); Supriadi (2017); Sutrisno dan Nurfalih (2024), namun penelitian-penelitian tersebut belum membahas tentang peran komunikasi politik (kopol) dalam kebijakan ekonomi kreatif melainkan lebih membahas mengenai peran video games dalam praktik kopol dalam perang Timur Tengah, peran kopol yang dilakukan oleh legislative atau DPRD hingga peran kopol dalam menyusun kebijakan mengenai upah, membangun regulasi TV pembangunan, formulasi kebijakan minuman keras hingga kesetaraan gender.

Belajar dari negara lain, yakni Korea Selatan yang tengah pesat melakukan pengembangan ekonomi kreatif, Kim (2017) menyampaikan bahwa peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif sangat baik, tidak hanya melindungi melalui kebijakan, Pemerintah Korsel memberikan dukungan keuangan dan ruangan sehingga ada banyak usaha rintisan (*start-up*) bermunculan dan saling mendukung, hal yang sama juga terjadi di Vietnam bahwa Cong (2019) menyampaikan bahwa dukungan pemerintah bagi industry kreatif dapat mengembangkan usaha kreatif menjadi lebih tahan lama atau berkelanjutan dan menciptakan lingkungan persaingan yang sehat bagi dunia usaha industri.

Baru-baru ini, penelitian mengenai betapa pentingnya kebijakan dalam pengembangan ekonomi kreatif juga pernah diteliti oleh Bangsawan (2023), melalui penelitian kualitatif dengan menganalisis sumber literatur yang

relevan dengan fenomena yang akan diteliti Bangsawan menyampaikan bahwa kebijakan akselerasi transformasi digital dapat menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dengan upaya-upaya untuk mengatasi tantangan yang ada, seperti meningkatkan aksesibilitas teknologi dan infrastruktur yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pelaku industri, pemerintah, dan masyarakat dalam mendorong dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif melalui kebijakan akselerasi transformasi digital.

Melihat betapa pentingnya pengembangann ekonomi kreatif untuk pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi serta hadirnya kebijakan sebagai produk politik, peneliti ingin mengetahui proses serta praktik komunikasi politik yang terjadi di Kabupaten Bogor sehingga bisa menerbitkan sebuah kebijakan melalui Peraturan Bupati Nomor 38 tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bogor dan melakukan pengembangan ekonomi kreatif demi mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs) nomor 8 yakni Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi langsung, membaca dokumen linimasa dari perjalanan Forum Ekraf dan Komite Ekraf Kabupaten Bogor yang ada sejak tahun 2020 hingga 2023 dan menganalisa pemberitaan-pemberitaan yang tersaji di media-media yang tersaji sejak tahun 2020 hingga 2023. Penelitian ini dilakukan untuk melihat praktik komunikasi politik yang ada di Kabupaten Bogor sehingga bisa melakukan pengembangan ekonomi kreatif demi mewujudkan Sustainable

Development Goals (SDGs) nomor 8 yakni Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi melalui praktik masyarakat yang bisa mendorong pemerintah untuk menerbitkan sebuah kebijakan Peraturan Bupati (Perbup) Bogor Nomor 38 tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bogor dan menjalankan program pengembangan ekosistem ekraf yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PRAKTIK KOMUNIKASI POLITIK DALAM PENGEMBANGAN EKRAF

Garis besar temuan dan pembahasan mengenai Komunikasi Politik Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bogor demi mewujudkan SDGs Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi akan coba dijelaskan dalam gambar berikut. Gambar ini menyampaikan tentang elemen politik, komunikasi politik hingga praktik politik yang terjadi di Kabupaten Bogor dalam mengembangkan ekonomi kreatif demi mewujudkan SDGs Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, gambar tersebut tersaji di bawah ini:

ELEMEN POLITIK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN BOGOR



Gambar 1. Elemen Politik Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bogor

Berikutnya, penjelasan detail dari gambar tersebut akan dijelaskan satu per satu dalam jurnal ini.

Gerakan Kolektif Masyarakat Ekonomi Kreatif

Komunikasi politik dalam pengembangan ekraf di Kabupaten Bogor berawal dari adanya gerakan kumpulan masyarakat yang merupakan pelaku ekraf yang merindukan perubahan sosial dalam di bidang ekraf. Masyarakat ekraf Kabupaten Bogor yang terdiri dari pelaku ekraf, komunitas, kolektif dan pengelola ruang seperti Gerakan Seni Rupa Bogor, Kisruh, Bogor Ngariung, Degrafik, Noirlab, Bengkel Tiga dan Empat dan Hibrkraft, menyadari bahwa politik menjadi peluang untuk bisa menciptakan perubahan tersebut karena dengan politik bisa menelurkan produk politik berupa kebijakan yang bisa mendukung pengembangan ekraf di Kabupaten Bogor. Hasil temuan ini senada dengan hasil penelitian dari McAdam (2017); W. Zhang dan Mao, (2013) mengungkapkan bahwa kondisi politik menjadi salah satu faktor gerakan sosial yang dilakukan oleh masyarakat dengan saling menghargai dan membangun kolaborasi

Masyarakat ekraf Kabupaten Bogor telah mencoba menyelesaikan masalah dengan membuat gerakan bersama. Masyarakat ekraf Kabupaten Bogor sadar bahwa untuk bisa menciptakan perubahan sosial dan mendorong kebijakan diperlukan gerakan bersama dengan berkolaborasi. Dari gerakan kolektif ini kemudian disepakati dalam pembuatan forum sebagai aksi kolektif yang berlembaga untuk bisa memudahkan upaya komunikasi politik dalam pengembangan ekraf di Kabupaten Bogor.

Forum sebagai Katalisator Gerakan Kolektif dalam Komunikasi Politik

Forum sebagai katalisator yang berlembaga dibentuk oleh gerakan

kollektif masyarakat ekraf yang terdiri dari pelaku usaha ekraf, kollektif, pengelola ruang dan komunitas dengan nama PERSPEKTIF atau Perkumpulan Sektor Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Bogor. Aksi kollektif masyarakat berupa komunitas ataupun forum kini menjadi alternatif baru sebagai upaya dalam menularkan gerakan yang baik di masyarakat apalagi untuk menyelesaikan isu-isu yang dapat menjadi atau memiliki risiko, dalam penelitian kualitatif yang dilakukan di sebuah komunitas di Tiongkok, Nigeria dan Indonesia, Dewantara dan Widhyharto (2016); Hapsari (2016); Hasna (2022); Olson (2016); Zhang (2018) menemukan bahwa upaya kollektif masyarakat yang sederhana namun memiliki pengaruh meskipun dilakukan secara nyata maupun maya terhadap politik.

Setelah membentuk forum, PERSPEKTIF menjadi wadah serta katalisator dari aksi kollektif berbagai elemen masyarakat ekonomi kreatif di Kabupaten Bogor. Dalam rangka mempercepat pencapaian dari praktik komunikasi politik, PERSPEKTIF melakukan audiensi dengan Bupati Bogor Hj. Ade Yasin pada tanggal 21 Oktober 2020. Dalam kunjungan tersebut PERSPEKTIF menyampaikan mengenai apa itu ekraf, apa saja yang sudah dilakukan PERSPEKTIF, apa potensi ekraf Kabupaten Bogor dan apa yang harus dilakukan oleh Kabupaten Bogor, salah satunya adalah menelurkan kebijakan dan memiliki Lembaga Komite.



Gambar 2. Dokumentasi PERSPEKTIF Bertemu dengan Bupati Bogor

Penggiringan Opini Publik Melalui Pemberitaan

Kegiatan PERSPEKTIF bersama Ibu Bupati perlu disiarkan untuk mendapatkan perhatian publik dan posisi yang baik. PERSPEKTIF mencoba menyusun naskah berita kemudian disebarkan ke berbagai media untuk mendapatkan pemberitaan. Pemberitaan ini juga bisa menjadi dorongan bagi Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait untuk melakukan percepatan dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif. Adapun pemberitannya dapat dibaca di pranala berikut:

1. <https://diskominfo.bogorkab.go.id/bupati-bogor-ade-yasin-apresiasi-pegiat-ekonomi-kreatif-dan-menilai-perlu-adanya-forum-ekraf-di-kabupaten-bogor/>
2. <https://kreasijabar.id/article/bupati-bogor-ade-yasin-apresiasi-potensi-ekraf-kabupaten-bogor-dan-menilai-perlu-adanya-forum>

Adapun pesan kunci yang disampaikan adalah:

1. Bupati Bogor Ade Yasin Apresiasi Pegiat Ekonomi Kreatif dan Menilai Perlu Adanya Forum Ekraf di Kabupaten Bogor
2. Bupati Bogor Ade Yasin menilai apa yang sudah dilakukan pegiat sektor kreatif merupakan hal yang luar biasa di tengah segala keterbatasannya. Kabupaten Bogor belum memiliki ruang

kreatif, namun pegiat kreatif telah berkarya dan terhubung dengan baik.

3. Bupati Ade Yasin mengapresiasi langkah yang dilakukan dari mulai pendataan dan berjejaring hingga taraf nasional. *“Mereka ini anak-anak muda yang harus kita bina karena masa depan Kabupaten Bogor di tangan mereka. Belum ada wadah tapi mereka inisiatif melakukan pendataan dan pemetaan. Ini bagus sekali. Perlu ada Forum yang saling mengisi dan kita perlu duduk bersama dengan Bappedalitbang, dan dinas terkait. Jadi, kita harus segera bergerak,”* tambah Ade Yasin.

Progress Penyusunan Kebijakan hingga Melantik Komite Ekraf

Setelah melalui proses Panjang, akhirnya melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) yang memiliki Bidang Ekonomi Kreatif (SDM PE) kebijakan yang diharapkan oleh masyarakat bisa mulai cerah. Tidak sampai sebulan dari pertemuan PERSPEKTIF dengan Bupati Bogor, Disbudpar langsung menyusun kebijakan untuk pengembangan ekonomi kreatif. Progress tersebut dalam dilihat dari pemberitaan ini <https://kreasijabar.id/article/pemerintah-kabupaten-bogor-susun-kajian-kebijakan-pengembangan-ekonomi-kreatif> (diakses pada hari Sabtu (7/9/2024) pada pukul 11.34 WIB). Pesan inti dari pemberitaan tersebut adalah sebagai berikut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Bogor Mulyadi yang mewakili Bupati Bogor Ade Yasin menyampaikan bahwa. *“saat ini Kabupaten Bogor sedang menyusun kajian kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang hasilnya merupakan sarana roadmap*

pengembangan Ekraf daerah untuk memetakan dan mengembangkan potensi Ekraf di Kabupaten Bogor yang bertumbuh pada ekonomi kreatif masyarakat,” katanya.

Selanjutnya, sejak tanggal 27 Mei 2021 Pemerintah Kabupaten Bogor berhasil menerbitkan Peraturan Bupati Bogor Nomor 38 tahun 2021 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang bisa diunduh di pranala <https://peraturan.bpk.go.id/Details/197652/perbup-kab-bogor-no-38-tahun-2021>. Peraturan Bupati ini terdiri dari 75 pasal, 11 bab yaitu ketentuan umum, asas dan tujuan, ruang lingkup, pelaku dan subsektor ekonomi kreatif, pengembangan ekonomi kreatif, kelembagaan, hak dan kewajiban pelaku dan pengusaha ekonomi kreatif, kota kreatif, sistem informasi ekonomi kreatif, pengawasan, monitoring dan evaluasi, ketentuan penutup,

Tidak hanya itu, pada tanggal 25 September 2021 melalui Keputusan Bupati Bogor Nomor 556/333/Kpts/Per-UU/2021 Tentang Pengangkatan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Bogor, Bupati Bogor lantik Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Bogor yang juga dikenal dengan nama KABEKRAF. Bukti pelantikan tersebut dapat dibaca di dalam berita <https://jabar.antaranews.com/berita/316873/bupati-bogor-kukuhkan-komite-kabekraf-demi-pulihkan-ekonomi> yang diakses pada hari Sabtu (7/9/2024) pukul 11.43 WIB. Dalam pelantikan tersebut, Bupati Bogor berharap KABEKRAF ini mampu pulihkan ekonomi baik di masa pandemi maupun pascapandemi tentunya dengan memajukan peran pemuda di ekraf.

Program Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bogor

Semenjak adanya kebijakan dan komite ekonomi kreatif, program

pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bogor lebih baik dari sebelumnya karena KABEKRAF memiliki program besar yang menyesuaikan program kerja Pemda Bogor PANCAKARSA yaitu Panca EKRAF. Panca EKRAF terdiri dari lima program besar yang dapat dilihat di bawah ini:

1. Eksplorasi data dan potensi, setiap saat KABEKRAF membuka pendaftaran untuk mendata pelaku ekraf melalui pranala bit.ly/DaftarKabekraf untuk mempermudah masyarakat mendaftarkan diri, dan untuk menemukan potensi-potensi produk dan karya ekraf unggulan, KABEKRAF bersaa Disbudpar melakukan kurasional setiap tahunnya.
2. Koneksi, untuk mengembangkan potensi ekraf, KABEKRAF dan Disbudpar juga membuka hubungan baik dengan berbagai stakeholder seperti dengan IKEA Sentul, AEON, FINATRA, dan lainnya.
3. Re-branding, untuk meningkatkan performa produk ekraf, KABEKRAF bersama Disbudpar melakukan pengemasan jenama ulang agar produk ekraf terlihat lebih baik dan menarik.
4. Akselerasi dilakukan agar produk-produk unggulan bisa semakin berkembang melalui kegiatan peningkatan kapasitas dari mulai bimbingan teknis hingga inkubasi bisnis.
5. Festival, untuk menyebarluaskan potensi ekraf, KABEKRAF bersama Disbudpar selalu mengadakan Festival setiap tahunnya.

KESIMPULAN

Pengembangan ekonomi kreatif (Ekraf) menjadi salah satu hal yang perlu

dilakukan oleh Indonesia dan seluruh daerah karena Ekraf sudah dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia dan dapat menjadi tulang punggung bangsa di masa depan, namun pengembangan ekraf juga perlu didukung oleh pemerintah melalui kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada masyarakat pelaku ekraf sehingga bisa mewujudkan SDGs poin ke-8 tentang Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Belajar dari Kabupaten Bogor, masyarakat pelaku ekraf-nya berhasil melakukan praktik komunikasi politik untuk menyuarakan aspirasi dan memperjuangkan haknya. Praktik Komunikasi Politik yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Bogor merupakan praktik baik yang mana berhasil mendorong pemerintah menerbitkan kebijakan yang berpihak kepada pengembangan ekonomi kreatif. Gerakan aksi kolektif hingga audiensi dengan kepala daerah merupakan prakti komunikasi politik yang baik dan bisa diterapkan di berbagai kasus. Tidak hanya itu, aksi kolektif tersebut berhasil mengedukasi masyarakat dan mendorong berbagai pihak khususnya OPD terkait untuk memberikan dukungan tentang pengembangan ekonom kreatif sehingga Bupati Bogor menerbitkan Peraturan Bupati Bogor nomor 38 tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan melantik Komite Ekonomi Kreatif sebagai lembaga percepatan pembangunan ekraf.

DAFTAR PUSTAKA

Anisti, Cindrakasih, R. R., & Kurniawan, F. (2020). Keterkaitan hubungan antara komunikasi politik kebijakan dengan birokrasi pemerintah dalam konteks komunikasi pembangunan (Studi kasus regulasi pendirian TV Komunitas). *Global Komunika*, *1*(2), 14–23.

- Anom, E. (2014). Kebijakan upah buruh minimum sektoral di Kabupaten Tangerang perspektif komunikasi politik. *Jurnal Komunikologi*, 11(1), 37–44. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/viewFile/137/137>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Batubara, B. M., Barus, R. K. I., Walhidayat, T., & Kunci, K. (2020). Model komunikasi politik anggota DPRD Kota Medan dalam menghasilkan kebijakan responsif gender. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1220.
- Cong, P. T. (2019). Creative industries, investment trends and their impact on the economy and financial sectors: A study from Vietnam. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 7(5), 31–49. <https://doi.org/10.53333/ijicc2013/07504>
- Dewantara, R. W., & Widhyharto, D. S. (2016). Aktivisme dan kesukarelawanan dalam media sosial komunitas kaum muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 40. <https://doi.org/10.22146/jsp.10855>
- Gunawan, E. (2018). Pelaksanaan kebijakan legislasi terhadap komunikasi politik dalam mewujudkan efektivitas penyusunan produk legislatif. *Jurnal Publik: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu ...*, 1–11. <http://journal.uniga.ac.id/index.php/JPB/article/view/238>
- Hapsari, D. R. (2016). Peran jaringan komunikasi dalam gerakan sosial untuk pelestarian lingkungan hidup. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i1.33>
- Hasna, S. (2022). Tindakan kolektif masyarakat jaringan di Indonesia: Aktivisme sosial media pada aksi #Gejayanmemanggil. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 25–34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.25-34>
- Kim, T. (2017). Creative Economy of the Developmental State: A Case Study of South Korea's Creative Economy Initiatives. *Journal of Arts Management Law and Society*, 47(5), 322–332. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1377660>
- Mays, N., Pope, C., & Popay, J. (2005). Systematically reviewing qualitative and quantitative evidence to inform management and policy-making in the health field. *Journal of Health Services Research & Policy*, 10(1_suppl), 6–20. <https://doi.org/10.1258/1355819054308576>
- McAdam, D. (2017). Social movement theory and the prospects for climate change activism in the United States. *Annual Review of Political Science*, 20, 189–208. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-052615-025801>
- McNair, B. (2003). An Introduction to Political Communication. In *An*

- Introduction to Political Communication, Third edition* (5th ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203699683>
- Olson, C. C. (2016). #BringBackOurGirls: Digital communities supporting real-world change and influencing mainstream media agendas. *Feminist Media Studies*, 16(5), 772–787.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1154887>
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 747–761.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163>
- Supriadi, Y. (2017). Komunikasi politik DPRD dalam meningkatkan peran legislasi di Kota Bandung. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 25–36.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v10i1.2119>
- Sutrisno, & Nurfalah, F. (2024). *Komunikasi politik pad politik global melalui propaganda perang dalam video game command and conquer: General*. 12(1), 29–41.
- Wilkins, K. G., Tufte, T., & Obregon, R. (2014). The Handbook of Development Communication and Social Change. In K. G. Wilkins, T. Tufte, & R. Obregon (Eds.), *The Handbook of Development Communication and Social Change* (1st ed.). John Wiley & Sons Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781118505328>
- Williams, C. C., & Oz-Yalaman, G. (2021). The coronavirus pandemic, short-term employment support schemes and undeclared work: some lessons from Europe. *Employee Relations: The International Journal*, 43(3), 630–643. <https://doi.org/10.1108/ER-05-2020-0218>
- Zhang, J. Y. (2018). Cosmopolitan risk community in a bowl: A case study of China's good food movement. *Journal of Risk Research*, 21(1), 68–82.
<https://doi.org/10.1080/13669877.2017.1351473>
- Zhang, W., & Mao, C. (2013). Fan activism sustained and challenged: Participatory culture in Chinese online translation communities. *Chinese Journal of Communication*, 6(1), 45–61.
<https://doi.org/10.1080/17544750.2013.753499>