



SURAT TUGAS

Nomor 204a/J.05/FAD/2024

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Kristen Duta Wacana dengan ini memberi tugas kepada:

Nama Lengkap : **Dr.-Ing. Gregorius Sri Wuryanto P. U., S.T., M.Arch.**
Nomor Induk Karyawan : 004 E 287
Jabatan : Dosen Prodi Magister Arsitektur
Pangkat, Golongan/Ruang : IV/b, Lektor

Sebagai **Koordinator Tim Penyusun dalam Penyusunan Dokumen Kajian Roadmap Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.** Waktu pelaksanaan **01 Juli – 30 September 2024.**

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 01 Juli 2024

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Dr. Imelda Irmawati Damanik, S.T., M.A(UD).
NIK. 014 E 295

Tembusan:

1. Wakil Dekan II Fakultas Arsitektur dan Desain
2. Arsip

IID/ang



BADAN PERENCANAAN
PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)
KABUPATEN CILACAP



jogja
creative
society

Penyusunan Roadmap Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap Tahun 2024



Laporan Akhir



LAPORAN AKHIR

PENYUSUNAN ROADMAP PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF KABUPATEN CILACAP TAHUN 2024

Tim Penyusun Kajian

Ketua Tim Ahli

Dr.-Ing. Gregorius Sri Wuryanto P U, M.Arch

(Ahli Tata Kota dan Ekosistem Kota Kreatif)

Ketua Jogja Creative Society

Anggota Tim Ahli

M.Arief Budiman, S.Sn

(Ahli City Branding Management)

Ir.Nowo Yuliarso

(Ahli Arsitektur Perkotaan)

Affi Kreshna, ST

(Ahli Aktivasi Ruang dan Ekonomi Kreatif)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Rasional: Urgensi, Relevansi, dan Permasalahan	3
1.3. Tujuan	5
1.4. Sasaran.....	5
1.5. Lokasi Kajian.....	6
1.6. Lingkup Kegiatan	6
1.7. Metodologi Kajian	7
1.8. Keluaran.....	8
1.9. Sistematika Kajian	8
1.10. Tatakala	9
BAB II PROFIL KABUPATEN CILACAP SEBAGAI SEBUAH EKOSISTEM EKONOMI KREATIF	10
2.1. Sistem Tata Kelola Kebijakan di Bidang Ekonomi Kreatif	10
2.2. Demografi Penduduk dan Potensi Sumber Daya Manusia	14
2.3. Potensi Perekonomian: Industri, Agrikultur, Sektor Jasa, dan Kreativitas	29
2.4. Potensi Posisi Geografis, Bentang Alam dan Sumber Daya Alam	33
2.5. Potensi Tata Ruang, Arsitektur, dan Infrastruktur.....	59
2.6. Potensi Perekonomian: Industri, Agrikultur, Sektor Jasa, dan Kreativitas	67
2.7. Peta Potensi Subsektor Ekonomi Kreatif	74
2.8. Program dan Pencapaian Kota dalam bidang Seni, Budaya dan Kreativitas	191
2.9. Investasi di Bidang Ekonomi Kreatif.....	194
2.10. Performa Ikonik yang Menjadi Unggulan/ <i>Branding</i> tentang Kabupaten Cilacap	194
2.11. Narasi Sejarah Kota/Kabupaten Cilacap.....	196
2.12. Pemetaan Permasalahan dalam Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap	199
BAB III TINJAUAN KONSEP KOTA/KABUPATEN KREATIF SEBAGAI SEBUAH EKOSISTEM	202
3.1. Konsep Kota Kreatif Menurut UCCN dan ICCN.....	202

3.2.	Integrasi Konsep Kota Kreatif dengan Agenda SDGs	203
3.3.	Konsep Kota Kreatif dan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia	207
3.4.	10 Prinsip Kota Kreatif dan Strategi Catha Ekadaksa ICCN.....	211
3.5.	Instrumen Penilaian Kota Kreatif.....	216
3.6.	Konsep, Konten dan Strategi City Branding Management Kota Kreatif	220
BAB IV ANALISIS		236
4.1.	Analisis SWOT pada Pengembangan Ekosistem Potensi Kreatif Unggulan.....	236
4.2.	Analisis Penentuan Sub-sektor Unggulan yang menjadi Lokomotif....	241
4.3.	Analisis Pengintegrasian Kebijakan dan Ekosistem Investasi terkait Pengembangan Ekosistem Bidang Kreatif Unggulan.....	247
4.4.	Analisis Sistem Kreasi – Produksi – Distribusi – Konsumsi – Konservasi pada Bidang Kreatif Unggulan	248
4.5.	Analisis Strategi Pengembangan Desain Tata Ruang Ekosistem Ekonomi Kreatif.	256
4.6.	Analisis Tahapan <i>Roadmap</i> Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif	294
BAB V KONSEP DAN <i>ROADMAP</i> PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF KABUPATEN CILACAP		297
5.1.	Penyusunan Konsep Pemodelan Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kota/ Kabupaten Kreatif berkelas Dunia dengan Tema Khusus	297
5.2.	Rencana Strategis Pencapaian Tahapan dan Desain <i>Roadmap</i> Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap....	308
BAB VI KESIMPULAN		312
6.1.	Konsep Pemodelan Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kota/ Kabupaten Kreatif berkelas Dunia dengan Subsektor Unggulan	312
6.2.	<i>Roadmap</i> Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap	315
DAFTAR PUSTAKA		318

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang digerakkan oleh sumber daya yang tersedia di Kabupaten Cilacap. Sumber daya ini berbentuk manusia muda kreatif dan berdaya cipta yang tersedia, serta sumber warisan budaya yang unik dan beragam. Sumber daya tersebut menjadi kekuatan utama pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Penyusunan Dokumen *Roadmap* Kabupaten Kreatif adalah bentuk upaya sistematis dalam merencanakan Agenda Strategis Kabupaten terkait dengan pengembangan Kabupaten Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Ekonomi Kreatif. Dengan kajian ini diharapkan hasil pemetaan dan analisis potensi strategis Kabupaten Cilacap bisa disinergikan sebagai kekuatan dalam penyusunan Strategi Pembangunan Daerah dengan memanfaatkan potensi industri kreatif unggulan daerah melalui pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif. *Roadmap* Kabupaten Kreatif sebagai keluaran juga sekaligus menjadi navigasi bagi Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk pencapaian target prioritas yang tepat dari sinergi pengembangan subsektor industri kreatif lokal. Program yang relevan dengan pengembangan pemodelan ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan kearifan lokal ini menjadi salah satu capaian yang akan disinergikan dengan potensi klaster subsektor ekonomi kreatif unggulan sebagai sebuah ekosistem unggul Kabupaten Cilacap.

1.2. Rasional: Urgensi, Relevansi, dan Permasalahan

Urgensi kajian diletakkan pada upaya pemberdayaan sumber daya manusia dan kreativitasnya agar mampu memberikan daya dorong bagi

pemulihan situasi ekonomi pasca Pandemi COVID-19. Program-program strategis yang dirumuskan dalam kajian penyusunan *roadmap* ini diharapkan akan menjadi panduan bagi upaya percepatan pemulihan ekonomi, sosial dan budaya yang didasarkan pada pemberdayaan potensi di bidang subsektor ekonomi kreatif unggulan di Kabupaten Cilacap. Sub-sektor unggulan ini diharapkan akan menjadi lokomotif percepatan dengan tetap memperhatikan pencapaian sejenis bagi sub-sektor pendukung dalam jejaring kerja kolaboratif berdampak yang membentuk sebuah ekosistem.

Relevansi kajian didasarkan pada amanat UU RI no.19 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang memberikan mandat pada pemerintah daerah untuk mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di daerah masing-masing. Payung hukum ini kemudian juga diperkuat dalam rencana operasionalisasinya melalui Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2024 dan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Tengah.

Permasalahan yang menjadi fokus kajian adalah menentukan sub-sektor unggulan yang mampu dijadikan lokomotif pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Secara lebih mendetail permasalahan utama tersebut akan mengerucut pada analisis terhadap pemilihan prioritas program yang memiliki konteks dan relevansi kuat terhadap potensi daerah, kemampuan dan motivasi para pemangku kepentingan serta postur *financial support* yang potensial untuk diinvestasikan. Selain itu permasalahan juga ditumpukan pada hasil analisis S.W.O.T yang memberikan peta permasalahan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dalam penyusunan siasat maupun strategi.

1.3. Tujuan

Penyusunan dokumen *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap dimaksudkan untuk menyusun *roadmap* kebijakan strategis sebagai pedoman dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Adapun tujuan mendasarnya adalah:

- a) Penetapan arah, tujuan dan kebijakan pengembangan ekosistem—ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap berbasis kearifan menuju Kabupaten Cilacap Kreatif dengan menyusun Dokumen *Roadmap* Kebijakan dan Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap dengan prioritas sektor unggulan sesuai Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah yang berkesinambungan dan berdaya ungkit bagi sektor lainnya;
- b) Penyusunan agenda strategis rencana pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap;
- c) Penetapan rancangan program unggulan, indikator, dan *stakeholders* terkait pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap.

1.4. Sasaran

Sasaran Penyusunan Dokumen *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap adalah:

- a) Pemetaan dan analisis potensi pendukung Kabupaten Cilacap meliputi identifikasi klaster subsektor Ekonomi Kreatif unggulan baik produk dan proses produksi, sumber daya dan kompetensi pelaku, infrastruktur dan arah kebijakan pemerintah pusat dan daerah yang dapat disinergikan menjadi rencana strategis pengembangan ekosistem Kabupaten Cilacap sebagai

Kabupaten Kreatif;

- b) Perencanaan tahapan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif sebagai Kabupaten Kreatif dalam Rencana Jangka Pendek (1 tahun), Jangka Menengah (5 tahun), dan Jangka Panjang (20 tahun);
- c) Pemetaan kelembagaan untuk mendukung Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap;
- d) Inventarisasi pembentukan dan pengembangan ruang kreatif untuk mengeksplorasi pengembangan potensi warisan lokal.

1.5. Lokasi Kajian

Lokasi kajian meliputi seluruh wilayah administratif Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Adapun analisis data-data yang terkait dengan aktivitas di wilayah yang berada di luar Kabupaten Cilacap dipakai sebagai konteks ekosistem ekonomi kreatif dalam skala yang lebih besar. Sedangkan untuk penentuan prioritas dalam Program Jangka Pendek dan Jangka Menengah difokuskan pada pengembangan ekosistem di Kota Cilacap dan daerah di sekitarnya. Sedangkan dalam perencanaan program-program strategis Jangka Panjang, lokasi kajian meliputi keseluruhan wilayah Kabupaten Cilacap dengan tetap mengacu pada skala prioritas program.

1.6. Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup substansi kajian dalam pekerjaan Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap adalah:

- a) Mengidentifikasi dan memetakan potensi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dalam rangka Kabupaten Cilacap Kreatif;

- b) Mengidentifikasi permasalahan dalam membentuk sinergi program antar OPD terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap;
- c) Menyusun *data base* pelaku ekonomi kreatif yang meliputi subsektor, produk, dan rencana pengembangannya;
- d) Menyusun *roadmap* pembiayaan program kegiatan 5 (lima) tahunan dan 1 (satu) tahunan yang mendukung Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap di Perangkat Daerah yang terkait;
- e) Menyusun target indikator/kriteria pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap.

1.7. Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bersifat deduktif. Pendekatan deskriptif untuk menjelaskan potensi ekonomi kreatif berikut beragam kondisi *existing* terkait dengan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Sedangkan analisis kualitatif dilakukan terhadap kebijakan-kebijakan daerah yang relevan dengan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif, analisis SWOT terhadap program pengembangan Kabupaten Cilacap sebagai sebuah kabupaten kreatif berskala internasional, dan analisis daya saing investasi dan daya serap produk di pasar nasional hingga pasar global. Pendekatan deduktif dilakukan dengan mengambil rujukan normatif dari berbagai sumber teoritis tentang pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Hasil analisis mendeskripsikan *positioning* produk dan sumber daya manusia dalam konteks ekosistem ekonomi kreatif, potensi dan permasalahan yang dihadapi, serta peluang yang bisa mengakselerasi proses terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif dalam tahapan-tahapan program pengembangan.

1.8. Keluaran

Produk keluaran dari kajian ini adalah dokumen *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap yang berisi Program-program Strategis dalam Jangka Pendek (1 tahun), Jangka Menengah (5 tahun) serta Jangka Panjang (20 tahun). Sebuah dokumen produk keluaran lainnya adalah dokumen *executive summary* yang berisi ringkasan *roadmap* dalam bentuk dokumen infografis. *Executive Summary* bersifat sebagai dokumen *supplement* yang akan melengkapi dokumen utama.

1.9. Sistematika Kajian

Dokumen kajian ini disusun dengan struktur konten yang terdiri atas 6 Bab dengan sistematika kajian sebagai berikut:

- a) Bab I : Pendahuluan
- b) Bab II : Profil Kabupaten Cilacap sebagai Sebuah Ekosistem Ekonomi Kreatif
- c) Bab III : Tinjauan Konsep Kota/Kabupaten Kreatif
- d) Bab IV : Analisis
- e) Bab V : Konsep dan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap
- f) Bab VI : Kesimpulan
- g) Daftar Pustaka

1.10. Tatakala

Pekerjaan Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap dilaksanakan selama 90 (sembilan puluh) hari kalender sejak dikeluarkannya Surat Perintah Kerja (SPK).

Tabel 1.1
Tatakala Pekerjaan Kajian

No	Uraian	Bobot (%)	Durasi		Bulan I				Bulan II				Bulan III						
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5		
1	Pekerjaan Persiapan	7,78	7	hari	■														
2	Penyusunan Laporan Pendahuluan	38,89	35	hari		■	■	■	■	■									
3	Penyusunan Laporan Akhir	46,67	42	hari						■	■	■	■	■	■				
4	Pekerjaan Akhir	6,67	6	hari															■
	Jumlah	100,00	90	hari															

Sumber: Dokumen KAK Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap Tahun 2024

BAB II

PROFIL KABUPATEN CILACAP SEBAGAI SEBUAH EKOSISTEM EKONOMI KREATIF

Kabupaten Cilacap yang terletak pada posisi geografis antara 7°30' dan 7°45'20" (Garis Lintang Selatan) dan antara 108°4'30" dan 109°30'30" (Garis Bujur Timur) ini secara geografis terdiri dari wilayah perbukitan, dataran rendah dan pesisir. Kabupaten Cilacap memiliki luas wilayah mencapai 2.364,28 km² (termasuk Pulau Nusakambangan seluas 115,00 km²) atau sekitar 6,5 persen dari luas Provinsi Jawa Tengah dan terbagi secara administratif menjadi 24 Kecamatan dan 269 Desa, 15 Kelurahan, 2.341 rukun warga (RW) dan 10.476 rukun tetangga (RT). Data ini sekaligus menetapkan sebagai kabupaten terluas se-Jawa Tengah. Di Kabupaten Cilacap terdapat Pulau Nusakambangan yang berada di bagian selatan Cilacap yang sebagian wilayahnya merupakan Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) berkeamanan tinggi di Indonesia.

2.1. Sistem Tata Kelola Kebijakan di Bidang Ekonomi Kreatif

Beberapa Produk Kebijakan Pemerintah Kabupaten Cilacap yang terkait dengan Bidang Ekonomi Kreatif masih berupa dokumen kajian seperti Analisis Ekonomi dan Pendapatan Regional Kabupaten Cilacap Tahun 2019 yang berisi tentang Produk Kebijakan di Tingkat Kabupaten lainnya berupa Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 5 Tahun 2023 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Cilacap. Perda Cilacap No.5 Tahun 2023 ini lebih banyak mengatur struktur OPD. Perda ini sangat mempengaruhi keberadaan peran OPD sebagai salah satu aktor dalam ekosistem ekonomi kreatif. Pergeseran jabatan struktural di kalangan ASN yang merupakan bagian dari sistem manajemen ASN ini sedikit banyak mempengaruhi kinerja

kolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dikarenakan relasi kerja yang berdasarkan kompetensi, sehingga jika personalnya berganti maka hal tersebut bisa mempengaruhi kinerja kolaborasi. Namun demikian ke depan relasi kerja akan lebih ditekankan pada kinerja institusional yang bergantung pada kompetensi sistem daripada ketergantungan pada kompetensi personal.

Sedangkan Produk Kebijakan tentang Ekonomi Kreatif di Tingkat Nasional dan Tingkat Provinsi yang memayungi Kebijakan Daerah Kabupaten Cilacap dalam bidang ini meliputi:

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif;
- b) Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025;
- c) Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024;
- d) Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif;
- e) Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Tengah;
- f) Peraturan Gubernur Provinsi Jawa Tengah Nomor 3 Tahun 2023 tentang Komite Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Tengah;

Semua produk kebijakan di atas telah membentuk sebuah ekosistem kebijakan dari hulu ke hilir bagi pengembangan ekonomi kreatif daerah. Dari hulu, payung hukum berupa Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif telah memberikan amanat yang bersifat mandatori kepada pemerintah daerah untuk membentuk dan mengelola penyelenggaraan ekosistem ekonomi kreatif daerah. Penguatan

kebijakan di tingkat pusat ini dilakukan dengan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 dan diturunkan menjadi Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Tengah.

Dengan berlandaskan kebijakan di bagian hulu ini, proses hilirisasi kebijakan guna menjadi landasan operasional pengembangan ekosistem ekonomi daerah Kabupaten Cilacap dilakukan dalam bentuk penyusunan Peraturan Daerah, Peraturan Bupati ataupun Keputusan Bupati terkait ekosistem ekonomi kreatif. Namun demikian hilirisasi kebijakan daerah Kabupaten Cilacap ini masih berada dalam proses melengkapi ekosistem kebijakan yang mengikuti perkembangan kebutuhan daerah. Hal ini mendorong berbagai upaya agar Pemerintah Kabupaten Cilacap memiliki pedoman kebijakan daerah untuk pengembangan ekosistem ekonominya. Dengan kondisi demikian, maka Kajian Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap Tahun 2024 ini telah menemukan konteks pijakan rasionalnya.

Kebijakan Pemerintah dan Tata Kelola Pemerintahan menjadi dasar dan kerangka penting bagi terciptanya kota kreatif. Peran utama Pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif mencakup sejumlah hal sebagai berikut:

a. Regulasi

Pemerintah berperan dalam menghasilkan kebijakan yang berkait dengan masyarakat, industri, institusi, sumber daya, dan teknologi. Pemerintah dapat memperkuat industri kreatif dengan cara membuat serangkaian kebijakan yang menciptakan iklim kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan industri tersebut seraya memastikan pengelolaan program dan implementasi kebijakan bersangkutan dijalankan secara tepat;

b. Fasilitasi dan Advokasi

Pemerintah berperan memberikan rangsangan, tantangan, dan dorongan untuk menggerakkan gagasan dan proses bisnis menuju tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Dukungan tersebut tidak hanya berupa bantuan finansial, insentif ataupun proteksi, melainkan terutama berupa komitmen untuk menggunakan kekuatan politiknya secara proporsional dengan memberikan kebijakan dan pelayanan publik yang tepat;

c. Investasi, Konsumsi, dan Kemitraan

Pemerintah sebagai investor bertanggungjawab atas investasi infrastruktur industri dan harus dapat memberdayakan aset negara agar menjadi produktif dalam lingkup industri kreatif. Sebagai konsumen, pemerintah perlu memprioritaskan penggunaan produk-produk kreatif dalam proses pemerintahan sehari-hari. Sebagai mitra, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap lembaga dan Badan Usaha miliknya yang dapat bekerjasama secara erat dalam tataran teknis guna menciptakan dan memperkuat industri kreatif. Kemitraan tersebut dapat dilakukan dalam bidang produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan pengelolaan strategis lainnya;

d. Perencanaan Kawasan, Sumber Daya Alam, dan Sumber Daya Manusia

Agar pengembangan ekonomi kreatif ini berjalan dengan baik, perlu diciptakan ruang-ruang kota atau kawasan yang memicu prakarsa kreatif. Pemerintah memiliki peran sentral dalam perencanaan dan pengelolaan kawasan beserta sumber daya alam dan sumber daya manusianya menjadi kota yang mampu mengakumulasikan dan mengkonsentrasikan energi individu-individu kreatif serta SDM berpengetahuan tinggi sebagai magnet yang menarik investasi ke kota-kota tersebut;

e. Hub

Pemerintah berperan menetapkan dan mengimplementasikan kebijakan yang mendorong sinergi enam kutub (*hexa helix*), yaitu akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media, dan agregator (institusi keuangan) untuk menciptakan ekonomi berkelanjutan berbasis ilmu

pengetahuan (kekayaan intelektual). Dari sinergi ini diharapkan terjadi sirkulasi ilmu pengetahuan yang berujung pada inovasi bernilai ekonomi tinggi. Keenam aktor tersebut harus selalu bergerak melakukan sirkulasi guna membentuk ruang pengetahuan (*knowledge spaces*). Pengetahuan dan pemahaman yang setara itu mengarahkan ketiga aktor ini untuk membentuk ruang kesepakatan (*consensus space*) yang memungkinkan terciptanya komitmen bagi terbentuknya ruang inovasi (*innovation spaces*) yang menghasilkan produk kreatif bernilai ekonomis.

2.2. Demografi Penduduk dan Potensi Sumber Daya Manusia

2.2.1. Penduduk sebagai Sumber Daya Manusia Kreatif

Sumber daya manusia kreatif merupakan pusat energi dari sebuah ekosistem ekonomi kreatif daerah. Kolaborasi sumber daya manusia kreatif membentuk jejaring kerja dan menjadi tolok ukur bagi terciptanya kesinambungan kinerja sebuah ekosistem ekonomi kreatif. Kolaborasi *hexa helix* mengikat komitmen sumber daya manusia kreatif dari kalangan akademisi, pelaku bisnis, komunitas kreatif, pemerintah, media dan agregator ekosistem untuk meningkatkan jejaring kerja dari hulu hingga ke hilir, dari proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga proses konservasi.

Berikut adalah gambaran kondisi demografi Kabupaten Cilacap, dimulai dari gambaran secara umum menuju kepada gambaran yang lebih spesifik terkait dengan penduduk sebagai sumber daya manusia kreatif.

2.2.2. Jumlah, Kepadatan, dan Laju Pertambahan Penduduk

Berdasar data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil), jumlah penduduk di Kabupaten Cilacap pada tahun 2023 mencapai 2.032.570 jiwa, terdiri atas 1.028.879 jiwa penduduk laki-laki dan 1.003.691 jiwa penduduk perempuan, dengan rasio jenis kelamin 102,51.

Pertumbuhan penduduk tahun 2023 sebesar 0,88 persen, lebih rendah dari pertumbuhan tahun 2022 yang tercatat 1,28 persen.

Tabel 2.1
Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Rasio Jenis Kelamin
Tahun 2019-2023

Variabel	2019	2020	2021	2022	2023
1 Laki-Laki	979.745	990.338	1.002.019	1.020.128	1.028.879
2 Perempuan	957.682	967.534	978.893	994.618	1.003.691
3 Laki-laki + Perempuan	1.937.427	1.957.872	1.980.912	2.014.746	2.032.570
4 Rasio Jenis Kelamin	102,30	102,35	102,36	102,57	102,51

Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024

Jumlah penduduk Kabupaten Cilacap, yang pada 2019 tercatat sebanyak 1.937.427 jiwa, meningkat menjadi 2.032.570 jiwa pada tahun 2023. Distribusi penduduk menurut kecamatan menunjukkan persebaran penduduk di Kabupaten Cilacap tidak merata. Secara umum kecamatan-kecamatan di wilayah timur dan di sekitar kota Cilacap mempunyai kepadatan penduduk yang lebih tinggi dibanding kepadatan penduduk di kecamatan-kecamatan wilayah Cilacap bagian Barat.

Kecamatan Majenang memiliki penduduk terbanyak yaitu 146.630 jiwa (7,21 persen), diikuti Kecamatan Kesugihan sebanyak 140.640 jiwa (6,92 persen). Kecamatan dengan jumlah penduduk paling rendah adalah Kecamatan Kampung Laut, yaitu sebanyak 16.255 jiwa (0,80 persen). Rincian penduduk Kabupaten Cilacap berdasarkan kecamatan tahun 2019-2023 tersaji pada tabel berikut ini.

Tabel 2.2
Persebaran Penduduk Kabupaten Cilacap Berdasarkan Kecamatan
Tahun 2019-2023 (jiwa)

No	Kecamatan	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Dayeuhluhur	49.188	49.096	49.438	50.254	50.486
2	Wanareja	104.771	105.761	106.683	108.941	110.063
3	Majenang	138.476	140.961	142.273	144.858	146.630
4	Cimanggu	104.212	105.761	106.491	107.665	108.418
5	Karangpucung	80.071	81.037	81.867	82.871	83.432
6	Cipari	65.608	65.999	67.107	68.261	68.932
7	Sidareja	62.305	62.712	63.406	64.433	64.823
8	Kedungreja	86.929	88.334	89.734	91.786	92.606
9	Patimuan	49.288	49.646	50.401	51.298	51.770
10	Gandrungmangu	109.331	110.498	112.234	114.295	115.308
11	Bantarsari	73.431	74.618	75.784	77.080	77.896
12	Kawunganten	84.705	85.775	86.866	88.397	89.242
13	Kampung Laut	15.566	15.609	15.839	16.176	16.255
14	Jeruklegi	75.156	76.457	77.795	79.597	80.713
15	Kesugihan	131.283	133.248	135.368	138.880	140.640
16	Adipala	93.309	94.745	96.211	98.008	99.324
17	Maos	46.672	46.893	47.407	48.088	48.192
18	Sampang	43.018	43.592	44.164	44.699	44.894
19	Kroya	114.119	115.503	117.055	118.850	119.953
20	Binangun	67.926	68.764	69.718	71.093	71.863
21	Nusawungu	84.729	85.854	87.613	89.579	90.754
22	Cilacap Selatan	84.549	84.349	84.151	84.767	84.882
23	Cilacap Tengah	90.490	90.183	90.010	90.250	90.203
24	Cilacap Utara	82.295	82.934	83.295	84.620	85.291
	Jumlah	1.937.427	1.957.872	1.980.912	2.014.746	2.032.570

Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024

Dari konteks demografi, kepadatan penduduk Kabupaten Cilacap akan berpengaruh pada ketersediaan ruang kegiatan termasuk pada penyediaan atau aktivasi ruang-ruang kreatif. Berikut adalah kepadatan penduduk pada tiap wilayah kecamatan di Kabupaten Cilacap.

Tabel 2.3
Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Cilacap
Tahun 2023

No	Jenjang Pendidikan	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Penduduk*	Kepadatan	Penyebaran
				Jiwa	%
1	Dayeuhluhur	191,73	50.486	263	2,48
2	Wanareja	195,92	110.063	562	5,41
3	Majenang	167,60	146.630	875	7,21
4	Cimanggu	163,35	108.418	664	5,33
5	Karangpucung	124,74	83.432	669	4,10
6	Cipari	107,53	68.932	641	3,39
7	Sidareja	49,31	64.823	1.315	3,19
8	Kedungreja	82,01	92.606	1.129	4,56
9	Patimuan	78,68	51.770	658	2,55
10	Gandrungman gu	119,26	115.308	967	5,67
11	Bantarsari	99,49	77.896	783	3,83
12	Kawunganten	138,09	89.242	646	4,39
13	Kampunglaut	134,07	16.255	121	0,80
14	Jeruklegi	99,41	80.713	812	3,97
15	Kesugihan	89,10	140.640	1.578	6,92
16	Adipala	74,65	99.324	1.331	4,89
17	Maos	34,30	48.192	1.405	2,37
18	Sampang	28,89	44.894	1.554	2,21
19	Kroya	61,68	119.953	1.945	5,90
20	Binangun	53,73	71.863	1.337	3,54
21	Nusawungu	66,98	90.754	1.355	4,46
22	Cilacap Selatan	8,04	84.882	10.557	4,18
23	Cilacap Tengah	51,00	90.203	1.769	4,44
24	Cilacap Utara	29,72	85.291	2.870	4,20
	Kabupaten Cilacap	2.249,28*	2.032.570	904	100

Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024

* Luas wilayah belum termasuk Pulau Nusakambangan sebesar 115,00 km². Kepadatan penduduk berdasarkan luas wilayah

Kabupaten Cilacap dengan memasukkan Pulau Nusakambangan adalah sebesar 860 jiwa/km².

2.2.3. Profil Sumber Daya Manusia

Berdasarkan kelompok umur, pada tahun 2023 kategori penduduk produktif (15–64 tahun) sebesar 1.403.374 jiwa atau 69,04 persen, penduduk tidak produktif (>65 tahun) sebanyak 188.343 jiwa atau 9,27 persen dan penduduk tidak produktif (<15 tahun) sebanyak 440.853 jiwa atau 21,69 persen.

Tabel 2.4
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur
Tahun 2019-2023

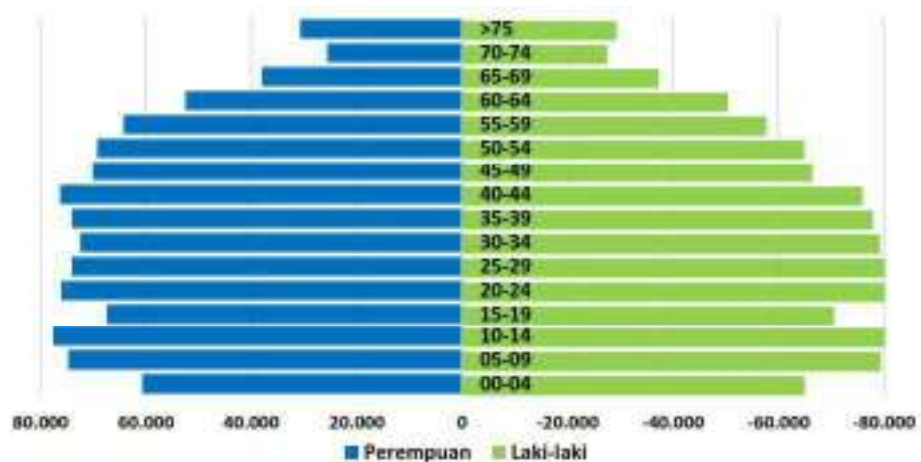
Kelompok Umur	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
0-14	439.096	448.425	443.167	416.064	440.853
15-64	1.348.357	1.364.725	1.377.834	1.407.752	1.403.374
65+	149.974	144.722	159.911	190.930	188.343
Rasio Ketergantungan	43,69	43,46	43,77	43,19	44,83

Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024 (data diolah)

Potensi tenaga kerja di Kabupaten Cilacap relatif besar mengingat penduduk usia produktif mencapai angka 69,04 persen. Kondisi ini mengarah pada pencapaian bonus demografi, yaitu percepatan pertumbuhan ekonomi akibat berubahnya struktur umur penduduk yang ditandai dengan menurunnya rasio ketergantungan (*dependency ratio*) penduduk non-usia kerja kepada penduduk usia kerja. Perubahan struktur ini memungkinkan naiknya suplai angkatan kerja dan kualitas sumber daya manusia yang menguntungkan dalam menggerakkan perekonomian di Kabupaten Cilacap. Dampak negatif yang terjadi jika kondisi ini tidak diantisipasi dengan penyediaan lapangan pekerjaan sesuai kebutuhan

masyarakat dan peningkatan kompetensi tenaga kerja produktif antara lain adalah meningkatnya pengangguran.

Gambar 2.1
Kondisi Data Demografi
Piramida Penduduk Kabupaten Cilacap Tahun 2023



Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024 (diolah)

Berdasarkan jenjang pendidikan, pada tahun 2023 sebanyak 665.621 orang memiliki jenjang pendidikan SD/ sederajat, 338.947 berjenjang pendidikan SLTP/ sederajat, dan 319.718 orang memiliki jenjang pendidikan SLTA/ sederajat. Jenjang pendidikan penduduk Kabupaten Cilacap tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 2.5
Penduduk Kabupaten Cilacap Berdasarkan Jenjang Pendidikan
Tahun 2019-2023

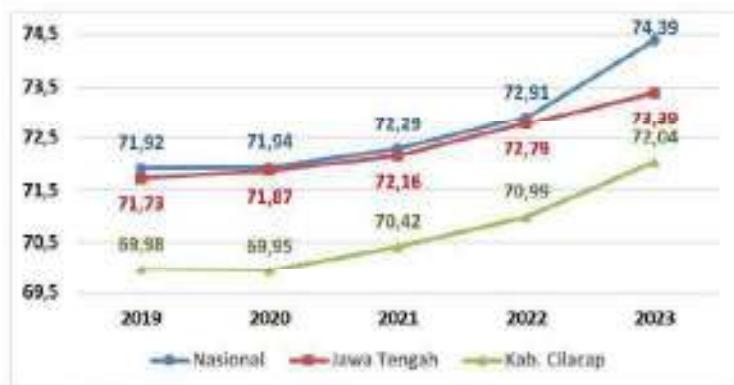
No	Jenjang Pendidikan	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Tidak/Belum Sekolah	404.614	433.184	446.138	465.221	473.319
2	Belum Tamat SD/ Sederajat	168.815	171.880	169.435	165.689	161.694
3	Tamat SD/Sederajat	686.611	665.456	666.114	667.392	665.621
4	SLTP/Sederajat	325.383	328.495	331.904	336.214	338.947
5	SLTA/Sederajat	287.508	292.761	299.323	309.427	319.718
6	Diploma I/II	4.525	4.430	4.363	4.254	4.156
7	Akademi/Diploma III	16.725	17.035	17.292	17.756	18.165
8	Diploma IV/Strata I	41.557	42.901	44.579	46.930	48.989
9	Strata-II	1.619	1.665	1.703	1.802	1.897
10	Strata-III	70	65	61	61	64
	Jumlah	1.937.427	1.957.872	1.980.912	2.014.746	2.032.570

Sumber: Disdukcapil Kab. Cilacap Tahun 2024 (diolah)

A. Indeks Pembangunan Manusia (IPM)

Tahun 2020 capaian Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten Cilacap sebesar 69,95. Capaian ini meningkat menjadi 70,42 pada tahun 2021 dan 70,99 pada tahun 2022, kemudian terus meningkat di tahun 2023 menjadi sebesar 72,04. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) ini mengukur capaian pembangunan manusia berbasis sejumlah komponen dasar kualitas hidup. Perkembangan IPM Kabupaten Cilacap tahun 2019-2023 menunjukkan perkembangan yang cukup baik walaupun ada penurunan pada tahun 2020. Capaian IPM Kabupaten Cilacap menunjukkan perkembangan yang cukup baik dari tahun 2019-2023, namun masih berada di bawah capaian Provinsi Jawa Tengah dan Nasional.

Gambar 2.2
Perkembangan IPM Nasional, Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Cilacap Tahun 2019-2023



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

Dalam konteks regional, Capaian IPM Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten tetangga dapat dicermati pada gambar berikut:

Gambar 2.3
Perkembangan IPM Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten Tetangga Tahun 2019-2023



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

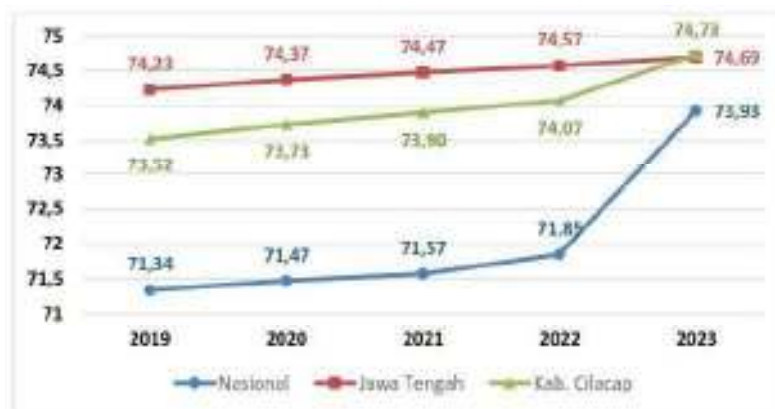
Indeks pembentuk IPM Kabupaten Cilacap meliputi umur harapan hidup; harapan lama sekolah; rata-rata lama sekolah dan pengeluaran per kapita (rupiah) diuraikan di bawah ini.

a. Umur Harapan Hidup (UHH)

Perkembangan UHH Kabupaten Cilacap periode tahun 2019-2023 selalu mengalami peningkatan sejalan dengan tujuan ke-3 SDG's yaitu menjamin kehidupan yang sehat dan mendorong kesejahteraan bagi semua orang di segala usia. Jika dibandingkan dengan perkembangan capaian UHH Provinsi Jawa Tengah dan Nasional pada tahun 2023 capaian Kabupaten Cilacap berada di atas Provinsi Jawa Tengah dan Nasional.

Gambar 2.4

Perkembangan Umur Harapan Hidup Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan Nasional



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

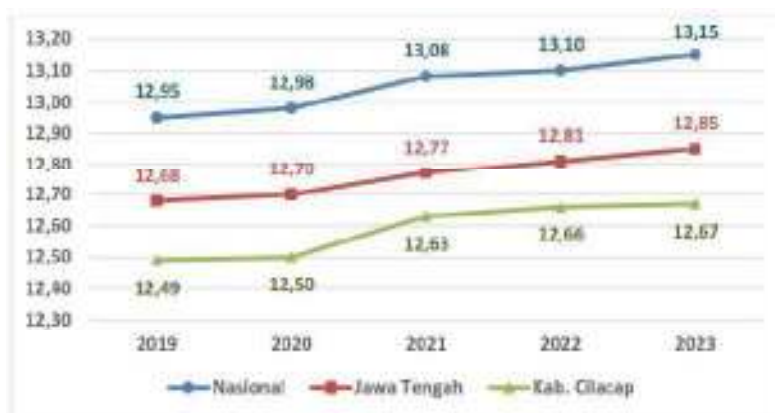
b. Harapan Lama Sekolah (HLS)

HLS Kabupaten Cilacap meningkat dari tahun ke tahun selama periode 2019-2023. Pada tahun 2019 HLS mencapai 12,49 tahun, dan meningkat menjadi 12,67 tahun pada tahun 2023. Capaian HLS tersebut masih berada di bawah Provinsi Jawa Tengah dan Nasional.

Angka Harapan Lama Sekolah (HLS) didefinisikan sebagai lamanya sekolah (dalam tahun) yang diharapkan akan dirasakan oleh anak pada umur tertentu di masa mendatang. HLS dapat digunakan untuk mengetahui kondisi pembangunan sistem pendidikan di berbagai jenjang. HLS dihitung

pada usia 7 tahun ke atas, mengikuti kebijakan pemerintah program wajib belajar.

Gambar 2.5
Harapan Lama Sekolah Kabupaten Cilacap,
Provinsi Jawa Tengah dan Nasional



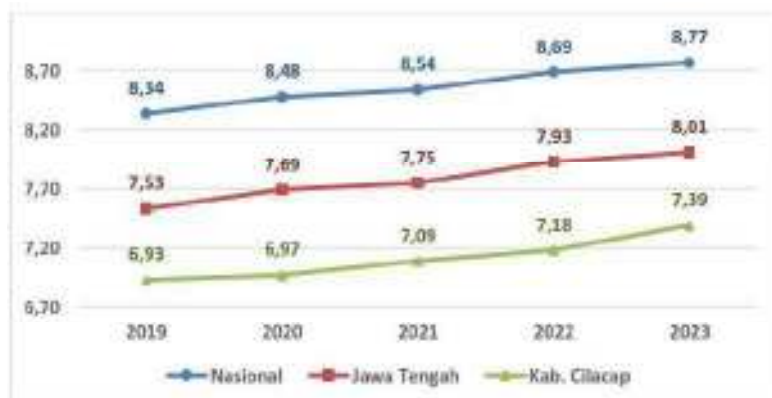
Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

c. Rata-rata Lama Sekolah (RLS)

RLS Kabupaten Cilacap periode 2019-2023 meningkat sejalan dengan tujuan ke-4 SDG's yaitu menjamin pendidikan yang inklusif dan berkeadilan serta mendorong kesempatan belajar seumur hidup bagi semua orang. Pada tahun 2019, RLS sebesar 6,93 tahun meningkat menjadi 7,39 tahun pada tahun 2023. Capaian Kabupaten Cilacap tahun 2019-2023 ini masih di bawah Provinsi Jawa Tengah dan Nasional.

Rata-rata Lama Sekolah (RLS) didefinisikan sebagai jumlah tahun yang digunakan oleh penduduk dalam menjalani pendidikan formal. Cakupan penduduk yang dihitung RLS adalah penduduk berusia 25 tahun ke atas, dengan asumsi pada umur 25 tahun proses pendidikan sudah berakhir.

Gambar 2.6
Rata-rata Lama Sekolah Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan Nasional
2019-2023



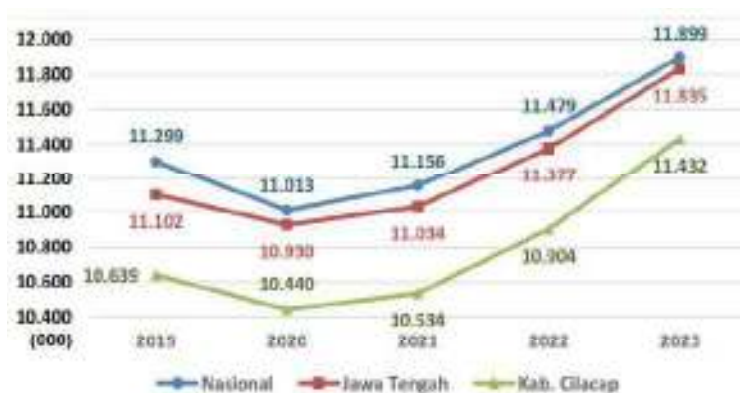
Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

d. Pengeluaran Per Kapita

Pengeluaran per kapita Kabupaten Cilacap menunjukkan perkembangan yang cukup positif sejak periode 2019-2023. Pada tahun 2019 pengeluaran per kapita (per tahun) sebesar Rp 10.639 (ribu) meningkat menjadi Rp 11.432 (ribu) pada tahun 2023. Pada tahun 2020 terjadi penurunan dari tahun 2019. Jika dibandingkan dengan rata-rata Provinsi Jawa Tengah dan Nasional pengeluaran per kapita Kabupaten Cilacap masih di bawah Provinsi Jawa Tengah dan Nasional dalam kurun waktu 2019 hingga 2023.

Gambar 2.7

Pengeluaran per Kapita Kab. Cilacap dengan Kabupaten Tetangga Tahun 2019-2023

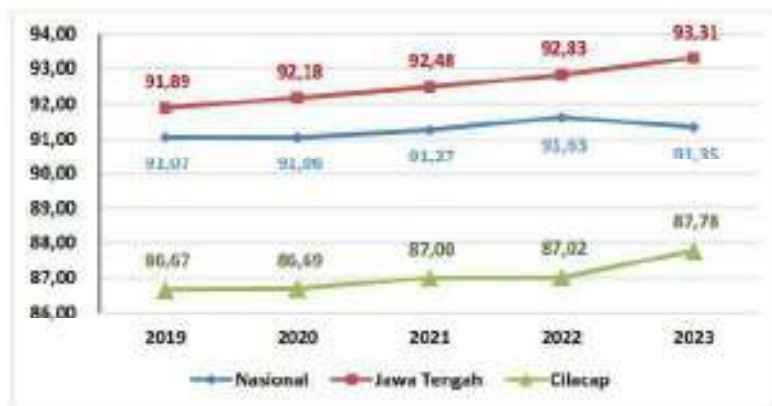


Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

B. Indeks Pembangunan Gender (IPG)

Capaian IPG Kabupaten Cilacap sesuai dengan tujuan ke-5 SDG's yaitu menjamin kesetaraan gender serta memberdayakan seluruh wanita dan perempuan. Indeks Pembangunan Gender (IPG) menggambarkan kesetaraan laki-laki dan perempuan. Nilai IPG yang mendekati angka 100 menunjukkan kesetaraan yang lebih baik. Sebaliknya, nilai yang rendah menandakan ketimpangan gender yang makin tinggi, terutama terkait dengan pendidikan, kesehatan dan sumbangan ekonomi rumah tangga dari laki-laki dan perempuan. Nilai IPG di Kabupaten Cilacap selama kurun waktu 2019-2023 meningkat. Jika dibandingkan dengan capaian rata-rata IPG Jawa Tengah dan Nasional pada Tahun 2022, capaian IPG Kabupaten Cilacap masih di bawah IPG Provinsi Jawa Tengah sebesar 92,83 dan IPG Nasional sebesar 91,63.

Gambar 2.8
Perkembangan IPG Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan Nasional Tahun 2019-2023

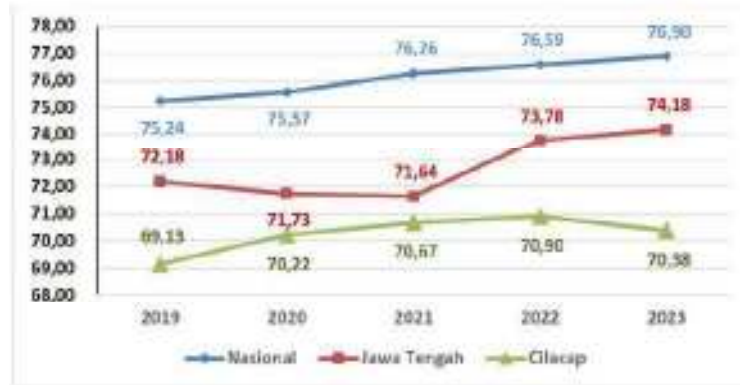


Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

C. Indeks Pemberdayaan Gender (IDG)

IDG Kabupaten Cilacap meningkat dari 2019 sampai 2022. Pada 2023 terjadi penurunan. Angka IDG Kabupaten Cilacap pada tahun 2019 sebesar 69,13 meningkat menjadi 70,38 pada tahun 2023. Pada tahun 2023, IDG Kabupaten Cilacap masih berada di bawah dari angka Provinsi Jawa Tengah 74,18 dan Nasional 76,90. Indeks Pemberdayaan Gender (IDG) dapat dipergunakan untuk menggambarkan keberhasilan pemberdayaan kaum perempuan, terutama dari aspek keterwakilan perempuan di parlemen, persentase angkatan kerja perempuan yang bekerja dengan keahlian/keterampilan (administrasi, manajer dan teknisi) serta sumbangan ekonomi rumah tangga dari kaum perempuan.

Gambar 2.9
Perkembangan IDG Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan Nasional Tahun 2019-2023



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

D. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)

Perkembangan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Cilacap menunjukkan tren fluktuatif. Pada tahun 2019 capaian TPAK Kabupaten Cilacap sebesar 65,34 persen meningkat menjadi 66,60 persen pada tahun 2023. Kondisi tahun 2021 menjadi kondisi terendah selama kurun waktu 2019-2023. Jumlah angkatan kerja di Kabupaten Cilacap tahun 2023 mencapai 1.050.000 orang. Sedangkan jumlah penduduk yang bekerja pada tahun 2023 sebesar 955.160 orang.

Gambar 2.10
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan Nasional



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

Sedangkan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten tetangga sebagai berikut:

Gambar 2.11
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten Tetangga Tahun 2019-2023



Sumber: BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

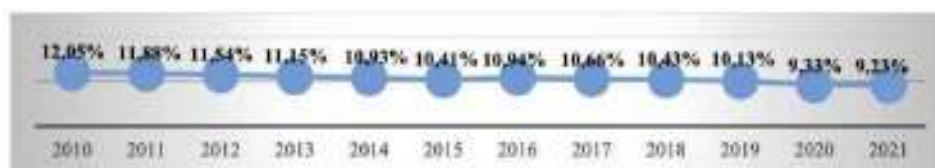
Data Kabupaten Cilacap Dalam Angka 2023 (BPS, 2023) menunjukkan potensi sumber daya manusia pada tahun 2023 terdapat jumlah penduduk angkatan kerja (usia kerja namun tidak memiliki pekerjaan) sejumlah 872.454 jiwa atau sejumlah 43,87% dari total jumlah penduduk tahun 2023 yang mencapai populasi sebesar 1.988.622 jiwa. Tingkat partisipasi angkatan kerja penduduk Kabupaten Cilacap tercatat sebesar 65,65%. Sedangkan tingkat pengangguran terbuka di Kabupaten Cilacap sebesar 9,62%.

Fakta ini menunjukkan bahwa Kabupaten Cilacap Memiliki potensi sumber daya manusia cukup menjanjikan terlebih dengan rasio perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan relatif seimbang. Program-program peningkatan daya serap angkatan kerja ke dalam lapangan pekerjaan di bidang ekonomi kreatif diharapkan dapat menggerakkan potensi angkatan kerja ini untuk mengisi ruang-ruang usaha yang diciptakan sekaligus menekan angka pengangguran terbuka yang masih cukup tinggi.

2.3. Potensi Perekonomian: Industri, Agrikultur, Sektor Jasa, dan Kreativitas

2.3.1. Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto

Kabupaten Cilacap merupakan salah satu wilayah yang memberikan kontribusi terbesar kedua terhadap besaran jumlah PDRB di Provinsi Jawa tengah setelah Kota Semarang. Rata-rata sumbangan PDRB Kabupaten Cilacap terhadap PDRB Provinsi Jawa Tengah dalam kurun waktu 2010-2021 adalah sebesar 10,86%.



Kontribusi PDRB Cilacap terhadap PDRB Jawa Tengah
Sumber: BPS Jawa Tengah, Maret 2022

Namun jika diperhatikan data secara *time series*, maka dapat diketahui bahwa besaran kontribusi PDRB yang diberikan Kabupaten Cilacap dalam 11 tahun terakhir terus menurun. Sempat mengalami peningkatan di tahun 2016, namun kembali menurun pada tahun-tahun selanjutnya, laju pertumbuhan PDRB Kabupaten Cilacap berfluktuasi dan cenderung mengalami penurunan selama 11 tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.5
Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Cilacap
Tahun 2019-2023

	T a h u n	Dengan Migas (%)	Tanpa Migas (%)
1	2019	2,27	5,37
2	2020	-10,28	-1,36
3	2021	2,15	3,39
4	2022	5,15	5,77
5	2023	5,34	5,76

Sumber: Kabupaten Cilacap Dalam Angka Tahun 2024

Laju pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun [2022](#), sedangkan laju pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2020. Kontraksi laju pertumbuhan PDRB di tahun 2020 tentunya merupakan dampak dari adanya Pandemi COVID-19. Namun yang perlu menjadi catatan adalah laju pertumbuhan PDRB Kabupaten Cilacap sudah mulai mengalami penurunan sejak tahun 2016.

Pada tahun 2019 laju pertumbuhan ekonomi tanpa migas Kabupaten Cilacap sebesar 5,37 persen, sementara tahun 2020 pertumbuhan ekonomi turun sebesar -1,36 persen. Pada tahun 2021 dan 2022 angka ini meningkat kembali menjadi 3,39 persen dan 5,77 persen. Pada tahun 2023 turun menjadi 5,76 persen.

Kontribusi industri minyak terhadap PDRB secara total mempunyai andil yang cukup besar pada laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Cilacap. Pada tahun 2020 terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi hingga -10,28 persen. Pada tahun 2021 dan 2022 laju pertumbuhan ekonomi dengan migas meningkat menjadi 2,15 persen dan 5,15 persen, sementara pada tahun 2023 menjadi 5,34 persen.

Melihat pada PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) dan PDRB Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dengan Migas tahun 2019-2023, pertumbuhan PDRB Kabupaten Cilacap mengalami peningkatan dalam kurun waktu lima tahun, kecuali pada tahun 2020 yang turun akibat dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2019 PDRB ADHB Kabupaten Cilacap sebesar Rp 114.117.080 juta dengan indeks perkembangan 4,03 persen dan mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi Rp 104.542.660 juta dengan indeks perkembangan -8,39 persen.

Pada tahun 2021 meningkat kembali menjadi Rp 109.653.598 juta dengan indeks perkembangan 4,89 persen. Terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2022 menjadi Rp 121.021.798 juta dengan indeks perkembangan 10,37 persen. Pada tahun 2023 meningkat menjadi Rp 132.425.324 juta dengan indeks perkembangan 9,42 persen.

Sedangkan PDRB ADHK pada tahun 2019 sebesar Rp 100.327.299 juta dengan indeks perkembangan 2,99 persen dan menurun pada tahun 2020 menjadi Rp 90.011.584 juta dengan indeks perkembangan -10,28 persen. Pada tahun 2021 angka ini meningkat kembali menjadi Rp 91.944.588 juta dengan indeks perkembangan 2,15 persen, Terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2022 menjadi Rp 96.677.843 juta dengan indeks perkembangan 5,15 persen. Pada tahun 2023 meningkat kembali menjadi Rp 101.839.741 juta dengan indeks perkembangan 5,34 persen.

Tabel 2.7
PDRB Kabupaten Cilacap dengan Migas
Tahun 2019-2023

No	Tahun	PDRB ADHB		PDRB ADHK	
		Jumlah (juta rupiah)	Indeks Perkembangan (%)	Jumlah (juta rupiah)	Indeks Perkembangan (%)
1	2019	114.117.080	4,03	100.327.299	2,27
2	2020	104.542.660	-8,39	90.011.584	-10,28
3	2021	109.653.598	4,89	91.944.588	2,15
4	2022	121.021.798	10,37	96.677.843	5,15
5	2023	132.425.324	9,42	101.839.741	5,34

Sumber : Kabupaten Cilacap Dalam Angka Tahun 2024 (diolah)

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir ADHB dan ADHK tanpa migas pada PDRB Kabupaten Cilacap juga menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2020 terdapat kenaikan pada PDRB ADHB dan penurunan pada PDRB ADHK.

Pada tahun 2019 PDRB ADHB Kabupaten Cilacap sebesar Rp. 65.800.554 juta meningkat menjadi Rp. 65.991.354 juta pada tahun 2020 dengan indeks perkembangan 0,29 persen dan naik kembali pada tahun 2021 menjadi Rp. 69.826.769 juta dengan indeks perkembangan 5,81 persen. Tahun 2022 terjadi peningkatan yang cukup signifikan menjadi Rp. 77.065.000 juta dengan indeks perkembangan 10,37 persen. Kenaikan kembali terjadi di tahun 2023 menjadi Rp. 85.078.735 juta dengan indeks perkembangan 10,40 persen.

PDRB ADHK pada tahun 2019 sebesar Rp. 47.492.685 juta dengan indeks 5,37 persen, turun menjadi Rp. 46.849.019 juta pada tahun 2020 dengan indeks perkembangan -1,36 persen dan meningkat kembali pada tahun

2021 mencapai Rp. 48.435.235 juta dengan indeks 3,39 persen. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan signifikan menjadi Rp. 51.211.600 juta dengan indeks perkembangan 5,73 persen. Tahun 2023 terdapat peningkatan menjadi Rp. 54.182.310 dengan indeks perkembangan 5,80 persen.

Tabel 2.8
PDRB Kabupaten Cilacap Tanpa Migas
Tahun 2019-2023

No	Tahun	PDRB ADHB		PDRB ADHK	
		Jumlah (juta rupiah)	Indeks Perkembangan (%)	Jumlah (juta rupiah)	Indeks Perkembangan (%)
1	2019	65.800.554	6,81	47.492.685	5,37
2	2020	65.991.354	0,29	46.849.019	-1,36
3	2021	69.826.769	5,81	48.435.235	3,39
4	2022	77.065.000	10,37	51.211.600	5,73
5	2023	85.078.735	10,40	54.182.307	5,80

Sumber: Kabupaten Cilacap Dalam Angka Tahun 2024 (diolah)

Peranan Subkategori terhadap Nilai Tambah Kategori Pertanian, Peternakan, Perburuan, dan Jasa Pertanian di Kabupaten Cilacap (Persen), 2018-2022

Lapangan Usaha	2018	2019	2020	2021*	2022**
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	85,02	84,32	83,88	83,61	83,64
2. Kehutanan dan Penebangan Kayu	5,24	5,20	5,25	5,30	4,98
3. Perikanan	9,74	10,48	10,87	11,09	11,37
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	100	100	100	100	100

Keterangan : Tanpa Minyak

Sumber : BPS Kab. Cilacap Tahun 2023

*) Angka sementara **) Angka sangat sementara

2.4. Potensi Posisi Geografis, Bentang Alam dan Sumber Daya Alam

2.4.1. Letak Geografis dan Administratif

Kabupaten Cilacap berada di Provinsi Jawa Tengah bagian Barat Daya yang secara geografis berada pada posisi antara 10804'30" –

109030'30" BT dan 7030' – 7045'20" LS. Kabupaten seluas 225.360,84 hektare, atau sekitar 6,2% dari total wilayah Jawa Tengah, ini merupakan daerah yang strategis karena berada pada jalur transportasi regional utama yang menghubungkan Provinsi Jawa Barat dengan Provinsi Jawa Tengah di sepanjang pesisir Selatan Pulau Jawa. Dalam konteks nasional, Kabupaten Cilacap merupakan salah satu kota Pusat Kegiatan Nasional (PKN) dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN). Sementara secara regional kabupaten ini berada pada kawasan pertumbuhan yang dikenal sebagai Kawasan Barlingmascakeb, bersama Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap, dan Kebumen.

Secara administratif Kabupaten Cilacap bersisian langsung dengan Provinsi Jawa Barat. Batas-batas administratif Kabupaten Cilacap adalah sebagai berikut:

- Sebelah Timur : Kabupaten Kebumen
- Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
- Sebelah Barat : Provinsi Jawa Barat
- Sebelah Utara : Kabupaten Banyumas

Wilayah administratif Kabupaten Cilacap terdiri atas 24 kecamatan, 269 desa dan 15 kelurahan. Kecamatan dengan wilayah terluas adalah Kecamatan Wanareja 18.973 hektare dan tersempit adalah Kecamatan Cilacap Selatan sebesar 911 hektare, tidak termasuk Pulau Nusakambangan yang secara administratif berada dalam wilayah Kecamatan tersebut. Kecamatan Dayeuhluhur menjadi kecamatan terjauh dari ibukota kabupaten, dengan jarak 107 Km.

Gambar 2.12
Peta Administrasi Kabupaten Cilacap



Sumber: RKPD Kabupaten Cilacap 2025

2.4.2. Topografi

Wilayah Kabupaten Cilacap memiliki topografi yang beragam, mulai dari kawasan pegunungan, dataran miring, hingga daerah pesisir pantai di tepi Samudera Indonesia. Area pada sisi barat laut merupakan kawasan pegunungan dengan ketinggian lebih dari 100 mdpl (meter di atas permukaan laut) dengan puncak tertinggi 1.210 mdpl pada Gunung Subang di Kecamatan Dayeuhluhur. Area bagian tenggara terbagi menjadi dua kawasan bentang alam, yakni pegunungan di sisi utara dan dataran miring yang landai ke arah barat daya dan selatan hingga ke Segara Anakan, dengan elevasi kurang dari 100 mdpl.

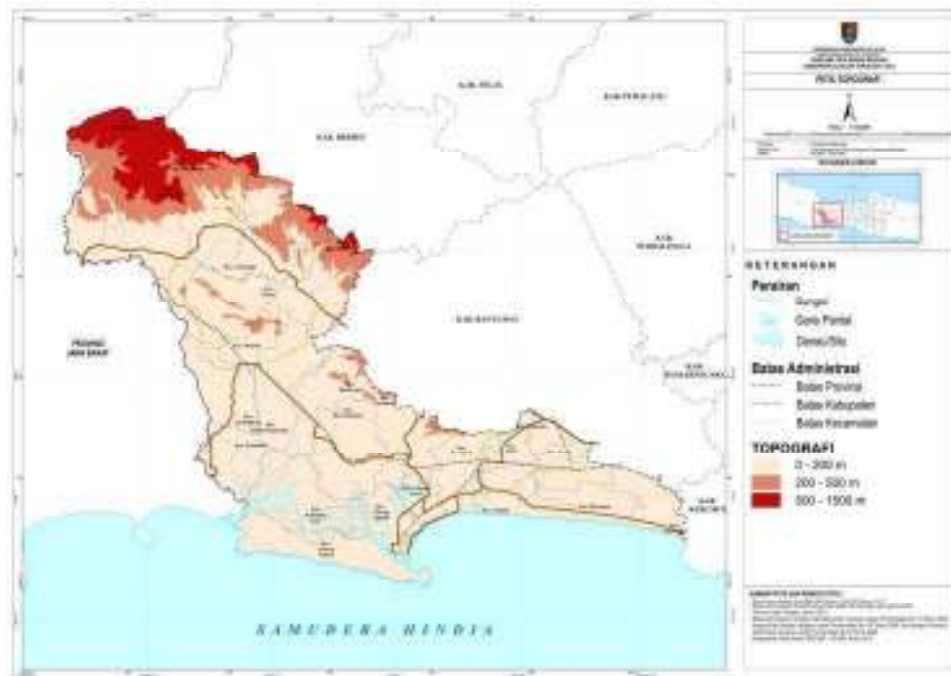
Bagian utara kabupaten ini merupakan daerah perbukitan sebagai lanjutan dari rangkaian pegunungan di Jawa Barat, dengan puncaknya Gunung Pojoktiga dengan berketinggian 1.347 mdpl. Bagian selatan Kabupaten Cilacap merupakan dataran rendah. Kawasan hutan menutupi area bagian utara, timur, dan selatan.

Kabupaten Cilacap bagian timur dan selatan memiliki kondisi wilayah dataran rendah berbatasan dengan Samudera Hindia di selatan. Di sebelah

selatan terdapat Pulau Nusa Kambangan yang memiliki Cagar Alam Nusakambangan. Pulau Nusakambangan memanjang sekitar 30 km dari barat ke timur dengan topografi pegunungan yang tidak terlalu tinggi, kurang dari 100 mdpl. Pada bagian barat daya terdapat area perairan yaitu Segara Anakan.

Berdasarkan ketinggian wilayah di Kabupaten Cilacap, Kecamatan Dayeuhluhur merupakan kecamatan dengan letak wilayah tertinggi yaitu 198 mdpl, sedangkan Kecamatan Kampung Laut menjadi kecamatan dengan letak wilayahnya paling rendah yaitu 1 mdpl. Pusat-pusat keramaian Kabupaten Cilacap yang terletak di Kecamatan Cilacap Selatan, Cilacap Tengah dan Cilacap Utara rata-rata berada pada ketinggian 5 sampai dengan 6 mdpl.

Gambar 2.13
Peta Topografi Kabupaten Cilacap



Sumber: RTRW 2011-2031 Kabupaten Cilacap

2.4.3. Geologi

Struktur geologi wilayah Kabupaten Cilacap adalah struktur perlipatan, sesar dan kekar. Struktur tersebut terjadi pada batuan yang berumur Tersier Awal dan Tersier Akhir. Struktur ini di sejumlah tempat tampak jelas tercerminkan oleh bentuk bentang alamnya, sedangkan di tempat lain hanya dapat diketahui dari pola sebaran batuan atau dari hasil penafsiran pengukuran kedudukan bidang perlapisannya.

Struktur lipatan sebagian besar berarah barat-timur, dan sebagian lagi berarah barat laut-tenggara dan timur laut-barat daya. Bentuk antiklin umumnya setangkup, dengan lereng utara lebih terjal kecuali antiklin yang melalui sungai Donan dengan lereng utara lebih landai. Struktur sesarnya ada yang berupa patahan naik, sesar geser jurus dan sesar turun. Sesar naik terdapat di bagian barat dan timur, berarah hampir barat-timur. Sesar geser mendatar dijumpai dengan arah barat laut-tenggara, utara-selatan, dan timur laut-barat daya. Sesar geser diduga terjadi setelah perlipatan memotong struktur lipatan. Sesar turun arahnya umumnya barat-timur, sesar inipun memotong lipatan. Struktur kekar-kekar banyak dijumpai pada batuan berumur tersier, arahnya tak beraturan.

Pada Oligosen Akhir terjadi peningkatan tektonik sampai Miosen Awal, kegiatan tektonik di daerah Karangbolong dan daerah Gabon menghasilkan Formasi Gabon. Tektonik ini berpengaruh pada pembentukan cekungan Banyumas, yang sesarnya terentang di utara Cilacap arah barat laut-tenggara melalui Karangbolong sampai di barat Banyumas. Sesar lain terentang melalui Majenang-Cilacap pada Akhir Miosen Awal terjadi penerobosan andesit di Karang bolong, yang diikuti oleh pengangkatan. Proses ini menyebabkan daerah tersebut terangkat dan muncul di permukaan laut. Tektonik aktif lagi pada Miosen akhir sampai Pliosen, menghasilkan lereng cekungan labil yang menyebabkan terbentuknya endapan turbidit Formasi Halang, yang disusul pendangkalan hingga terbentuklah Formasi Tapak.

Pada kala Pliosen Akhir terjadi penerobosan basalt yang disusul oleh pengangkatan, pelipatan dan pergeseran. Pengangkatan tersebut berlanjut pada kala Pleistosen ditandai dengan adanya kegiatan gunung api kemudian disertai pembentukan aluvium dan endapan pantai yang berlanjut hingga saat ini.

2.4.4. Hidrogeologi

A. Cekungan air tanah

Kabupaten Cilacap mempunyai 5 (lima) kawasan cekungan yang memberikan perlindungan terhadap air tanah. Kawasan cekungan air tanah ini berupa kawasan imbuhan air dan lepasan air tanah. Kawasan perlindungan cekungan air tanah di wilayah Kabupaten Cilacap dengan luasan kurang lebih 1.274 hektare ditetapkan berdasarkan Perda Provinsi Jawa Tengah No.6 Tahun 2010 tentang RTRWP, dengan rincian luasan dan lokasinya sebagai berikut:

- Cekungan Air Tanah Majenang seluas \pm 108 km²;
- Cekungan Air Tanah Sidareja seluas \pm 480 km²;
- Cekungan Air Tanah Nusa Kambangan seluas \pm 45 km²;
- Cekungan Air Tanah Cilacap seluas \pm 218 km²; dan
- Cekungan Air Tanah Kroya seluas \pm 423 km².

B. Sungai dan pengairan

Wilayah sungai di Kabupaten Cilacap terbagi dalam dua area yaitu Wilayah Sungai Citanduy yang merupakan wilayah sungai lintas provinsi, serta Wilayah Sungai Serayu yang merupakan wilayah sungai strategis nasional. Terdapat kurang lebih 214 sungai dan anak sungai yang berada di 21 (dua puluh satu) kecamatan di wilayah Kabupaten Cilacap, dengan sejumlah di antaranya yang relatif lebar sebagai berikut:

- 1) Sungai Cikuya berada di Kecamatan Karangpucung dengan lebar 10 meter dan panjang sungai yang melintasi Kecamatan Karangpucung sekitar 20 kilometer;

- 2) Sungai Ciraja berada di Kecamatan Karangpucung dengan lebar 25 meter dan panjang sungai yang melintasi Kecamatan Karangpucung sekitar 25 kilometer;
- 3) Sungai Cikawung dengan lebar 26 meter melintasi sejumlah kecamatan, antara lain Kecamatan Cimanggung, Kecamatan Wanareja, Kecamatan Sidareja, dan Kecamatan Cipari dengan panjang total sekitar 66,81 kilometer;
- 4) Sungai Cibeureum dengan lebar 40 meter melintasi sejumlah kecamatan, antara lain Kecamatan Sidareja, Kecamatan Kedungreja, Kecamatan Patimuan, dan Kecamatan Kawunganten dengan panjang total sekitar 40,62 kilometer;
- 5) Sungai Citanduy dengan lebar 80 meter melintasi Kecamatan Patimuan dan Kecamatan Kedungreja dengan panjang total 40,40 kilometer.

Mengingat sektor pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi unggulan di Kabupaten Cilacap, prasarana pengairan atau irigasi berperan sangat penting. Pemanfaatan lahan untuk pertanian (sawah) mencapai 29,91 persen dari seluruh luas tanah Kabupaten Cilacap, ditambah lahan sawah di Pulau Nusakambangan sebesar 213.850,288 hektare. Untuk mendukung area persawahan itu, terdapat prasarana irigasi primer sepanjang 168.576 m, saluran sekunder sepanjang 240.086 m, sedangkan bangunan pelengkap irigasi sepanjang 2.383 m.

Air bersih merupakan kebutuhan mendasar yang dapat mendukung terciptanya masyarakat yang sehat serta mendukung terciptanya aktivitas ekonomi yang lebih dinamis. Kebutuhan air bersih di Kabupaten Cilacap dipenuhi antara lain melalui air tanah dangkal (sumur) dan air bersih yang disalurkan oleh PDAM.

Gambar 2.14.
Peta Daerah Aliran Sungai Kabupaten Cilacap



Sumber: RKPD Kabupaten Cilacap 2025

C. Danau/Waduk/Situ/Embung

Kabupaten Cilacap memiliki beberapa embung, di antaranya adalah Embung Cijoho di Kecamatan Karangpucung; Embung Cirajayu di Kecamatan Cimanggu; Embung Cikalong di Kecamatan Sidareja; Embung Cikondang di Kecamatan Karangpucung; Embung Kalijeruk di Kecamatan Jeruklegi; Embung Pancawangan di Kecamatan Cipari; dan lain sebagainya.

Embung merupakan bangunan konservasi air berbentuk kolam untuk menampung air hujan dan air limpasan (*run off*) serta sumber air lainnya untuk mendukung usaha pertanian, perkebunan dan peternakan. Embung pada dasarnya merupakan perairan tergenang yang sengaja dibangun untuk menampung air hujan dan air limpasan, dan terutama dibangun pada daerah yang kekurangan air atau berpotensi besar mengalami kekeringan.

Selain itu, Kabupaten Cilacap juga mempunyai beberapa *Check Dam* berkapasitas antara 2.500 m³ – 13.000 m³ yang tersebar di beberapa wilayah. Di antaranya berada di Sungai Cikuya di Desa Surusunda, Kecamatan Karangpucung; Sungai Cipaingan di Desa Pegadingan, Kecamatan Cipari; Sungai Cikawalon di Desa Hanum, Kecamatan

Dayeuhluhur; Sungai Warnasari di Desa Segatalangu, Kecamatan Cipari; dan Cikawung di Desa Cibalung, Kecamatan Cimanggu.

2.4.5. Klimatologi

Berdasarkan data dari Stasiun Meteorologi dan Geofisika Kabupaten Cilacap, pada tahun 2023 curah hujan tertinggi pada terjadi pada bulan April (356 mm) dan terendah terjadi pada bulan September (0,2 mm).

Tabel 2.9
Curah Hujan dan Jumlah Hari Hujan yang Tercatat di Stasiun Meterologi Cilacap Tahun 2023

	Bulan	Banyaknya Curah Hujan (mm)	Curah Hujan Terbesar (mm)	Jumlah Hari Hujan
1	Januari	139,2	26,4	21
2	Februari	119,8	26,7	17
3	Maret	183	84	16
4	April	496	356	20
5	Mei	209	90,9	11
6	Juni	154,4	65,3	10
7	Juli	156,2	123,8	11
8	Agustus	1	1	1
9	September	0,2	0,2	1
10	Oktober	7,1	4	4
11	November	316,8	130,6	15
12	Desember	90,4	53,6	7

Sumber: BMKG Kabupaten Cilacap, 2023

Jumlah hari hujan terbanyak terjadi pada bulan Januari sebanyak 21 hari, sedangkan jumlah hari hujan paling sedikit terjadi pada bulan Agustus dan September sebanyak 1 hari hujan. Suhu maksimum tercatat 33,5°C terjadi pada bulan Desember, sedangkan suhu minimum 21,1°C terjadi pada bulan Agustus.

Tabel 2.10
Curah Hujan dan Jumlah Hari Hujan yang Tercatat di Stasiun Meteorologi Cilacap
Tahun 2019-2023

Tahun	Banyaknya Curah Hujan (mm)	Curah Hujan Terbesar (mm)	Jumlah Hari Hujan
1 Tahun 2023	1.873,1	130,6	4
2 Tahun 2022	4.593,3	206,8	15
3 Tahun 2021	3.033,0	132,5	7
4 Tahun 2020	4.495,7	133,2	134
5 Tahun 2019	1.968,9	135	291

Sumber: BMKG Kabupaten Cilacap, 2023

2.4.6. Penggunaan Lahan

Total lahan di Kabupaten Cilacap seluas 213.849 Ha, sebagian besar digunakan untuk lahan pertanian seluas 170.663 Ha dan sisanya seluas 43.186 Ha yang penggunaannya di luar pertanian seperti untuk jalan, perumahan, dan lain-lain.

Dari lahan yang digunakan untuk pertanian seluas 170.663 Ha, sebagian besar digunakan untuk kepentingan lahan bukan sawah yaitu seluas 104.136 Ha yang digunakan antara lain untuk kebun/perkebunan, hutan rakyat, hutan negara, padang rumput dan empang. Sedangkan lahan seluas 66.527 ha digunakan untuk sawah, baik sawah irigasi, tadah hujan, rawa pasang surut maupun untuk rawa lebak. Secara detil data penggunaan tanah/lahan disajikan pada tabel berikut.

2.4.7. Potensi Pengembangan Wilayah

A. Fungsi dan Keterkaitan Wilayah

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2017 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN), Kabupaten Cilacap

ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yaitu kawasan perkotaan yang berfungsi atau berpotensi sebagai simpul utama kegiatan ekspor-impor atau pintu gerbang menuju kawasan internasional; kawasan perkotaan yang berfungsi atau berpotensi sebagai pusat kegiatan industri dan jasa yang melayani skala nasional; dan/atau kawasan perkotaan yang berfungsi atau berpotensi sebagai simpul transportasi yang melayani skala nasional.

Kabupaten Cilacap dalam RTRWN masuk pada tahapan pengembangan fungsi Revitalisasi dan Percepatan Pengembangan Kota-Kota Pusat Pertumbuhan Nasional dan merupakan salah satu kabupaten yang ditetapkan dari tiga kawasan lain di Jawa Tengah yaitu Kota Semarang dan Kota Surakarta. Dengan ditetapkannya Cilacap sebagai PKN, maka diperlukan peningkatan infrastruktur jalan yang mendukung kelancaran kegiatan nasional. Hal ini sesuai Perpres Nomor 79 Tahun 2019 tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi Kawasan Kendal – Semarang – Salatiga – Demak – Grobogan; Kawasan Purworejo – Wonosobo – Magelang – Temanggung; dan Kawasan Brebes – Tegal – Pemalang yang menempatkan Kabupaten Cilacap sebagai kawasan *hinterland* (penyangga) untuk mendukung pengembangan Kawasan Industri Brebes.

Terkait dengan pengembangan infrastruktur strategis yang termuat dalam RTRWN maupun Perpres tentang Proyek Strategis Nasional, di Kabupaten Cilacap terdapat beberapa proyek strategis nasional yang perlu mendapat perhatian baik yang memiliki pengaruh dalam skala lokal maupun regional. Pembangunan kawasan industri pengolah minyak (RDMP Project), pembangkit listrik/PLTU, Pengembangan Pelabuhan Tanjung Intan adalah beberapa proyek strategis nasional yang diharapkan dapat menjadi pemicu bagi pengembangan kawasan lokal di sekitar kabupaten Cilacap. Rencana pembangunan jalan bebas hambatan yang menghubungkan Gedebage – Cilacap; Cilacap – Pejagan; dan Cilacap – Yogyakarta, pembangunan Jaringan Jalan Lintas Selatan (JJLS), diharapkan dapat mendorong peran Kabupaten Cilacap dalam pengembangan kawasan regional yang

terkoneksi dengan kawasan lain termasuk akses ke Bandara Jenderal Sudirman di Kabupaten Purbalingga.

Di samping itu, pada RTRWN juga menyebutkan bahwa Kabupaten Cilacap termasuk dalam 2 (dua) kawasan andalan, yaitu Kawasan Andalan Jawa Tengah Selatan dan Kawasan Andalan Laut Cilacap dan sekitarnya.

Penetapan Kabupaten Cilacap yang termasuk dalam kawasan andalan sesuai dengan tujuan penataan ruang Kabupaten Cilacap, yaitu “Mewujudkan Ruang Kabupaten Sebagai Pusat Ekonomi Skala Nasional Berbasis Pertanian, Industri, Kelautan, Secara Terpadu dan Berkelanjutan Guna Pemerataan Pembangunan Wilayah”. Selain itu, penetapan sebagai Kawasan Andalan Laut Cilacap dan sekitarnya juga sesuai dengan rencana pemantapan pelabuhan utama di Kabupaten Cilacap yang diharapkan dapat mendukung pengembangan Kawasan Andalan Kelautan.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cilacap Tahun 2011-2031, pola ruang wilayah Kabupaten Cilacap dibedakan menjadi Kawasan Lindung dan Kawasan Budidaya.

B. Kawasan Lindung dan Kawasan Budidaya

Kawasan Lindung adalah wilayah yang ditetapkan dengan fungsi utama melindungi kelestarian lingkungan hidup yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya buatan. Sedangkan Kawasan Budidaya adalah wilayah yang ditetapkan dengan fungsi utama untuk dibudidayakan atas dasar kondisi dan potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya buatan.

Kawasan Lindung Kabupaten Cilacap adalah mencakup Kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan di bawahnya, Kawasan perlindungan setempat, Kawasan Suaka Alam, Pelestarian Alam dan Cagar Budaya, Kawasan Bencana Alam, Kawasan Lindung Geologi dan kawasan lindung Lainnya. Sedangkan Kawasan Budidaya terdiri dari Kawasan

peruntukan hutan produksi, Kawasan peruntukan hutan rakyat, Kawasan peruntukan pertanian, Kawasan peruntukan perikanan, Kawasan peruntukan pertambangan, Kawasan peruntukan industri, Kawasan peruntukan pariwisata, Kawasan peruntukan permukiman, dan Kawasan peruntukkan lainnya.

Kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan di bawahnya sebagai berikut:

- 1) Kawasan Lindung yang dikelola oleh masyarakat berada di 0Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Majenang, Cipari, Cimanggu, Sidareja, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten, Jeruklegi dan Kesugihan;
- 2) Kawasan resapan air berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Majenang, Cimanggu, Karangpucung, Cipari, Sidareja, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten, Jeruklegi, Kesugihan dan Pulau Nusakambangan.

Kawasan perlindungan setempat meliputi Kawasan sempadan sungai yang berada pada seluruh sungai yang ada di Kabupaten Cilacap. Kawasan sempadan pantai sejauh 100 meter dari garis pantai yang ada di Kecamatan Patimuan, Kampunglaut, Cilacap Selatan, Cilacap Tengah, Cilacap Utara, Kesugihan, Adipala, Binangun dan Nusawungu. Kawasan sekitar waduk, Kawasan sekitar mata air, Ruang terbuka hijau publik dan privat, dan jaringan irigasi juga masuk dalam Kawasan perlindungan setempat.

Kawasan Lindung di Kabupaten Cilacap juga meliputi Kawasan Suaka Alam, Pelestarian Alam dan Cagar Budaya yang terdiri dari Kawasan Cagar Alam yang berupa Cagar Alam Nusakambangan Barat, Nusakambangan Timur, Wijaya Kusuma dan Cagar Alam Karang Bolong. Kawasan taman wisata alam berupa Kawasan Gunung Selok di Kecamatan Adipala, sedangkan Kawasan suaka alam laut berupa Kawasan Segara Anakan di Kecamatan Kampunglaut. Kawasan Cagar Budaya dan Ilmu Pengetahuan

tersebar di wilayah kabupaten Cilacap yang terdiri dari lingkungan bangunan gedung dan halaman serta lingkungan non bangunan.

Kawasan Lindung Geologi adalah kawasan yang memberikan perlindungan terhadap air tanah berupa kawasan Cekungan Air Tanah yang terdiri dari Cekungan Air Tanah Majenang, Sidareja, Nusakambangan, Cilacap dan Cekungan Air Tanah Kroya. Kawasan Lindung lainnya yang ada di Kabupaten Cilacap berupa Kawasan Lindung Plasma Nutfah yang ada di Kawasan Segara Anakan.

Kawasan Budidaya untuk peruntukan hutan produksi berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Cimanggu, Karangpucung, Cipari, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten dan Jeruklegi. Sedangkan Kawasan Peruntukan Hutan Produksi terbatas berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Cimanggu, Karangpucung, Cipari, Gandrungmangu, Bantarsari dan Kawunganten. Kawasan Peruntukan Hutan Rakyat tersebar di seluruh wilayah kecamatan.

B. Kawasan Tanaman Pangan

Kawasan Tanaman Pangan yang terdiri atas Kawasan Pertanian Lahan Basah, Pertanian Lahan Kering, Hortikultura, Peternakan, Perkebunan Rakyat, tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Cilacap. Sedangkan untuk Perkebunan Besar berada di Kecamatan Kawunganten, Dayeuhluhur, Cimanggu, Wanareja, Cipari dan Jeruklegi. Penetapan Kawasan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan (LP2B) melalui Peraturan Bupati Cilacap Nomor 134 Tahun 2021 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan di Kabupaten Cilacap, menjadi salah satu kebijakan yang diambil Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk untuk mempertahankan kondisi cadangan pangan daerah.

Kawasan Peruntukan Budidaya Perikanan terbagi menjadi Sentra Perikanan Tangkap, Sentra Perikanan Budidaya dan Kawasan Pengolah Ikan. Sentra Perikanan Tangkap meliputi Kawasan Minapolitan Perikanan

Tangkap yang terdiri dari zona inti Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap (PPSC), Kelurahan Cilacap, Kelurahan Tegalkamulyan dan Kelurahan Sidakaya. Sentra Perikanan Tangkap juga meliputi Tempat Pelelangan Ikan yang ada di TPI Kecamatan Cilacap Selatan, Cilacap Tengah, Cilacap Utara, Nusawungu, Kesugihan dan Kampunglaut. Sentra Perikanan Budidaya tersebar di hampir seluruh wilayah kecamatan berupa Kawasan Minapolitan Budidaya, sedangkan Kawasan Pengolahan Ikan meliputi kecamatan Cilacap selatan, Cilacap Tengah dan Kampunglaut.

C. Kawasan Pertambangan

Kawasan Peruntukan Pertambangan terdiri dari Kawasan Peruntukan Pertambangan Mineral dan Batubara serta Kawasan Peruntukan Pertambangan Minyak Bumi dan Gas. Kawasan Peruntukan Pertambangan Mineral dan Batubara terdiri dari pasir besi, emas, batu gamping, tanah liat, tras, andesit, pasir pasang dan pasir urug. Kawasan Peruntukan Pertambangan menjadi satu kesatuan wilayah peruntukan yang hampir meliputi seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Cilacap.

D. Kawasan Industri

Kawasan Peruntukan Industri terdiri dari kawasan industri yang ada yaitu Kawasan Industri Cilacap (KIC) dan Kawasan Peruntukan Industri yang terdiri dari Kawasan Peruntukan Industri Bunton, Karangandri, Warung Batok dan Sidareja. Kawasan Peruntukan Industri juga mencakup kawasan industri menengah, kecil dan mikro yang tersebar di seluruh kecamatan.

E. Kawasan Pariwisata

Kawasan Peruntukan Pariwisata terdiri dari Kawasan Pariwisata Budaya, Pariwisata Alam dan Pariwisata Buatan. Kawasan Peruntukan Pariwisata ini tersebar di hampir seluruh wilayah yang ada di Kabupaten Cilacap. Sedangkan untuk Kawasan Peruntukan Permukiman, terdiri dari Kawasan Permukiman Perkotaan yang meliputi seluruh kawasan perkotaan Cilacap

dan beberapa wilayah di setiap kecamatan yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kawasan permukiman yang dekat dengan pusat pusat pertumbuhan dan pemerintahan. Kawasan Peruntukan Permukiman juga mencakup Kawasan Perdesaan yang diarahkan menjadi pusat pertumbuhan wilayah yang tidak menghilangkan karakteristik wilayahnya.

F. Kawasan Peruntukan Lainnya

Kawasan Peruntukan Budidaya lainnya mencakup Kawasan Peruntukan Pertahanan dan Keamanan yang secara wilayah berada di sepanjang pesisir pantai Cilacap dan kawasan pesisir serta pulau pulau kecil yang berada di sepanjang garis pantai dan pulau Nusakambangan.

Rencana Struktur Ruang Kabupaten Cilacap sebagaimana tertuang dalam dokumen RTRW menyebutkan bahwa rencana struktur ruang terdiri dari rencana sistem pusat kegiatan dan rencana sistem jaringan prasarana wilayah. Rencana sistem pusat kegiatan menggambarkan pengembangan Kawasan Perkotaan dan Perdesaan serta penetapan Kawasan Perkotaan sebagai pusat pusat pertumbuhan (pusat kegiatan lokal atau pusat pelayanan kawasan) serta penetapan Kawasan Perdesaan sebagai pusat pelayanan lingkungan.

Rencana Struktur Ruang juga mendeskripsikan rencana pembangunan di Kabupaten Cilacap yang mencakup pembangunan sistem jaringan prasarana utama seperti rencana sistem jaringan transportasi darat, jaringan perkeretaapian, jaringan transportasi laut, jaringan transportasi udara serta pembangunan rencana sistem jaringan prasarana lain seperti rencana sistem jaringan energi, jaringan telekomunikasi, jaringan sumber daya air, jaringan prasarana pengelolaan lingkungan dan jalur serta ruang evakuasi.

2.4.8. Potensi Pertumbuhan Wilayah

Berdasarkan RTRW Kabupaten Cilacap Tahun 2011-2031, penataan ruang di Kabupaten Cilacap direncanakan bertumpu pada lima pusat pertumbuhan wilayah atau pusat kegiatan, yaitu:

1. Pusat Kegiatan Nasional (PKN) di Kawasan Perkotaan Cilacap;
2. Pusat Kegiatan Lokal (PKL) ditetapkan pada kawasan perkotaan Majenang dan Kroya;
3. Pusat Kegiatan Lokal yang dipromosikan (PKLp) ditetapkan pada kawasan perkotaan Sidareja;
4. Pusat Pelayanan Kawasan (PPK) pada kawasan perkotaan Ibukota Kecamatan Kesugihan, Karangpucung, Dayeuhluhur, Jeruklegi, Sampang, Cipari, Gandrungmangu, Wanareja, Nusawungu, Bantarsari, Binangun, Kawunganten, Cimanggu, Maos, Kedungreja, Patimuan, dan Kampung Laut;
5. Pusat pedesaan yang ditetapkan sebagai Desa Pusat Pertumbuhan (DPP) sekaligus Pusat Pelayanan Lingkungan (PPL) meliputi DPP Planjan, Kesugihan; DPP Sarwodadi, Kawunganten; DPP Binangun, Bantarsari; DPP Cinangsi, Gandrungmangu; DPP Panikel, Kampung Laut; DPP Jambusari, Jeruklegi; DPP Sikampung, Kroya; DPP Welahan, Adipala; DPP Widarapayung Wetan, Binangun; DPP Jetis, Nusawungu; DPP Bulupayung, Patimuan; DPP Tambakreja, Kedungreja; DPP Ciporos, Karangpucung; DPP Panimbang, Cimanggu; DPP Pahonjean, Majenang; DPP Panulisan, Dayeuhluhur; DPP Purwasari, Wanareja; dan DPP Karangreja, Cipari.

Tabel 2.11
Arahan Pusat Kegiatan di Kabupaten Cilacap

	Kota	Indeks Sentralitas	Skala Perkotaan	Arahan Kegiatan	Keterangan
1	Perkotaan Cilacap	951	Sedang	PKN	Sesuai dengan penetapan RTRWN
2	Majenang	135	Kecil	PKL	Sesuai dengan penetapan RTRWP
3	Kroya	119	Kecil	PKL	Sesuai dengan penetapan RTRWP
4	Adipala	100	Kecil	PPK	Kawasan Perkotaan Adipala memiliki fasilitas pelayanan kota yang relatif lengkap sehingga nilai indeks sentralitas tinggi. Tetapi secara geografis Adipala berdekatan dengan Kawasan Perkotaan Kroya dan Kawasan Perkotaan Cilacap Adipala diarahkan sebagai PPK.
5	Sidareja	97	Kecil	PKLp	Kawasan Perkotaan Sidareja memiliki indeks sentralitas lebih kecil daripada Adipala tetapi posisi geografis menjadikan Sidareja berperan sebagai pusat kegiatan/ pelayanan bagi daerah sekitarnya. Mengingat peran strategis kawasan Sidareja dipromosikan menjadi PKLp
6	Kesugihan	86	Kecil	PPK	-
7	Karangpucung	62	Kecil	PPK	-
8	Dayeuhluhur	60	Kecil	PPK	-
9	Jeruklegi	56	Kecil	PPK	-
10	Sampang	51	Kecil	PPK	-
11	Cipari	47	Kecil	PPK	-
12	Gandrungmangu	46	Kecil	PPK	-
13	Wanareja	42	Kecil	PPK	-
14	Nusawungu	41	Kecil	PPK	-
15	Bantarsari	40	Kecil	PPK	-
16	Binangun	38	Kecil	PPK	-

	Kota	Indeks Sentralitas	Skala Perkotaan	Arahan Kegiatan	Keterangan
17	Kawunganten	35	Kecil	PPK	-
18	Cimanggu	28	Kecil	PPK	-
19	Maos	25	Kecil	PPK	-
20	Kedungreja	15	Kecil	PPK	-
21	Patimuan	14	Kecil	PPK	-
22	Kampung Laut	13	Kecil	PPK	-

Sumber: RTRW Kabupaten Cilacap 2011-2031

2.4.8. Potensi Pertambangan

Menurut RTRW Kab. Cilacap 2011-2031, potensi bahan galian di wilayah Cilacap meliputi:

1. Minyak dan gas bumi

Minyak dan gas bumi terdapat di Desa Cipari, Kecamatan Cipari. Eksplorasi awal telah dikerjakan oleh Lundin Banyumas BV dengan pengeboran sumur uji (Sumur Taruhan Jati I) hingga kedalaman 15.000 kaki. Kesimpulan sementara, tambang tersebut tidak ekonomis;

2. Batubara

Indikasi potensi Batubara terdapat di Desa Datar, Kecamatan Dayeuhluhur. Penyelidikan pemerintah Kabupaten Cilacap bekerjasama dengan CV. Multi Geosintek tahun 2003 menyimpulkan bahwa batubara yang ada merupakan batubara muda (lignite) dengan nilai kalori <4500 Kcal/kg. Singkapan Batubara juga terdapat di Desa Cidadap, Kecamatan Karangpucung dengan nilai kalori berkisar 3724 s/d 3890 cal/gr (*air dried base*);

3. Emas

Potensi emas terdapat di Desa Jambu, Kecamatan Wanareja dan Desa Sadahaya, Kecamatan Majenang. Cadangan emas tersebut pernah dieksplorasi oleh PT. Gama Grahita dengan luas areal 2000 hektare.

Kemudian dilakukan eksplorasi oleh PT. Multi Daya Sempama. Hasil eksplorasi kandungan emas tersebut berkisar 4 gr/ton sampai 7 gr/ton;

4. Pasir besi

Endapan pasir besi tersebar sepanjang pesisir pantai Kabupaten Cilacap, sebagian besar telah ditambang oleh PT. ANTAM Tbk, cadangan tersisa seluas 500 hektare lebih dengan MD 12.20%, kandungan Fe > 50% terletak di Desa Welahan Wetan, Kecamatan Binangun hingga Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, cadangan tersisa diperkirakan sejumlah 744.678,85 ton tersebut merupakan bekas KP. Eksploitasi PT. ANTAM Tbk yang tidak jadi ditambang karena alasan teknis;

5. Bentonit

Terdapat di Kecamatan Karangpucung yang meliputi Desa Tayem, Desa Sumber Sari, dan Desa Surian dengan luas masing-masing 1 hektare, 8 hektare dan 1 hektare. Hasil identifikasi cadangan Bentonit pada Desa Tayem yaitu: swelling index 42% - 166%, bleaching index 79% - 89%, CaO 24%, MgO 1,33% - 5,55%, TiO₂ 0,22 - 0,73 % Na₂O < 1,37%. Sejumlah cadangan Bentonit ada pula di Desa Pesanggrahan, Kecamatan Kasugihan;

6. Trass

Terdapat di Kecamatan Cimanggu yang meliputi Desa Cimanggu, Cigintung, Bantar Panjang, genteng, Sindanghayu, Tepungsari dengan jumlah cadangan keseluruhan 83.022.500 m². Hasil analisis daerah Trass Bantar Panjang adalah indeks aktivitas 7 hari = 68,9%, indeks aktivitas 28 hari = 73%, untuk daerah Bantar Mangu dengan acuan CPI-SP008;

7. Talk

Cadangan tersingkap di Kecamatan Karangpucung belum dieksplorasi secara detil;

8. Andesit

Cadangan Andesit atau yang biasa disebut batu gunung terdapat di desa-desa di Kecamatan Kasugihan (1.500.000 m³, OB rata-rata 0,5 – 2 meter), Kecamatan Jeruklegi yang meliputi Desa Karang Kemiri (1.500.000 m³, OB rata-rata 2 – 4 meter), juga terdapat di Kecamatan Majenang dan Kecamatan Dayeuhluhur;

9. Gamping

Terdapat di Pulau Nusakambangan dengan jumlah cadangan berkisar 1 : 170.000.000 ton yang merupakan Gamping Terumbu yang saat ini sedang ditambang oleh PT. Holcim. Komposisi kimia Gamping tersebut dari CaO > 50 %, MgO < 1 %;

10. Pasir sungai dan pasir batu (sirtu)

Terdapat di Sungai Serayu, Cijalu, Citanduy, Cibaganjing, Cibeet, dan Cikawang, yang saat ini diusahakan oleh penambang rakyat;

11. Lempung

Tersebar di Kecamatan Jeruklegi (ditambang oleh PT. Hocim) dan di beberapa desa di Kecamatan Adipala dengan kandungan SiO₂ 56,6 %, Al₂O₃ 316,08%, Fe₂O₃ 10,47%, Na₂O 1,58 %, K₂O 1,58% dengan kandungan mineral quartz, montmorillonite, dan albite;

12. Tanah Urug

Banyak terdapat di Kecamatan Adipala, Kecamatan Kasugihan, dan Kecamatan Jeruklegi.

Pertambangan merupakan upaya memanfaatkan bahan galian bernilai ekonomi tinggi dari dalam bumi. Rangkaian kegiatannya dimulai dari penyelidikan sampai pemasaran bahan galian. Kegiatan itu berpotensi mengubah bentang alam dan merusak lingkungan sekitar menjadi area rawan bencana, terutama bencana longsor dan banjir saat hujan tidak terserap tanah dan menjadi limpasan (*run off*). Kegiatan penambangan menimbulkan dampak lain berupa rusaknya infrastruktur jalan di area sekitar akibat lalu-lintas kendaraan berat. Dampak negatif tersebut dapat

diminimalisasi dengan melaksanakan kaidah pengelolaan tambang yang berwawasan lingkungan dan berpedoman pada peraturan perundangan yang berlaku, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tabel 2.12
Luas Areal dan Produksi Pertambangan menurut Jenis Bahan Galian

	Nama Perusahaan	Bahan Galian	Luas Area (hektare)	Produksi (Ton/tahun)
1	PT. Holcim Indonesia Tbk.	Batu Gamping/ kapur	112,45	2.700.422,00
2	PT. Holcim Indonesia Tbk.	Tanah Liat	103,70	363.032,31
3	PT. Tunas Sejati Mandiri	Pasir Besi	50,00	-
4	PT. Bhineka Bumi	Pasir Besi	201,60	25.811,00
5	PT. Pasir Besi Indonesia	Pasir Besi	31,90	-
6	CV. Serandil Makmur	Pasir Besi	36,20	-
7	PT. Harum Indo Mineral	Pasir Besi	145,53	-
8	PT. Maju Setia	Pasir Besi	12,00	-
9	CV. Mitra Handal Abadi	Pasir Besi	87,00	-
10	PT. Cilacap Steel	Pasir Besi	32,50	-
11	CV. Jati Kusuma	Pasir Besi	64,00	-
12	PT. Cemerlang Sejahtera Utama	Pasir Besi	141,00	-
13	PT. Bangunredja Perkasa	Pasir Besi	188,70	-
14	PT. General Mineral Resources	Pasir Besi	192,00	-
15	Penambang Perorangan	Pasir Besi	2,70	-
16	Penambang Perorangan	Batu Andesit /Batu Kali	45,80	5.315,75
17	Penambang Perorangan	Tanah Urug	1,95	-
18	Penambang Perorangan	Pasir Pasang	0,90	743,48
	TOTAL		1.449,93	3.105.324,54

Sumber: Dinas Bina Marga SDA dan ESDM Kabupaten Cilacap Tahun 2016

2.4.9. Potensi Industri

Kawasan peruntukan industri di Kabupaten Cilacap berdasarkan RTRW Kabupaten Cilacap Tahun 2011-2031 seluas kurang lebih 1.295 hektare yang terdiri atas:

a. Industri Besar

Kawasan Peruntukan Industri Besar meliputi Kawasan Industri Cilacap seluas kurang lebih 154 hektare berada di perkotaan Cilacap; Kawasan Industri Karangandri seluas kurang lebih 125 hektare berada di Kecamatan Kesugihan; Kawasan Industri Bunton seluas kurang lebih 450 hektare berada di Kecamatan Adipala; Kawasan Industri Warung Batok seluas kurang lebih 50 hektare berada di Kecamatan Dayeuhluhur; dan Kawasan Industri Tinggarjaya seluas kurang lebih 5 hektare berada di Kecamatan Sidareja;

b. Industri Menengah

Kawasan Peruntukan Industri Menengah meliputi Kecamatan Dayeuhluhur; Kecamatan Wanareja; Kecamatan Majenang; Kecamatan Cimanggu; Kecamatan Karangpucung; Kecamatan Cipari; Kecamatan Sidareja; Kecamatan Kesugihan; Kecamatan Adipala; Kecamatan Sampang; Kecamatan Kroya; Kecamatan Cilacap Selatan; Kecamatan Cilacap Tengah; dan Kecamatan Cilacap Utara;

c. Industri Kecil dan Mikro

Kawasan Peruntukan Industri Kecil dan Mikro seperti tertera pada rincian berikut:

Tabel 2.13
Kawasan Peruntukan Industri Kecil dan Mikro

Nama Komoditas		Kecamatan Wilayah Produksi		
1	industri ikan asin	● Cilacap Selatan	● Cilacap Tengah	● Cilacap Utara
2	industri kerupuk udang dan tengiri	● Cilacap Selatan	● Cilacap Tengah	● Cilacap Utara
3	industri keripik sukun	● Cilacap Tengah		
4	industri lanting	● Kecamatan Adipala	● Kedungreja	
5	industri gula kelapa	● Kesugihan ● Jeruklegi ● Adipala ● Nusawungu	● Binangun ● Patimuan ● Cipari	● Kedungreja ● Kawunganten ● Cilacap Tengah
6	industri anyaman bambu	● Nusawungu	● Kroya	● Kedungreja
7	industri gula aren	● Wanareja	● Dayeuhluhur	● Majenang
8	industri sale pisang	● Majenang ● Gandrungmangu	● Kedungreja	● Sidareja
9	industri kerajinan sabut kelapa	● Kroya	● Wanareja	
10	industri tepung tapioka	● Karangpucung	● Majenang	
11	industri bata merah	● Kedungreja	● Adipala	
12	industri genteng	● Nusawungu		
13	industri meubel	● Jeruklegi	● Karangpucung	
14	industri kesed kain	● Kroya	● Nusawungu	
15	industri kerajinan kerang	● Cilacap Selatan		
16	industri sapu ijuk	● Dayeuhluhur		
17	industri keramik	● Jeruklegi		
18	industri tas	● Nusawungu		
19	pengolahan karet rakyat	● Dayeuhluhur		
20	industri minyak atsiri	● Kroya	● Karangpucung	● Wanareja
21	industri batik tulis	● Maos	● Nusawungu	

Nama Komoditas		Kecamatan Wilayah Produksi	
22	industri boneka fiber	● Cilacap Tengah	
23	industri umpan pancing imitasi	● Cilacap Utara	
24	industri lukisan bulu	● Kesugihan	
25	industri sebutret	● Wanareja	
26	industri minyak jarak	● Kroya	
27	industri minyak kayu putih	● Kawunganten	● Cilacap Tengah

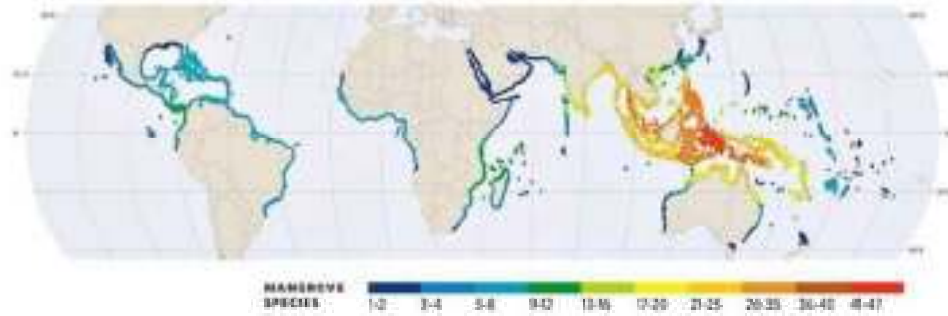
Sumber: Dinas Bina Marga SDA dan ESDM Kabupaten Cilacap Tahun 2016

Kabupaten Cilacap memiliki kekayaan sumber daya alam berupa keunikan bentang alam berupa kawasan pegunungan, kawasan pantai, dan hutan mangrove. Berdasarkan Peta Mangrove Nasional, luas mangrove di Kabupaten Cilacap mencapai 8.914 Hektare dan memiliki tingkat keanekaragaman hayati tinggi. Hingga saat ini, lebih dari 56 jenis mangrove telah teridentifikasi berikut keanekaragaman hayati flora dan fauna di sekitarnya. Keberadaan Arboretum Mangrove Kolak Sekancil binaan PT. KPI Unit Cilacap di Desa Ujung Alang terbukti menjadi penyumbang penting dalam penyerapan karbon. Berdasarkan perhitungan PT. KPI Unit Cilacap, serapan CO₂ di area Kolak Sekancil tumbuh dari 5.483.395 ton pada 2018, menjadi 5.487.336 ton di tahun 2019 dan 5.491.278 ton pada 2020¹. Kekayaan sumber daya alam berupa hutan mangrove ini telah menempatkan Kabupaten Cilacap dalam Peta Mangrove Global.

¹ <https://www.antaraneews.com/berita/2484441/dlh-kondisi-mangrove-di-cilacap-makin-membaik> (diunduh, 29 Juni 2024)

Gambar 2.15

World map of the mangrove distribution zones and the number of mangrove species along each region (Deltares, 2014)

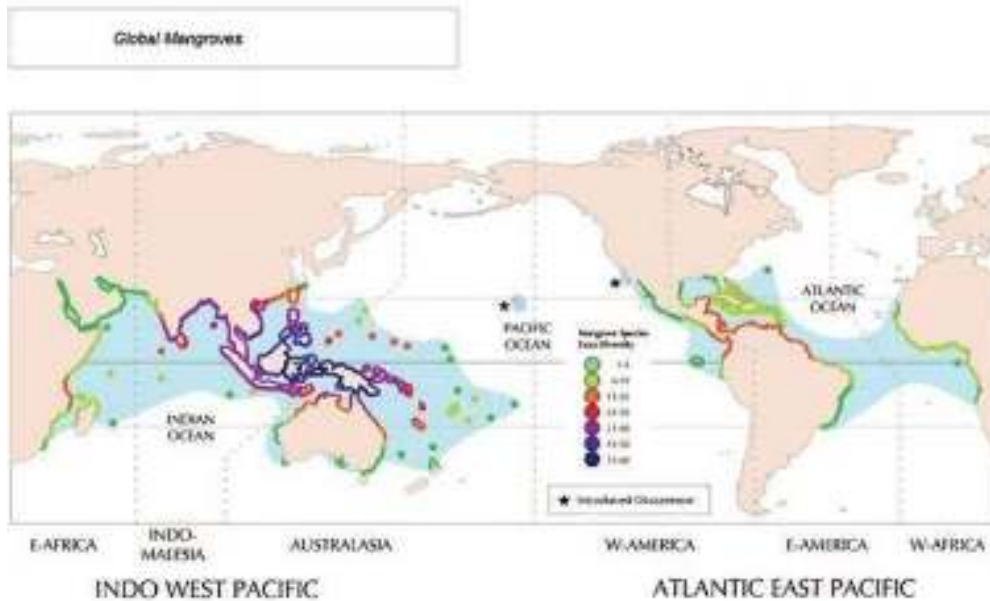


Sumber:

https://www.researchgate.net/publication/271193539_Oil_Spills_in_Mangroves_Planning_Response_Considerations/figures?lo=1 (diunduh, 29 Juni 2024)

Gambar 2.16

Current World map of the mangrove distribution zones and the number of mangrove species along each region (Deltares, 2014)



Sumber:

www.researchgate.net/publication/320849105_Mangrove_Floristics_and_Biogeography_Revisited_Further_Deductions_from_Biodiversity_Hot_Spots_Ancestral_Discontinuities_and_Common_Evolutionary_Processes/figures?lo=1 (diunduh, 29 Juni 2024)

Pemanfaatan sumber daya alam berupa hutan mangrove ini selain untuk penyerapan karbon dioksida juga Kawasan Hutan Mangrove telah dikelola untuk destinasi wisata alam dan petualangan. Mangrove sendiri memiliki manfaat yang luar biasa bagi lingkungan karena kemampuannya dalam mencegah abrasi kawasan pesisir, menahan daratan dari tsunami dan banjir rob serta tempat berlabuh pantai hingga pengembangan ilmu pengetahuan.

2.5. Potensi Tata Ruang, Arsitektur, dan Infrastruktur

Keberadaan Alun-alun sangat identik dengan ciri khas arsitektur tata kota di Pulau Jawa, berupa lapangan/area terbuka dengan beberapa buah pohon beringin yang terletak di tengah atau di pinggirannya, serta hirarki penataan yang unik bernama Sistem Macapat, yaitu Alun-alun di bagian tengah, pendopo atau keraton di bagian utara, tempat ibadah/masjid pada sisi barat, rumah dinas bupati/penguasa pada sisi selatan, dan tempat peradilan atau penjara pada sisi bagian timur. Alun-alun sendiri merupakan hasil buah fikir dan kearifan budaya lokal Pulau Jawa yang sudah muncul sejak zaman kerajaan kuno yang desain serta pola penataannya masih diterapkan sampai sekarang.

Salah Satu kota yang masih memanfaatkan Alun-alun sebagai ruang terbuka publik serta identitas bagi wilayahnya adalah Kabupaten Cilacap. Kabupaten yang terletak di pesisir Pulau Jawa ini masih sangat memanfaatkan keberadaan Alun-alun dan menjadikannya sebuah *center/jantung* pada kotanya. Bisa dimaknai sebagai *The Heart of The City*, karena keberadaannya menandai letak pusat pemerintahan, pusat peribadatan, pusat rekreasi, serta pusat pergerakan ekonomi kota. Penataannya pun masih terbilang asli, karena hanya dilakukan beberapa perombakan. Namun seiring dengan perubahan zaman, keberadaan Alun-alun dirasa butuh penyesuaian dan revitalisasi, agar dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan suatu wilayah/kota, meningkatkan sektor

pariwisata dan yang paling utama adalah tetap menjadi identitas arsitektur di wilayahnya.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan membantu Pemerintah Kabupaten Cilacap dalam meneliti strategi apa saja yang dapat digali untuk proses pengembangan Alun-alun Kabupaten Cilacap di masa depan.

Gambar 2.17
Peta Alun-alun Kabupaten.Cilacap



Sumber: Google Maps

Alun-alun Kabupaten Cilacap terletak di ibukota Kabupaten Cilacap yaitu Cilacap, tepatnya terletak pada Jl. Ahmad Yani, Kecamatan Cilacap Tengah. Luasnya sekitar 11.652 m² dengan *boulevard* pada tengah lapangan yang berfungsi sebagai jalan masuk ke area pendopo dan dikelilingi oleh beberapa situs pendukung.

Gambar 2.18
Alun-alun Kabupaten Cilacap



Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Pendopo Kabupaten Cilacap terletak pada sisi utara Alun-alun, sesuai dengan sistem macapat, berfungsi sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Cilacap dan tempat berkantor bupati. Bangunan ini ditengarai sebagai situs utama pada kompleks Alun-alun. Jika diibaratkan dengan rumah, pendopo adalah rumahnya dan Alun-alun adalah halamannya. Bergaya arsitektur tradisional Jawa dengan bentuk menyerupai joglo yang khas bangunan kraton di Jawa.

Masjid Agung Darussalam Cilacap terletak pada sisi sebelah barat Alun-alun, sesuai dengan sistem macapat, berfungsi sebagai pusat peribadatan Umat Muslim di Kota Cilacap. Keberadaannya penting sebagai simbol eksistensi umat Muslim di kabupaten ini. Selain difungsikan sebagai tempat ibadah, area parkir dan toiletnya pun seringkali digunakan oleh umum yang berkunjung ke Alun-alun, karena terbatasnya ketersediaan toilet. Masjid ini bergaya arsitektur tradisional Jawa dengan atap tajuk.

Bentuknya monumental dan gigantis dilengkapi minaret tinggi menjulang yang menjadi *icon* kota.

Gambar 2.19
Pendopo Wijaya Kusuma Sakti Kabupaten Cilacap



Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Gambar 2.20
Masjid Agung Kabupaten Cilacap



Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Central Business District atau CBD letaknya menyebar, namun area yang paling utama terletak pada sisi selatan Alun-alun. Seperti sistem Macapat, area ini memanjang sepanjang Jl. Ahmad Yani dengan berbagai macam gerai dan toko yang berjejeran. Bahu jalan di area ini dimanfaatkan sebagai *city walk* pusat kota atau *town square*. Di sepanjang area *city walk* terdapat deretan pohon palem yang menjulang ke atas seperti yang dijumpai pada jalanan Kota California, Amerika Serikat. Apabila pengunjung Alun-alun melihat ke ujung area ini atau sebelah selatan, maka akan terlihat dengan jelas Pulau Nusakambangan yang terletak di seberang kota.

Gambar 2.21

Kawasan *Central Business District* Kabupaten Cilacap



Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Terdapat Taman Zebra yang terletak di sisi tenggara Alun-alun. Keberadaannya ditengarai sebagai area pendamping Alun-alun. Namun sebenarnya Taman Zebra lebih tepat dikatakan sebagai taman kota atau ruang terbuka hijau kota. Sebab wilayah ini merupakan area resapan air

dan paru-paru kota yang ditumbuhi berbagai macam jenis pepohonan dan bunga.

Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas II B terletak di sisi sebelah timur Alun-alun. Bangunannya bergaya arsitektur kolonial, dengan dinding tebal dan tinggi serta memiliki kesan yang tertutup.

Peningkatan jumlah penduduk secara tidak langsung mempengaruhi jumlah kebutuhan terhadap tanah. Penggunaan dan perubahan lahan di Kabupaten Cilacap mengalami peningkatan seiring dengan penambahan kebutuhan penduduk terhadap lahan. Penggunaan lahan sering kali terjadi untuk perumahan, pembangunan dan perkembangan ekonomi juga sarana prasarana. Dalam hal ini Pemerintah Daerah melalui Perda RTRW No. 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cilacap, memiliki peran dalam mengatur dan mengendalikan penggunaan lahan pertanian dengan tujuan menekan fenomena alih fungsi lahan yang terjadi.

Gambar 2.22
Stasiun KAI Cilacap



Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Dengan penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dapat diperoleh hasil bahwa perkembangan alih fungsi lahan pertanian menjadi non pertanian masih kerap sekali terjadi dan Peraturan Daerah yang ada belum diterapkan secara efektif. Efektivitas instrumen implementasi pengendalian alih fungsi lahan masih belum berjalan secara optimal dan belum sesuai dengan rancangan dan tujuan Kabupaten Cilacap yang ada di dalam peraturan daerah.

Desakan akan pembangunan daerah dari beberapa sektor turut ikut serta dalam mempengaruhi peningkatan alih fungsi lahan. Salah satu contohnya yaitu dalam penggunaan lahan untuk pembangunan ekonomi daerah, pengembangan infrastruktur daerah, pengembangan sarana prasarana transportasi, untuk pelebaran jalan, dan fasilitas umum daerah yang lainnya. Oleh sebab itu perlu manajemen atau perencanaan terhadap wilayah agar tertata dengan baik. Hal ini dilakukan dengan maksud mengurangi terjadinya fenomena alih fungsi lahan yang semakin meningkat.

Di sisi lain untuk menekan kejadian alih fungsi lahan, Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap mencanangkan beberapa kebijakan dan program penanganan alih fungsi kegunaan lahan. Adapun beberapa bentuk program kebijakan yang telah ada di antaranya:

- a) Penetapan alokasi lahan pertanian, dengan tujuan mempertahankan lahan pertanian dan hasil pertaniannya. Penetapan alokasi lahan pertanian ini memiliki maksud untuk mempertahankan potensi dan angka pemenuhan kebutuhan masyarakat Kabupaten Cilacap. Penetapan alokasi lahan pertanian juga mempertimbangkan lokasi dan penyesuaian kondisi tanah;
- b) Pembuatan aturan tentang pengajuan perizinan penggunaan perubahan tanah atau Izin Peruntukan Penggunaan Tanah (IPPT). Dalam mendapatkan perizinan penggunaan tanah ada beberapa proses yang harus dilalui, yaitu mengajukan permohonan kepada

BPN, dilanjutkan dengan meminta pertimbangan kepada DPUPR terkait kejelasan informasi lahan. BPN akan mengurus perizinan jika permohonan telah mendapatkan persetujuan;

- c) Penetapan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan (LP2B) merupakan program kebijakan terusan dari penetapan Pemerintah Pusat berdasarkan Undang-Undang No. 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan. Penetapan LP2B memiliki maksud agar bidang-bidang lahan tertentu hanya boleh digunakan untuk aktivitas pertanian pangan yang sesuai;
- d) Menetapkan beberapa kriteria tanah yang bisa digunakan untuk fungsi lain. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi jenis tanah, kesuburan dan produktivitas tanah tersebut. Ada beberapa kriteria tertentu yang bisa digunakan atau diubah menjadi fungsi lain, misalnya tanah kering yang sudah lama tidak produktif;
- e) Inventarisasi lahan pertanian merupakan upaya-upaya pemerintah daerah yang terpadu dalam mengembangkan lahan pertanian melalui pencetakan lahan pertanian baru yang potensial. Dalam penerapan program inventarisasi lahan pertanian diawali dengan mencari tanah subur yang bisa digunakan untuk lahan pertanian baru. Inventarisasi lahan dilakukan guna mempersiapkan jika ada lahan pertanian yang sudah tidak lagi bisa digunakan untuk kegiatan pertanian, maka tanah tersebut akan dialihkan untuk fungsi lain dan tanah yang sudah ditetapkan sebagai tanah inventaris ini akan menjadi lahan pertanian pengganti;
- f) Pemberian sarana dan prasarana untuk penguatan lahan pertanian. Program kerja ini berkaitan dengan pemberian kelengkapan fasilitas dan juga obat-obatan untuk meningkatkan kualitas lahan pertanian. Ada subsidi yang diberikan kepada petani melalui koperasi usaha tani. Subsidi yang diberikan berupa, pupuk, urea, alat-alat berat seperti mesin bajak sawah dan lain sebagainya.

2.6. Potensi Perekonomian: Sektor Pengadaan Listrik dan Gas, Informasi dan Komunikasi serta Perikanan

Keunggulan kompetitif yang dimiliki Kabupaten Cilacap pada sektor Pengadaan Listrik dan Gas disebabkan adanya tiga PLTU dengan kapasitas total 2.260 megawatt yang menjadi pemasok listrik terbesar di wilayah Jawa Tengah dan telah menyerap tenaga kerja 6.000 orang. Total *output* pada sektor ini sebagian besar (96,19%) berasal dari subsektor ketenagalistrikan, sedangkan sisanya (3,81%) berasal dari subsektor pengadaan gas dan produksi es (BPS, 2021). Rata-rata laju pertumbuhan sektor Pengadaan Listrik dan Gas adalah 9,01%, jauh melebihi rata-rata laju pertumbuhan PDRB Jawa Tengah yang hanya sebesar 4,39%. Sehingga, sektor ini dapat mendorong perkembangan sektor usaha lainnya serta bertambahnya lapangan pekerjaan dan pendapatan asli daerah di Kabupaten Cilacap (Edon, 2019; Kairupan & Manoppo, 2021).

Rata-rata laju pertumbuhan tiga sektor unggulan kompetitif lainnya yang dimiliki Kabupaten Cilacap secara keseluruhan lebih tinggi dibandingkan sektor yang sama maupun total PDRB di Jawa Tengah. Namun, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat menentukan secara lebih spesifik terkait subsektor dari ketiga sektor tersebut yang memiliki daya saing lebih baik dibandingkan Jawa Tengah.

Subsektor Informasi dan Komunikasi yaitu berupa industri penerbitan; perekaman suara dan musik; produksi film, gambar bergerak, serta video; penyiaran dan pemrograman; telekomunikasi; teknologi informasi, dan konsultasi komputer. Subsektor Jasa Perusahaan terdiri dari jasa hukum; akuntansi, pembukuan dan audit; arsitek dan teknik sipil; serta konsultasi teknis lainnya, yaitu periklanan, persewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi mesin dan peralatan konstruksi dan teknik sipil, penyaluran tenaga kerja, dan kebersihan umum dan bangunan. Sedangkan, Subsektor Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial meliputi jasa rumah sakit, klinik, rumah sakit lainnya, praktik dokter, pelayanan

kesehatan, angkutan khusus paramedis, kesehatan tradisional, *medical evacuation*, kesehatan hewan, dan kegiatan sosial.

Produksi perikanan di Kabupaten Cilacap mengalami lonjakan signifikan. Sejak 2015 kebijakan tegas Menteri Kelautan dan Perikanan, Susi Pudjiastuti dalam penanganan *illegal fishing* menjadi faktor utama yang berpengaruh terhadap naiknya hasil tangkapan nelayan lokal. Meski demikian, Pemerintah Kabupaten Cilacap melalui Dinas Perikanan setempat terus berupaya meningkatkan produksi. Pada 2015 produksi perikanan tangkap Cilacap mencapai 14 ribuan ton. Jumlah ini menurun menjadi 13 ribuan ton pada 2016, dan melonjak tajam pada 2017 menjadi 25 ribuan ton. Sedangkan untuk perikanan budidaya, dari capaian produksi 2016 sebesar 8 ribuan ton, pada 2017 turut mengalami kenaikan hingga kisaran 9.800 ton. Khusus untuk sektor ini, Dinas Perikanan tengah memprioritaskan pembibitan. Untuk menghasilkan benih berkualitas, Dinas Perikanan mengoptimalkan kegiatan pembenihan pada tiga Balai Benih Ikan (BBI), yaitu BBI Kesugihan dan Majenang untuk ikan air tawar, serta BBI Nusawungu untuk ikan air payau. Tidak hanya itu, Dinas juga membina sekitar 50 Unit Pembenihan Rakyat (UPR), yang dikelola oleh kelompok pembudidaya ikan (Pokdakan).

Gambar 2.24

Gerbang Masuk Pelabuhan Laut Tanjung Intan



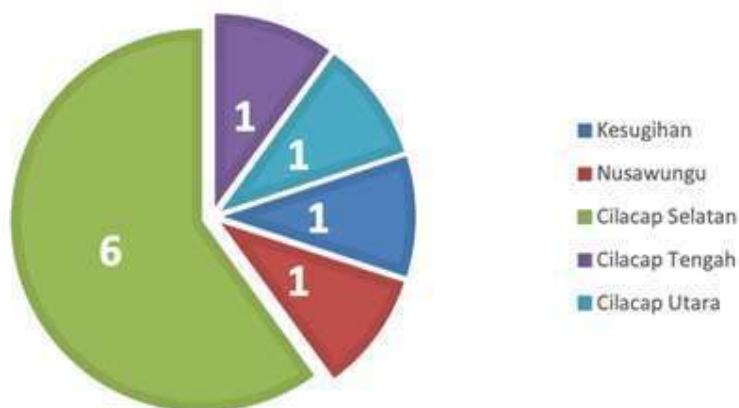
Sumber: Dokumentasi Tim Penyusun Kajian Roadmap, September 2024

Potensi lain yang tak kalah unggul, adalah perikanan tambak. Sebab dari 9.800-ton produksi perikanan darat, 5 ribuan ton di antaranya dihasilkan dari budidaya tambak baik udang maupun ikan. Pada tahun 2017, Pokdakan Tambak Cilacap bahkan berhasil menjadi juara I tingkat provinsi, sehingga membuktikan bahwa Pokdakan Cilacap memiliki kapabilitas dari segi teknis.

Cilacap merupakan salah satu wilayah yang berbatasan langsung dengan laut selatan Jawa. Hal ini membuat perikanan laut menjadi salah satu komoditas yang dihasilkan oleh Cilacap. Berdasarkan publikasi PDRB menurut lapangan usaha BPS, sektor perikanan baik perikanan budidaya maupun perikanan tangkap memiliki nilai tambah sebesar 1,27 triliun atau 1,05% dari PDRB Kabupaten Cilacap tahun 2022. Meskipun kontribusinya terbilang kecil, tetapi perikanan laut tetap memegang peran penting dalam perekonomian masyarakat khususnya kelas menengah ke bawah.

Produksi ikan adalah salah satu komponen yang dapat digunakan untuk melihat seberapa besar potensi hasil laut yang terdapat di suatu wilayah. Sebagai salah satu upaya untuk mengukur seberapa besar potensi perikanan yang ada di wilayah perairan di Indonesia, Badan Pusat Statistik mengumpulkan data produksi ikan dengan pendekatan terhadap Tempat Pelelangan Ikan (TPI) yang terdapat di pelabuhan perikanan. Pelabuhan perikanan maupun tempat pendaratan ikan memiliki peran yang sangat penting sebagai titik awal dimulainya pendistribusian ikan hasil penangkapan. Meskipun data produksi yang dikumpulkan saat ini hanya terbatas pada produksi perikanan laut yang dijual melalui TPI, baik secara lelang maupun tidak lelang, dan belum mencakup seluruh produksi perikanan laut di Indonesia, namun hasil pendataan ini diharapkan dapat menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur potensi subsektor perikanan di Indonesia.

Gambar 2.25
Sebaran Tempat Pelelangan Ikan Menurut Kecamatan di Kabupaten Cilacap Tahun 2022



Sumber: BPS Cilacap Tahun 2022

Senada dengan hasil pada volume produksi, jenis ikan yang nilai produksinya paling besar adalah jenis ikan campuran dengan nilai mencapai 18 milyar atau 21,1% dari total seluruh nilai produksi pada tahun 2022. Jenis ikan berikutnya adalah jenis udang dengan nilai produksi mencapai 12,8 milyar atau 15,1% dari keseluruhan. Jenis udang lainnya merupakan udang selain udang barong/udang karang, udang dogol, udang krosok, udang putih/jerbung, udang ratu/raja, atau udang windu. Salah satu di antaranya adalah udang rebon.

Selain dua jenis tersebut, ikan laut dengan produksi terbesar adalah ikan tuna mata besar, tongkol krai, dan layur. Ikan tuna mata besar memiliki nilai produksi mencapai 8,2 milyar dan jika dihitung rata-rata harga per kilogramnya adalah kurang lebih 9.300 rupiah. Ikan tongkol krai memiliki nilai produksi yang tinggi karena volume produksinya yang juga besar. Nilai produksi ikan tersebut dalam setahun mencapai 6,8 milyar dengan rata-rata harga per kilogramnya adalah 5.000 rupiah. Ikan berikutnya adalah layur

dengan nilai produksi mencapai lebih dari 6,6 miliar dan rata-rata harga per kilogramnya mencapai 20.000 rupiah.

Terdapat 42 jenis ikan dan 1 jenis campuran dalam perikanan laut yang dijual di TPI Cilacap selama tahun 2022. Terdapat 11 jenis ikan yang tidak tercatat selama tahun 2022 di TPI yaitu layang, madidihang, selar, cumi-cumi, petek/peperok, banyar, ekor, kuning/pisang-pisang, kurisi, kerang darah, swangi/mata besar, dan lemuru. Produksi didominasi oleh produksi ikan lainnya/campuran yaitu sebesar 30,6% atau 3.559 ton. Selain ikan lainnya, volume tertinggi adalah ikan tongkol krai sebesar 1.363-ton atau 11,7% dari total volume perikanan laut yang dijual di TPI.

Jenis hasil laut selanjutnya yang terbanyak kedua adalah sotong yang mencapai 1.184 ton atau 10,2% dari keseluruhan. Kemudian jenis ikan dengan volume tertinggi ketiga adalah ikan cakalang dengan produksi mencapai 1.082 ton atau 9,3%. Keempat adalah ikan tuna mata besar dengan produksi 881 ton sepanjang tahun 2022. Selain jenis ikan, ada udang lainnya yang dijual di TPI sebanyak 744 ton selama tahun 2022.

Di dalam pasar domestik industri terpadu udang Cilacap juga harus mampu memiliki *brand merk* yang mudah diingat oleh konsumen. Selain itu, pembentukan citra juga sangat penting untuk industri yang baru mulai berjalan. *Brand merk* sangatlah penting guna mempertahankan usaha di tengah persaingan industri udang vaname lainnya di kancah domestik.

Gambar 2.26

Volume Produksi (Kg) Perikanan Laut berdasarkan Jenis Ikan Kabupaten Cilacap, 2022



Sumber: BPS Cilacap Tahun 2022

Adapun hambatan masuk pasar domestik industri udang vaname yaitu tingginya persaingan bisnis, sebab kawasan Indonesia merupakan kawasan yang banyak atau memiliki daerah perairan lebih banyak sehingga banyak dijumpai berbagai industri udang khususnya. Selain itu, hambatan muncul dari para pesaing lama, atau industri besar udang vaname yang telah berdiri puluhan tahun, dan telah memiliki jaringan mitra yang besar, seperti mitra dengan nelayan langsung, ataupun dengan pihak lainnya. Oleh karena itu, dengan berdasar dari tingkat persaingan domestik tersebut, maka sangat ditekankan untuk Industri Udang Vaname agar memiliki *brand*, dan kualitas produk yang terjaga ketat.

Adapun kegiatan yang akan dikembangkan dalam industri perikanan udang terpadu tersebut terbagi ke dalam empat kegiatan, yaitu:

a) Pabrik Pakan Udang

Pengembangan investasi pada sektor hulu dimulai dari pembuatan pabrik pakan ikan/udang. Secara khusus pabrik pakan tersebut diarahkan sebagai pemenuhan pakan untuk usaha budidaya udang

vaname di Kabupaten Cilacap. Namun, untuk mencapai skala produksi ekonomis, maka target pasar dari pabrik pakan tersebut diperluas hingga pakan ikan secara umum dengan target pemasaran menjangkau hingga daerah lain sekitar Kabupaten Cilacap, terutama Kabupaten Banyumas, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Purworejo dan Kabupaten Pangandaran. Harapannya, dengan lokasi pabrik yang dekat maka dapat menurunkan harga jual pakan, yang kemudian berimbas pada peningkatan hasil usaha;

b) Pembenihan/Pembibitan (*Hatchery*) Udang Vaname

Pengembangan berikutnya adalah membangun sektor hulu usaha budidaya udang vaname dengan mendirikan usaha pembenihan/pembibitan (*hatchery*). Hal ini penting dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar, khususnya di Kabupaten Cilacap, yang akan menjalankan usaha tambak budidaya udang vaname dengan metode intensif atau bahkan super intensif. Diharapkan hal ini dapat menekan biaya operasional karena harga jual benih udang (benur) yang sangat mungkin bisa ditekan;

c) Tambak Budidaya/Pembesaran Udang Vaname

Pengembangan berikutnya yang masuk pada tingkat hilir, adalah dengan membangun areal tambak budidaya/pembesaran udang vaname. Metode yang digunakan pada masa awal pengembangan ini adalah dengan metode intensif. Perlunya pendirian tambak dari investor adalah agar lebih menjaga standarisasi kualitas udang yang diproduksi. Hal ini mengingat target pasar ekspor sangat memperhatikan kualitas sebuah produk ketika mereka melakukan permintaan;

d) Pabrik Pengolahan Udang Vaname (*Cold Storage*)

Tahap hilir paling ujung adalah dengan membangun pabrik pengolahan udang vaname. Proses pengolahan yang utama dilakukan adalah berupa proses pembekuan udang vaname menjadi

udang beku segar dan udang olahan beku untuk tujuan ekspor. Hal ini penting melihat potensi permintaan pasar udang vaname di luar negeri masih sangat besar dan pertumbuhannya stabil. Upaya pengolahan pada tahap awal yang dilakukan adalah proses pengolahan udang beku dalam bentuk utuh, *headless* (tanpa kepala) serta kupas kulit.

2.7. Peta Potensi Subsektor Ekonomi Kreatif

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif secara nasional berdasarkan pada Inpres Nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Perpres Nomor 72 Tahun 2015 mengelompokkan ekonomi kreatif menjadi **17 (tujuh belas)** subsektor sebagai fokus pengembangan ekonomi kreatif Tahun 2015-2025, adalah sebagai berikut :

2.7.1. Subsektor Periklanan (*Advertising*)

Beberapa definisi yang dikemukakan oleh berbagai sumber mengenai sub sektor industri periklanan adalah sebagai berikut:

- a) Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar dan majalah), dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia BPS, 2005).
- b) Segala bentuk pesan tentang suatu produk disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan

kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Departemen Perdagangan RI, 2007).

- c) Deskripsi atau presentasi dari produk ide ataupun organisasi dalam membujuk individu untuk membeli, mendukung atau sepakat suatu hal.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas, Departemen Perdagangan RI (2009) menyimpulkan bahwa subsektor periklanan merupakan industri/jasa yang mengemas bentuk komunikasi tentang suatu produk, jasa, ide, bentuk promosi, informasi, layanan masyarakat, individu maupun organisasi yang diminta oleh pemasang iklan (individu, organisasi swasta/pemerintah) melalui media tertentu (misalnya televisi, radio, cetak, *digital signage*, internet) yang bertujuan mempengaruhi, membujuk target individu/masyarakat untuk membeli, mendukung atau sepakat atas hal yang ingin dikomunikasikan.

Berbagai media periklanan mulai mengalami transformasi dari media tradisional berupa koran, brosur, pamflet hingga media yang lebih modern seperti platform media sosial (Akhlishon & Rachman, 2022). *Advertising* atau papan iklan merupakan metode promosi yang efektif dalam upaya memperkenalkan barang dan jasa kepada masyarakat luas. Di Kabupaten Cilacap, pemerintah daerah telah menyediakan berbagai papan reklame yang dikelola dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dengan cara memungut pajak daerah yaitu pajak reklame sesuai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengenai Retribusi dan pajak Daerah (Rama Sanjaya, 2022). Pengelolaan papan reklame ini ditangani oleh [Dinas Penanaman Modal Dan. Pelayanan Terpadu Satu Pintu \(DPMPTSP\)](#), yang memastikan bahwa setiap calon pengguna yang ingin memasang iklan harus melalui proses perizinan yang ketat dan terstruktur. Penyelenggaraan perizinan *advertising* di Kabupaten Cilacap yang mengalami permasalahan krusial yaitu adanya *fraud* atau pelanggaran reklame liar dalam izin, pajak

maupun pemasangan reklame dikarenakan data penyewaan terkait durasi tidak *up to date* (Fatimah & Pambudi, 2024).

Selain media periklanan konvensional, di Cilacap juga terdapat PT. Ethos Kreatif Indonesia, adalah perusahaan kreatif yang bergerak di Bidang *Digital Marketing*, dengan jangkauan penjualan produk dan pelanggan yang tersebar hampir ke seluruh wilayah Indonesia. PT. Etos Kreatif Indonesia merupakan perusahaan induk yang memiliki aset anak perusahaan dan membuat rumusan kebijakan maupun strategi kegiatan usaha untuk mendukung kegiatan penjualan, pemasaran dari anak perusahaan tersebut maupun perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan untuk beberapa jenis produk. Ragam produknya antara lain produk herbal, makanan kesehatan, dan produk kecantikan secara *omni channel* yang dikelola dari hulu hingga hilir. Sebagai induk perusahaan, PT. Etos Kreatif Indonesia memiliki keseluruhan ekosistem meliputi kegiatan *supply chain*, manufaktur, infrastruktur, prinsipal, retail, logistik, distribusi, dan teknologi.

2.7.2. Subsektor Arsitektur

Departemen Perdagangan (2009) mengidentifikasi beberapa sumber yang menjelaskan mengenai pengertian subsektor industri arsitektur, yaitu sebagai berikut:

- a) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arsitektur diartikan sebagai seni dan ilmu membangun bangunan. Dengan kata lain arsitektur diartikan sebagai suatu pengungkapan hasrat kedalam suatu media yang mengandung keindahan;
- b) Menurut Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI), arsitektur didefinisikan sebagai wujud hasil penetapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah ruang dan lingkungan binaan, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia;
- c) Menurut Wikipedia, arsitektur adalah aktivitas desain dan membangun sebuah gedung serta struktur fisik lainnya, yang

memiliki tujuan utama untuk menyediakan tempat berteduh bagi kepentingan sosial;

- d) Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (BPS, 2005), industri arsitektur adalah jasa konsultasi arsitek, mencakup desain bangunan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota dan sebagainya;
- e) Ekonomi kreatif yang termasuk subsektor arsitektur antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain.

Arsitektur sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam membentuk lingkungan fisik tempat warga tinggal, bekerja, dan berinteraksi. Arsitektur menjembatani ranah seni, desain, dan teknologi yang memerlukan keahlian teknis dan visi kreatif. Bagian pertama uraian di bawah ini adalah deskripsi umum mengenai arsitektur dalam kaitan dengan industri kreatif yang lebih luas, termasuk rantai penciptaan nilai beserta pelaku kunci dalam ekosistem ekonomi kreatif. Bagian selanjutnya berisi daftar pelaku subsektor arsitektur di Kabupaten Cilacap, terutama dalam bidang desain dan konstruksi.

A. Arsitektur sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif

1. Kontribusi dan Tatakerja

a. Kreativitas Multidisiplin dalam Pemecahan Masalah Keruangan

Arsitektur sebagai subsektor industri kreatif adalah bidang multidisiplin yang memadukan visi artistik, inovasi teknis, dan tanggung jawab sosial. Arsitektur tidak hanya membentuk ruang fisik, tetapi juga memberi kontribusi pada tatanan budaya, ekonomi, dan sosial.

Rancangan arsitektur merupakan jawaban atas kebutuhan dan masalah keruangan yang tetap berakar pada komunikasi dan ekspresi artistik. Ruang, bangunan, dan lanskap dirancang tidak hanya untuk memenuhi kepentingan fungsional melainkan juga untuk membentuk citra dan

mengomunikasikan gagasan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada identitas budaya suatu tempat. Rancangan arsitektur harus secara kreatif mengatasi tantangan yang kompleks seperti kendala lokasi, masalah lingkungan, dan kebutuhan masyarakat penggunanya.

b. Kolaborasi dengan Disiplin Kreatif Lain

Arsitektur beririsan dengan industri kreatif lainnya seperti perencanaan kota, desain interior, arsitektur lanskap, desain produk, dan desain grafis. Bidang-bidang ini bekerja sama untuk membentuk lingkungan yang kohesif dan produktif. Kolaborasi juga sering dilakukan dengan seniman, pematung, dan ahli media digital untuk mengintegrasikan seni publik, instalasi, dan teknologi interaktif ke dalam proyek-proyek arsitektur.

c. Kontribusi Komersial dan Ekonomi

Arsitektur berkontribusi pada pengembangan ekonomi dengan mendorong kegiatan di sektor properti dan konstruksi. Proyek-proyek besar, dari pengembangan kota hingga pembangunan fasilitas komersial maupun fasilitas hunian akan menghasilkan nilai komersial dan *multiplier effect* yang signifikan. Kegiatan dalam bidang arsitektur juga mendukung jaringan industri, termasuk bahan bangunan, layanan teknis dan tenaga kerja terampil, yang menciptakan efek riak dalam pertumbuhan ekonomi.

d. Inovasi dan Teknologi

Arsitektur adalah ranah dinamis yang merangkul teknologi, material, dan metode konstruksi baru. Hal-hal seperti integrasi desain berkelanjutan, bangunan pintar, maupun arsitektur hijau misalnya, mencerminkan solusi kreatif untuk memenuhi tantangan lingkungan hidup.

Alat-alat digital seperti BIM (Building Information Modeling), Virtual Reality (VR), dan AI (Artificial Intelligence) merevolusi desain dan kolaborasi arsitektur serta membuka peluang baru untuk kreativitas.

e. Kemampuan Menarasikan Informasi

Arsitektur dapat mengomunikasikan gagasan atau cerita melalui ruang dan bentuk serta menciptakan dialog antara bangunan dan penggunanya. Dari monumen bersejarah hingga gedung pencakar langit modern, arsitektur mencerminkan nilai-nilai sosial, kemajuan teknologi, dan pergeseran budaya. Dalam proses produksi arsitektur, arsitek bekerja sama dengan klien dan komunitas untuk menggali serta merefleksikan identitas dan nilai-nilai masyarakat dalam produk desain.

f. Dampak Budaya dan Sosial

- 1) **Simbol Budaya:** Karya arsitektur sering kali menjadi tengara (*landmark*) atau simbol ikonik suatu wilayah yang berkontribusi pada pembentukan atau perkuatan identitas kultural warga dan wilayah bersangkutan. Simbol ikonik ini juga berperan penting dalam pemasaran pariwisata;
- 2) **Perubahan Sosial:** Arsitektur dapat mempengaruhi perilaku sosial dan mendorong keterlibatan masyarakat. Karya arsitektur, baik ruang publik seperti taman, pusat komunitas, dan fasilitas komersial maupun lingkungan yang lebih privat seperti permukiman, secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi interaksi sosial dan kualitas hidup penggunanya.

2. Rantai Nilai Subsektor Arsitektur

Rantai nilai arsitektur mengintegrasikan desain kreatif dengan keahlian teknis dan pertimbangan komersial, menambah nilai pada setiap tahap mulai dari konsep hingga penyelesaian akhir.

Dalam konteks arsitektur sebagai industri kreatif, rantai nilai mengacu pada serangkaian aktivitas, proses, dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses penciptaan nilai, sejak dari konsep awal bangunan atau ruang hingga penyelesaian akhir dan penggunaan yang berkelanjutan. Rantai nilai arsitektur mencakup berbagai tahap yang menggabungkan masukan

kreatif, teknis, dan bisnis untuk menghasilkan produk akhir yang memenuhi kebutuhan guna dan citra. Berikut ini adalah rincian rantai nilai dalam arsitektur.

a. Riset dan Pengembangan Konsep

- 1) **Identifikasi:** Rantai nilai dimulai ketika klien (person, komunitas, atau organisasi) bersama arsitek mengidentifikasi kebutuhan akan bangunan, ruang, atau kawasan yang hendak dirancang. Klien memberikan pengarahan awal untuk menguraikan tujuan, anggaran, dan visi mereka bagi proyek tersebut;
- 2) **Analisis Lokasi:** Arsitek melakukan analisis lokasi, mempelajari kondisi lingkungan, peraturan hukum, dan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini menginformasikan keputusan desain awal, memastikan bahwa proyek bersangkutan layak dan peka terhadap konteks;
- 3) **Desain Konseptual:** Pada titik ini arsitek mengeksplorasi gagasan awal desain dan mengusulkan model konseptual. Fase ini sering kali melibatkan eksplorasi kreatif bentuk, material, dan tata letak berdasarkan kebutuhan klien dan konteks lingkungan.

b. Pengembangan Desain

- 1) **Desain Awal:** Arsitek menghasilkan desain awal seperti sketsa, model 3D, dan *rendering*, yang mencerminkan konsep dan gagasan awal. Desain-desain ini ditelaah bersama klien untuk mendapatkan umpan balik.
- 2) **Kolaborasi dengan Disiplin Ilmu Lain:** Selama pengembangan desain, arsitek berkolaborasi dengan ahli struktur, ahli mekanikal dan elektikal, desainer lanskap, dan desainer interior. Keahlian kolektif mereka memastikan proyek bersangkutan memiliki struktur yang baik, fungsional, dan kohesif secara estetika.

- 3) **Keberlanjutan dan Teknologi:** Nilai ditambahkan melalui strategi desain yang berkelanjutan (misalnya, efisiensi energi, pendinginan pasif) dan teknologi mutakhir (misalnya, fitur bangunan pintar, integrasi BIM).

c. Perencanaan dan Persetujuan

- 1) **Desain Terinci:** Arsitek membuat gambar rancangan rinci (*Detail Engineering Design*), spesifikasi teknis, dan pemilihan material. Dokumen ini sangat penting untuk mendapatkan izin dan persetujuan yang diperlukan dari pihak berwenang setempat.
- 2) **Perizinan:** Menavigasi undang-undang zonasi, kode bangunan, peraturan lingkungan, dan pertimbangan cagar budaya merupakan bagian penting dari rantai nilai ini. Memastikan kepatuhan terhadap norma hukum dan norma sosial-budaya ini berarti memastikan keselamatan dan keberlanjutan serta menghindari penundaan yang merugikan.

d. Pengadaan dan Konstruksi

- 1) **Kontrak dan Pengadaan:** Setelah desain disetujui, proyek memasuki tahap pengadaan. Ini melibatkan pemilihan kontraktor, pemasok, dan tim konstruksi yang akan melaksanakan proyek. Arsitek dapat membantu dalam proses seleksi dan memastikan bahwa tim yang dipilih sesuai dengan visi kreatif dan standar kualitas proyek.
- 2) **Manajemen Konstruksi:** Arsitek memainkan peran pengawasan selama konstruksi untuk memastikan bahwa proyek dibangun sesuai dengan spesifikasi desain. Koordinasi yang erat dengan kontraktor dan kunjungan ke lokasi yang sering dilakukan akan menambah nilai dengan menjaga integritas desain dan memastikan kontrol kualitas.

- 3) **Pengadaan Material:** Memilih material berkualitas tinggi, berkelanjutan, atau bersumber dari dalam negeri dapat meningkatkan nilai lingkungan dan ekonomi proyek.

e. Serah Terima Proyek dan Layanan Pasca Konstruksi

- 1) **Inspeksi dan Serah Terima Akhir:** Setelah konstruksi, arsitek melakukan inspeksi untuk memastikan proyek telah selesai sesuai standar yang diinginkan. Ini adalah langkah jaminan kualitas yang penting dalam rantai nilai.
- 2) **Desain Interior dan Penyesuaian:** Dalam banyak kasus, arsitek juga dapat mengawasi desain interior dan memastikan bahwa fungsionalitas dan estetika interior sesuai dengan visi proyek secara keseluruhan.
- 3) **Pelatihan dan Dukungan Klien:** Memberikan panduan kepada klien tentang cara penggunaan fitur-fitur bangunan, terutama jika melibatkan teknologi pintar atau sistem yang berkelanjutan, merupakan cara lain untuk menambah nilai setelah proyek selesai.

f. Evaluasi dan Pemeliharaan Pascahuni

- 1) **Evaluasi Pascahuni:** Langkah ini melibatkan pengumpulan umpan balik dari pengguna atau penghuni gedung untuk memahami seberapa baik gedung tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Penyesuaian atau perbaikan untuk meningkatkan nilai jangka panjang dapat dilakukan berdasarkan umpan balik ini.
- 2) **Pemeliharaan dan Manajemen Bangunan:** Firma arsitektur juga dapat menyediakan layanan terkait pemeliharaan bangunan guna memastikan umur panjang dan fungsionalitasnya. Fase ini juga dapat mencakup perkuatan atau peningkatan bangunan untuk memenuhi standar dan teknologi yang terus berkembang (misalnya, peningkatan efisiensi energi).

g. Dampak Sosial dan Budaya

- 1) **Kontribusi terhadap Ciptaruang:** Dengan menciptakan bangunan ikonik atau ruang publik yang baik, arsitektur berkontribusi pada identitas suatu tempat, meningkatkan nilai budaya, sosial, dan ekonominya.
- 2) **Nilai properti:** Bangunan yang dirancang dengan baik dapat secara signifikan meningkatkan nilai properti di daerah sekitarnya yang akan memberi keuntungan kepada pengembang, bisnis lokal, dan masyarakat luas.

h. Komunikasi Pemasaran

- 1) **Membangun Merek:** Arsitek, terutama firma terkemuka, menambah nilai dengan membangun merek. Portofolio menjadi bagian dari rantai nilai yang memungkinkan firma arsitek mendapatkan proyek-proyek di masa depan dan memberikan kontribusi pada dialog budaya di seputar arsitektur.
- 2) **Hubungan Masyarakat dan Eksposur Media:** Menampilkan proyek yang telah selesai melalui media, pameran, dan penghargaan arsitektur dapat meningkatkan visibilitas dan prestise bangunan yang pada gilirannya akan berkontribusi pada nilai budaya serta nilai ekonominya.

3. Komponen Utama Ekosistem Subsektor Arsitektur

a. Pendidikan Kreatif

- 1) **Sekolah Arsitektur dan Desain:** Universitas dan sekolah desain berperan penting dalam melatih para arsitek, tidak hanya membekali dengan keterampilan teknis melainkan juga menumbuhkan kreativitas dan pemikiran kritis.
- 2) **Pengembangan Profesional Berkelanjutan:** Di luar pendidikan formal, ekosistem kreatif memberikan kesempatan untuk

pembelajaran berkelanjutan, seperti lokakarya, konferensi, dan sertifikasi. Arsitek harus selalu mencermati perkembangan teknologi, praktik desain berkelanjutan, dan tren-tren desain kekinian.

b. Jaringan dan Komunitas Kolaboratif

- 1) **Kolaborasi Lintas Disiplin:** Arsitektur beroperasi dalam irisan berbagai bidang kreatif. Ekosistem industri kreatif ini harus mendukung kolaborasi antara arsitek dan profesional dari disiplin ilmu lain seperti perencana kota, insinyur, desainer interior, seniman, arsitek lanskap, dan kreator media digital. Penyerbukan silang ide dan keterampilan ini sangat penting untuk desain yang inovatif.
- 2) **Asosiasi dan Jaringan Profesional:** Organisasi seperti Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), Ikatan Ahli Perencanaan (IAP) menetapkan standar etika, mempromosikan praktik terbaik, dan menyediakan platform untuk pertukaran wacana.

c. Akses ke Modal dan Pendanaan

- 1) **Hibah dan Subsidi Pemerintah:** Dukungan sektor publik melalui hibah, subsidi, dan kompetisi membantu mendorong kreativitas dalam arsitektur, terutama untuk proyek-proyek yang berdampak sosial dan penelitian dalam desain berkelanjutan maupun teknologi inovatif seperti bangunan hijau dan sebagainya.
- 2) **Investor Swasta dan Perusahaan Pengembang:** Pengembang *real estate*, investor swasta, dan pemodal ventura dapat mendanai proyek-proyek arsitektur. Pendukung keuangan ini sangat penting untuk proyek-proyek berskala besar yang membutuhkan sumberdaya yang signifikan.
- 3) **Institusi Kultural:** Yayasan yang bergerak di bidang edukasi dan budaya (seperti museum, galeri, perpustakaan dan sejenisnya)

lazim memberikan penugasan perancangan karya arsitektur, mengadakan sayembara desain, pameran, atau proyek eksperimental, yang berkontribusi pada ekonomi budaya.

d. Kebijakan dan Peraturan Pemerintah

- 1) **Perencanaan Kota dan Daerah:** Arsitektur membutuhkan lingkungan peraturan yang mendukung kebebasan berkreasi sekaligus menyeimbangkan prioritas sosial, lingkungan, dan ekonomi. Pemerintah memainkan peran penting melalui kebijakan perencanaan kota, peraturan zonasi, dan peraturan keberlanjutan (*sustainability*) yang mendorong inovasi arsitektur.
- 2) **Kode dan Izin Bangunan:** Ekosistem yang berfungsi dengan baik memastikan bahwa kerangka kerja peraturan, seperti kode bangunan dan standar lingkungan, kondusif untuk proyek arsitektur kreatif tanpa menghambat inovasi.
- 3) **Kebijakan Kultural:** Pemerintah dapat memupuk kreativitas arsitektur melalui strategi budaya yang mendorong pelestarian warisan budaya, pengembangan ruang publik, serta penggabungan seni dan arsitektur ke dalam perencanaan kota.

e. Keterlibatan Masyarakat

- 1) **Kesadaran dan Apresiasi Publik:** Ekosistem kreatif yang berkembang membutuhkan keterlibatan publik yang menghargai peran arsitektur dalam membentuk budaya dalam masyarakat. Liputan media, kuliah umum, pameran desain, dan wisata arsitektur membantu meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap inovasi arsitektur.
- 2) **Warisan dan Identitas Budaya:** Arsitektur berkontribusi pada identitas budaya kota dan masyarakat. Ekosistem yang menghormati dan menghargai warisan budaya mendorong para

arsitek untuk menyeimbangkan desain modern dengan pelestarian situs bersejarah.

- 3) **Permintaan Konsumen dan Klien:** Pengembang, perusahaan, dan klien perorangan yang menghargai estetika desain, keberlanjutan, dan inovasi mendorong permintaan akan solusi arsitektur yang kreatif. Ekosistem ini mendukung munculnya klien yang melihat arsitektur tidak hanya sebagai kebutuhan fungsional tetapi juga sebagai investasi artistik dan budaya.

f. Infrastruktur Teknologi dan Inovasi

- 1) **Alat Bantu Desain Digital:** Akses ke teknologi mutakhir, seperti Building Information Modeling (BIM), Computer-Aided Design (CAD), Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), dan perangkat lunak desain berbasis AI, sangat penting bagi para arsitek untuk mengeksplorasi kemungkinan desain baru dan mengoptimalkan efisiensi dalam proses bisnis sehari-hari.
- 2) **Material Berkelanjutan:** Inovasi dalam material, seperti material terbarukan dan ramah lingkungan memungkinkan arsitek untuk menjelajahi dan mengembangkan aspek-aspek bangunan berkelanjutan,
- 3) **Penelitian dan Pengembangan:** Kolaborasi antara institusi akademis, pusat penelitian dan pengembangan, serta firma arsitektur akan mendorong inovasi dalam penggunaan material baru, teknik konstruksi, dan solusi perkotaan (misalnya, bangunan modular atau desain tanpa karbon).

g. Lembaga Budaya dan Ruang Publik

- 1) **Museum dan Galeri:** Institusi budaya menyediakan ruang untuk pameran arsitektur, kompetisi, dan dialog. Acara seperti pameran atau festival arsitektur berperan penting dalam menampilkan kreativitas arsitektur dan memfasilitasi pertukaran lintas budaya.

- 2) **Seni dan Instalasi Publik:** Integrasi arsitektur dengan proyek seni publik dapat meningkatkan tatanan kultural kota. Kolaborasi antara arsitek, seniman, dan pemerintah kota dalam instalasi publik mendorong kreativitas dalam desain ruang kota.

h. Media dan Komunikasi

- 1) **Jurnalisme dan Kritik Arsitektur:** Arsitektur membutuhkan platform untuk mendiskusikan dan berbagi gagasan. Media *online* dan *offline* berperan penting dalam mempromosikan wacana arsitektur dan berbagai inovasi.
- 2) **Platform Digital dan Media Sosial:** Media digital telah memperkuat jangkauan proyek-proyek arsitektur, memungkinkan para arsitek untuk memamerkan karya mereka kepada khalayak global. Platform seperti Instagram, Behance, dan ArchDaily mendemokratisasi akses ke konten arsitektur dan memberikan keterlibatan langsung dengan klien dan kolaborator potensial.
- 3) **Penghargaan arsitektur:** Kompetisi dan penghargaan (seperti Aga Khan Award for Architecture) mengangkat profil proyek-proyek inovatif dan berdampak, yang juga berkontribusi pada reputasi arsitek bersangkutan serta meningkatkan lalu-lintas gagasan, kritik dan perdebatan dalam masyarakat.

B. Ekosistem Subsektor Arsitektur di Kabupaten Cilacap

Bagian berikut berisi daftar pelaku subsektor arsitektur di Kabupaten Cilacap, khususnya dalam bidang konstruksi. Dalam konteks ekonomi kreatif subsektor arsitektur, pekerjaan konstruksi merupakan proses transformasi konsep dan desain menjadi struktur fisik. Proses ini melibatkan upaya terkoordinasi dari berbagai profesional (seperti arsitek, insinyur, kontraktor, dan pekerja terampil lainnya) yang bekerja sama untuk mendirikan bangunan, infrastruktur, dan/atau elemen ruang kota.

Konstruksi adalah realisasi praktis dari visi arsitektur, yang menghasilkan struktur atau ruang yang fungsional, awet, dan berterima secara estetika untuk melayani kebutuhan pengguna secara spesifik. Hasil pekerjaan konstruksi berupa struktur fisik berikut.

- a) **Bangunan gedung:** hunian, bangunan komersial (kantor, toko, *shopping mall*, rumah makan, dan sebagainya) serta bangunan umum lain (perpustakaan, sekolah, rumah sakit, gedung olahraga, dan sebagainya)
- b) **Infrastruktur:** Jembatan, terowongan, jalan raya, bandara, rel kereta api, bendungan, bangunan air, dan sebagainya.
- c) **Elemen Perkotaan:** Taman kota, alun-alun, jejalur pejalan kaki, perabot jalan (*street furniture*), dan sebagainya.

Di Kabupaten Cilacap terdapat 1192 perusahaan konstruksi. Ditinjau dari kualifikasi usahanya, mayoritas perusahaan tersebut merupakan perusahaan berkualifikasi Usaha Kecil, yakni sebanyak 984 perusahaan atau setara dengan 82,5% dari keseluruhan perusahaan konstruksi di kabupaten ini. Sementara perusahaan konstruksi dengan kualifikasi Usaha Menengah sebanyak 12,2% atau 145 perusahaan. Hanya terdapat satu perusahaan konstruksi berkualifikasi Usaha Besar, yakni PT. Melista Karya (yang beralamat di Jl. DI Panjaitan No 47 A, Donan, Kecamatan Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap 53222). Gambar berikut menunjukkan banyaknya perusahaan konstruksi di Kabupaten Cilacap seturut kualifikasi masing-masing.

Gambar 2.27

Banyaknya Perusahaan Konstruksi menurut Kualifikasi Usaha



Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia 2023, Direktori Perusahaan Konstruksi (data diolah)

Kualifikasi tersebut mengacu kepada Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 mengenai Penggolongan Kualifikasi Usaha Jasa Pelaksana Konstruksi.

Tabel 2.14
Kualifikasi Perusahaan Konstruksi

Kualifikasi	Kemampuan Keuangan	Penjualan Tahunan	Tenaga Ahli	Peralatan
Kecil	Minimal 300 Juta	Sampai dengan 2,5 Milyar	Satu orang PJTBU dengan SKK minimal jenjang 6, Satu orang PJSKBU dengan SKK minimal jenjang 5. PJBUD dapat merangkap sebagai PJTBU	1 per Sub-klasifikasi
Menengah	Minimal 2 Milyar	Minimal 2,5 Milyar	Satu orang PJTBU dengan SKK minimal jenjang 7, Satu orang PJSKBU dengan SKK minimal jenjang 6.	2 per Sub-klasifikasi
Besar (Nasional)	Minimal 25 Milyar	Minimal 50 Milyar	Satu orang PJTBU dengan SKK minimal jenjang 8, Satu orang PJSKBU dengan SKK minimal jenjang 7.	3 per Sub-klasifikasi
Besar (Asing)	Minimal 35 Milyar	Minimal 100 Milyar	Satu orang PJTBU dengan SKK minimal jenjang 9, Satu orang PJSKBU dengan SKK minimal jenjang 8.	5 per Sub-klasifikasi

Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia 2023, Direktori Perusahaan Konstruksi, diolah.

Golongan usaha tidak memiliki Sertifikasi Badan Usaha (SBU) aktif adalah perusahaan konstruksi yang tidak pernah mengajukan proses SBU ke Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU); atau sertifikasi badan usahanya dinyatakan sudah tidak berlaku lagi (kadaluwarsa) oleh LSBU.

Ditinjau dari bentuk badan usahanya, perusahaan konstruksi di Kabupaten Cilacap mayoritas berbentuk CV yaitu sebanyak 853 atau 71,56% selanjutnya merupakan PT/Persero sebanyak 333 atau 27,94%, serta koperasi dan lainnya sebesar 0,50%.

Gambar 2.28
Banyaknya Perusahaan Konstruksi menurut Kualifikasi Usaha

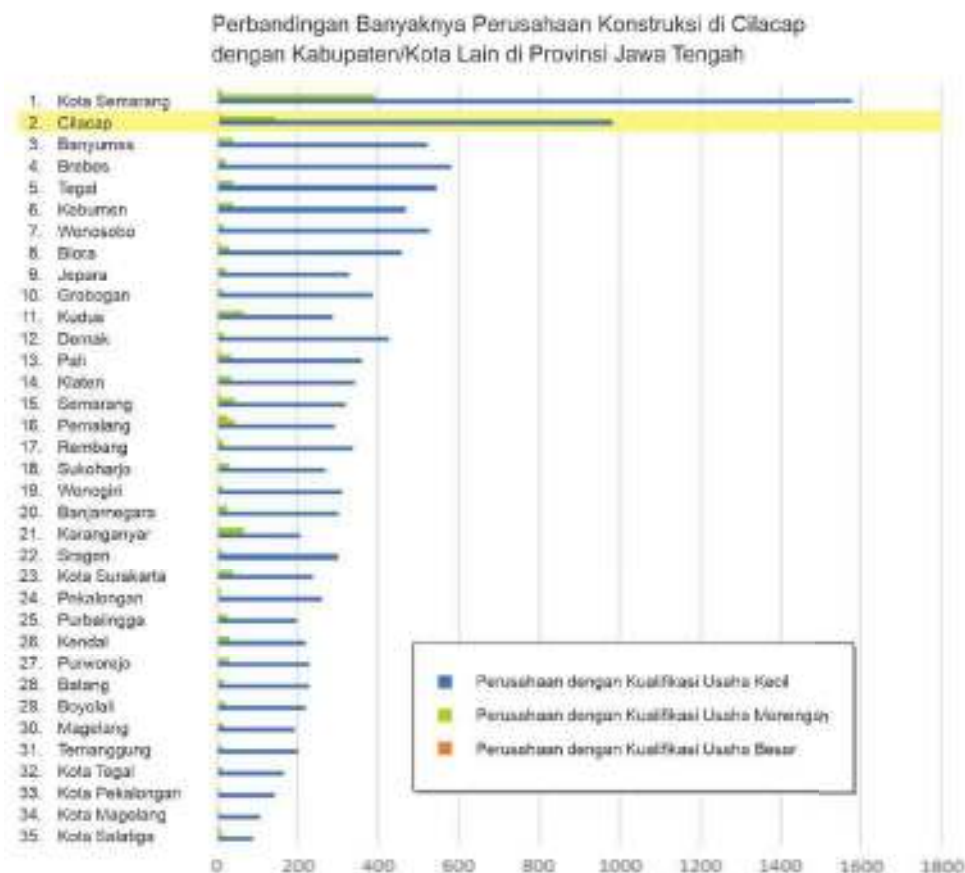


Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia 2023, Direktori Perusahaan Konstruksi (data diolah)

Jika dilihat dalam konteks Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap dengan 1192 perusahaan konstruksi menempati urutan kedua terbanyak setelah Kota Semarang yang memiliki 2278 perusahaan konstruksi.

Banyaknya perusahaan konstruksi di Cilacap dalam perbandingannya dengan 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah dapat dicermati dalam diagram berikut.

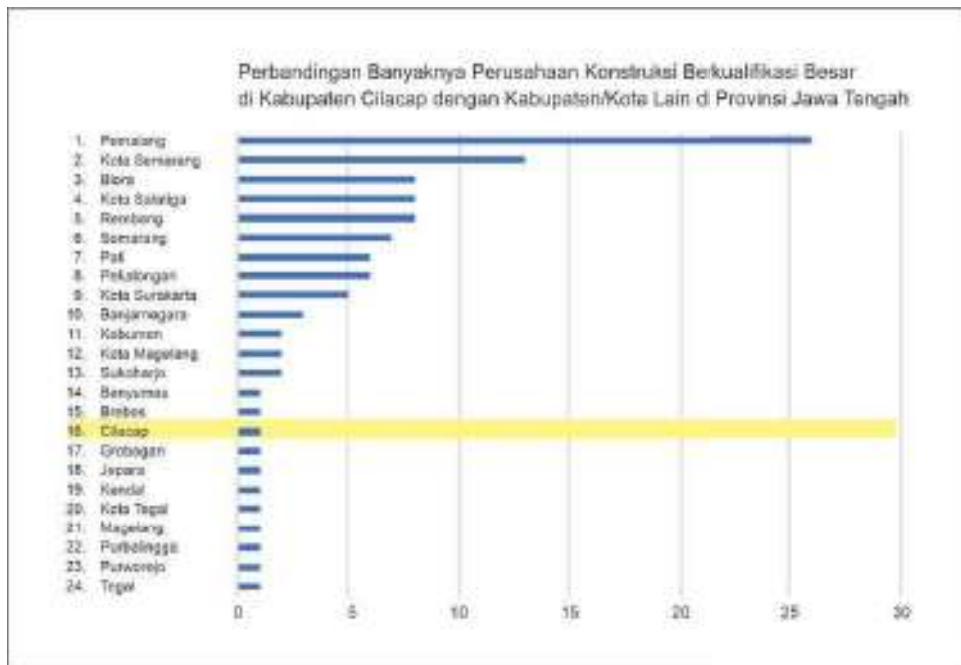
Gambar 2.29
Perbandingan Banyaknya Perusahaan Konstruksi di Cilacap dengan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah



Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia 2023, Direktori Perusahaan Konstruksi, diolah

Namun dalam hal banyaknya perusahaan berkualifikasi Usaha Besar, Kabupaten Cilacap berada di urutan ke 16 setelah Kabupaten Pemalang, Kota Semarang, Kabupaten Blora, Kota Salatiga, Kabupaten Rembang, Kabupaten Semarang, Kabupaten Pati, Kota Pekalongan, Kota Surakarta, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Kebumen, Kota Magelang, dan Kabupaten Sukoharjo. Dari 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah, hanya 24 kabupaten/kota yang memiliki perusahaan konstruksi berkualifikasi Usaha Besar. Selengkapnya mengenai jumlah perusahaan konstruksi dalam skala Usaha Besar tersebut dapat dicermati pada tabel berikut.

Gambar 2.30
Perbandingan Banyaknya Perusahaan Konstruksi Berkualifikasi Usaha Besar di Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah



Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia 2023, Direktori Perusahaan Konstruksi, diolah

Seperti disebut terdahulu, Kabupaten Cilacap hanya memiliki satu perusahaan konstruksi berkualifikasi Usaha Besar. Hal yang sama terjadi pada 11 kabupaten/kota lain yaitu Kabupaten Banyumas, Kabupaten Brebes, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Jepara, Kabupaten Kendal, Kota Tegal, Kabupaten Magelang, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Purworejo, dan Kabupaten Tegal. Sementara 11 Kabupaten lain di Provinsi Jawa Tengah sama sekali tidak memiliki perusahaan konstruksi berkualifikasi Usaha Besar.

Tabel 2.15

Daftar Perusahaan Konstruksi Skala Usaha Menengah di Kabupaten Cilacap

Nama Perusahaan	Alamat
Abhista Karya Perkasa, Pt	Jl Sirkaya No 42 Rt. 007/Rw. 007, Tambakreja, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53213
Adhiwira Nusa, Pt	Jl Jaya Wijaya Blok 10 No 336 Rt. 003/Rw. 003, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, 53223
Adi Bima Pratama, Pt	Jl Donan Hilir No 121 Rt. 006/Rw. 006, Gumilir, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Ageng Serang, Pt	Jl Sirsidah No 69, Tritih Kulon, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Akmal Nelyda Jaya, Cv	Jl Kemerdekaan Timur Rt. 001/Rw. 007, Kesugihan Kidul, Kec. Kesugihan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53274
Alfendo, Pt	Jl Tidar No 13 Rt. 001/Rw. 001, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53223
Alvin Teknik Perdana, Pt	Jl Jawa No 26 A, Gunungsimping, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap
Ampera Karyatama, Pt	Jl Laks. Re. Martadinata No 150, Tambakreja, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53213
Anael Putra Perdana, Pt	Jl Sengon No 56 A, Tritih Kulon, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Aneka Sidomas, Pt	Jl Kol. Sugiono No 70 Rt. 002/Rw. 002, Cilacap, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53211
Anugrah Jaya ElektriKA, Pt	Dsn Limbangan Rt. 002/Rw. 002, Limbangan, Kec. Wanareja, Kab. Cilacap, Kode Pos 53265
Arumbia Cilacap, Pt	Perum Gumilir Indah Jl Cemara 7 No 17, Rt. 002/Rw. 002, Kebonmanis, Cilacap Utara, Cilacap, 53235
Bahari Samudra Indonesia, Pt	Jl Kauman Rt. 005/Rw. 005, Tegalrejo, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53214
Bancar Karana, Pt	Jl Pasar Paing No 17 Rt. 004/Rw. 004, Klapagada, Kec. Maos, Kab. Cilacap, Kode Pos 53272
Bangun Arta Sejati, Pt	Jl Cileumeuh Rt. 003/Rw. 003, Rejodadi, Kec. Cimanggu, Kab. Cilacap
Bangun Griya Sejati, Pt	Jl Rinjani Rt. 001/Rw. 001, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53223
Bayu Aji Yasabrata, Pt	Jl Jend Gatot Subroto No 21 Rt.002/Rw. 002, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, 53223
Bayu Murti Yasa, Pt	Jl Kendeng No 141 B, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap
Benisindo Pratama, Pt	Jl Juanda No 28 A Rt. 001/Rw. 001, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53235

Nama Perusahaan	Alamat
Bhina Hasta, Pt	Jl Pemintalan No 43, Tambakreja, Kec.Cilacap Selatan, Kab. Cilacap
Bhina Oesaha Sejati, Pt	Jl Suprpto No 1a Rt. 006/Rw. 006, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap
Bina Usaha Putra Sentosa, Pt	Jl Ketapang No 146 Rt. 003/Rw. 003, Gumilir, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Binatama Jaya, Pt	Perum Gumilir Indah Jl Cemara 4 No 158, Rt. 002/Rw. 002, Kebonmanis, Cilacap Utara, Cilacap, 53235
Bumi Intan Bercahaya, Pt	Jl Dr Cipto No 18 Rt. 003/Rw. 003, Kec.Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53235
Cahaya Agung Barokah, Pt	Dsn Suren Rt. 003/Rw. 003, Tambakreja, Kec. Kedungreja, Kab. Cilacap, Kode Pos 53263
Cahaya Hafis Contruction, Pt	Jl Kauman No4 Rt. 004/Rw. 004, Adipala, Kec. Adipala, Kab. Cilacap, Kode Pos 53271
Cahaya Perkasa Prima, Pt	Jl Mt Haryono Kawasan Industri, Lomanis, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53221
Cahaya Purnama Karya, Pt	Jl Setia Budi Rt. 001/Rw. 001, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53235
Cahaya Satria Bangun Makmur, Pt	Jl Lombok Rt. 004/Rw. 004, Gunungsimping, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53224
Cahaya Sempurna Sejati, Pt	Jl Cerme No 70 Rt. 003/Rw. 003, Gumilir, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53231
Cahaya Turangga Sakti, Pt	Jl Mt Haryono No 79b Rt. 003/Rw. 018, Donan, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53213
Cemerlang Sejahtera Utama, Pt	Jl Tentara Pelajar No 195, Gumilir, Kec Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Cipta Sarana Jaya Abadi, Pt	Jl Galunggung No 9a Rt. 004/Rw. 010, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53223
Citra Dasa Bina Manunggal,	Jl Di Panjaitan No 84b Rt. 007/Rw. 007, Tegalrejo, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53213
Dasa Permana Mandiri, Pt	Perum Rinenggo Asri Blok A5 No 47, Gumilir, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap
Devi Dikadicky, Pt	Perum Kalidonan, Jl Simpang Donan Blok B No 131 Rt. 002/Rw. 002, Cilacap Utara, Cilacap, 53231
Dua Lima Sejahtera, Pt	Jl Klepu Rt. 002/Rw. 002, Tritih Kulon, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53233
Duta Sukma Raharja, Pt	Jl Jend Sudirman No 118 Rt. 001/Rw. 001, Donan, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53222
Dwi Laksana Mukti, Pt	Jl Mt. Haryono No 15 Rt. 004/Rw. 004, Lomanis, Cilacap Tengah, Cilacap, Kode Pos 53221
Dwi Sejati, Pt	Jl Cerme No 68 Rt. 004/Rw. 013, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53212
Elsamba Karya, Pt	Jl Singaloora No 1 Rt. 005/Rw. 005, Cilacap, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53211

Nama Perusahaan	Alamat
Eptco, Pt	Jl Dr Sutomo No 19 B Rt. 004/Rw. 004, Gunungsimping, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, 53224
Eshan Prima Energi, Pt	Jl Laban Ruko No 10 Rt. 001/Rw. 007, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53235
Estu Maju, Pt	Jl Laban Komp Ruko Rt. 001/Rw. 001, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos
Fajar Mas Murni, Pt	Jl Setia Budi Rt. 005/Rw. 005, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53235
Fatkoyasa Sejahtera, Pt	Jl Tentara Pelajar Rt. 001/Rw. 001, Tritih Kulon, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53233
Fuding Mandiri Sejahtera, Pt	Jl Sengon Rt. 001/Rw. 004, Tritih Kulon, Kec. Cilacap Utara, Kab. Cilacap, Kode Pos 53233
Garadika Sejati, Pt	Perum Taman Patra Indah Blok E/01 Rt.005/Rw. 005, Sidanegara, Cilacap Tengah, Cilacap, 53223
Gies Mulya Energi, Pt	Jl Kasuari No 4 Rt. 007/Rw. 007, Tegalrejo, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Kode Pos 53211
Gilar Jaya, Pt	Jl Putra 2 No 15 Rt. 006/Rw. 006, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap
Gumarang, Pt	Jl Kalidonan No 86 Rt. 002/Rw. 021, Donan, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap, Kode Pos 53222
Gunung Jati Jaya Sakti, Pt	Jl Tidar No 42a, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap

Sumber: Data Dinas PUPR, Kabupaten Cilacap

2.7.3. Subsektor Kerajinan (Seni Kriya)

A. Gambaran Umum Industri Kriya di Kabupaten Cilacap

Menurut Departemen Perdagangan (2009) subsektor industri kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin, berawal dari proses desain sampai dengan proses penyelesaian produknya, meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat dan kapur.

Berdasarkan hasil simposium nasional UNESCO/ITC (1997), subsektor industri kerajinan adalah industri yang menghasilkan produk-produk, baik

secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, peralatan mekanik, mungkin juga digunakan sepanjang kontribusi para perajin tetap lebih substansial pada komponen produk akhir. Produk kerajinan tersebut terbuat dari bahan baku dalam jumlah yang tidak terbatas, berupa produk kegunaan, estetika, artistik, kreatif, pelestarian budaya, dekoratif, fungsional, tradisional, religius dan simbol-simbol sosial.

Profil subsektor kriya (*crafts*) di Kabupaten Cilacap berdasarkan data Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) meliputi beberapa jenis usaha berskala UMKM, diantaranya adalah:

- a. Industri pengolahan kayu, termasuk di dalamnya kerajinan kayu, ukir kayu, pembuatan furnitur, pengolahan kayu untuk bahan bangunan, hingga pembuatan peti kemas kayu,
- b. Industri sebetret (serat sabut kelapa berkaret),
- c. Industri kerajinan batik,
- d. Industri kerajinan berbahan utama cangkang kerang laut dan kulit hewan (biawak, ular, dan lain-lain) untuk pembuatan produk *home décor*,
- e. Industri kerajinan tas
- f. Industri kerajinan berbahan utama bambu,
- g. Industri pengolahan aksesoris (perhiasan imitasi, bros, gelang manik-manik,);

B. Profil Sejumlah Industri Kriya Unggul

1. Industri Kayu Olahan

Dari ketujuh kelompok jenis industri berbasis kriya (*crafts*) nilai omset tertinggi dapat mencapai angka 1,4 milyar rupiah/tahun diraih oleh industri kayu olahan dan usaha pembuatan peti kemas kayu (palet). Industri kayu olahan milik ibu Hj. Siti Hatidjah yang beralamatkan di Jl. Raya Desa Madura, Kecamatan Wanareja, Kabupaten Cilacap ini mampu mencapai omset hingga Rp. 1.489.400.000,00/tahun. Sedangkan usaha pembuatan

peti kemas kayu (palet) Alam Sejati Karya milik Bapak Carsam, SE yang beralamatkan di Desa Tambaksari, Kecamatan Wanareja, Kabupaten Cilacap mampu meraih omset hingga Rp. 1.404.780.000,00/tahun.

Sementara itu seni patung kayu marak di Desa Cipari, Kabupaten Cilacap. Sebagaimana termuat dalam laman situs desa (<https://cipari.desa.id/>) warga Desa Cipari menguasai teknik ukir kayu secara turun temurun dan mampu menghasilkan patung-patung bernilai karya seni yang sering menjadi pilihan sebagai hiasan interior rumah, baik di dalam negeri maupun luar negeri

2. Industri Serat Sabut Kelapa Berkaret (Sebutret)

Industri serat sabut kelapa berkaret (sebutret) dari CV. Sebutret Indonesia yang beralamatkan di Dusun Tambleg RT 02 RW 05 Desa Tambaksari, Kecamatan Wanareja, Kabupaten Cilacap mampu meraih penjualan senilai Rp. 710.000.000,00 (Tahun 2020) dan terus meningkat sampai saat ini. Potensi dari serat sabut kelapa (*mattress fibre atau coir fibre*) dapat digunakan dalam berbagai fungsi, antara lain:

- a) penahan panas pada industri pesawat terbang;
- b) bahan pengisi jok atau bantalan kursi pada industri mobil;
- c) bahan geotekstil untuk perbaikan tanah pada bendungan;
- d) bahan *cocosheet* sebagai pengganti busa pada industri *spring bed*;
- e) bahan untuk membuat berbagai kebutuhan rumah tangga seperti tali atau tambang, sapu, sikat, keset, pot bunga, gantungan bunga, isolator, karpet, gumpalan benang ikat, filter air, dan bahan pewarna batik;
- f) selain itu sabut kelapa yang diolah dengan karet daur ulang mampu meredam suara;
- g) dalam pengaspalan yang digunakan sebagai bahan pencampur dapat meningkatkan stabilitas dan ketahanan struktur jalan.

Dari beragam fungsi kegunaan hasil olahan limbah kelapa, industri kriya dari serat sabut kelapa berkaret ini memiliki potensi untuk menjadi salah satu ikon produk ekonomi kreatif unggulan di Kabupaten Cilacap.

3. Industri Kerajinan Batik

Sentra kriya batik di Kabupaten Cilacap tersebar di Kecamatan Maos, Kecamatan Nusawungu, Kecamatan Binangun, dan Kecamatan Kroya. Batik klasik Cilacap cenderung memiliki motif yang kompleks. Sementara batik yang lebih belakangan memiliki motif relatif lebih sederhana, dipengaruhi oleh semangat egaliter dalam bangunan kehidupan agraris.

a. Batik Maos

Batik Maos berkembang di sekitar Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap. Sebagian popularitas batik ini dikaitkan dengan motif khas berupa simbol peperangan dari khasanah cerita Perang Jawa. Namun, seperti motif Batik dari lokalitas lain di Jawa, batik Maos pada dasarnya terinspirasi oleh flora dan fauna serta kehidupan yang ada di lingkungan sekitarnya. Memiliki ciri khas pada pewarnaannya yang menggunakan warna-warna terang dan pembubuhan motif yang ditata secara bertumpuk, batik Maos mendapat pengaruh dari batik pedalaman yang umumnya menggunakan warna sogi, putih, dan biru tua kehitaman, serta pengaruh batik pesisiran dengan warna polikromatik (berwarna-warni).

Sejarah lokal menempatkan Batik Maos dalam kaitan dengan batik Surakarta, yang konon diperkenalkan pada abad 18 oleh para pembesar Kraton Surakarta dalam kunjungan mereka ke daerah Maos. Batik Maos pernah mengalami masa kejayaan pada sekitar tahun 1960-1980 namun berangsur-angsur tenggelam dalam persaingan dengan batik dari Pekalongan, Yogyakarta, dan Solo. Pada tahun 2007 usaha batik Maos dibangkitkan kembali oleh perusahaan Batik Maos Rajasamas yang saat ini telah menembus pasar ekspor.

1) Motif/Ragam Hias

Motif atau ragam hias yang dikembangkan meliputi motif khas pesisir selatan Jawa Tengah seperti Rujak Senthe, motif Kembang Ambring, motif Ladrang Manis, motif Cebong Kumpul atau Cuplik Pring, motif tanaman Lar Buntal, Blarak Sineret, dan Tirto Tejo Ceplok Wijayakusuma.

2) Teknik

Seperti industri batik pada umumnya, produksi batik Maos menggunakan teknik batik tulis, teknik batik cap dan teknik batik *printing*. Teknik produksi batik tulis tetap menggunakan cara tradisional sebagai upaya untuk menjaga kualitas dan tradisi.

3) Organisasi/ Pelaku Industri Utama

Batik Maos saat ini dikelola oleh dua kelompok usaha wanita yaitu

- Batik Rajasamas di desa Maos Lor yang diketuai Ny.Euis Rohaini
- Batik Kencana di desa Maos Kidul yang diketuai Ny Maryo.

b. Batik Kutawaru

Batik Kutawaru atau batik mangrove sebenarnya merupakan batik kreasi baru yang berkembang di Kelurahan Kutawaru, Kecamatan Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap. Batik ini menjadi fenomena visual yang menarik karena tampilan motif atau ornamennya yang unik, berbeda dari motif batik lainnya. Batik mangrove ini sering dipandang lebih dari sekadar kriya yang berkaitan dengan busana, melainkan juga sebagai media yang membawa pesan pelestarian dan kepedulian ekosistem bakau yang semakin terancam.

Perajin batik di Kabupaten Cilacap pada umumnya lazim mengangkat tema flora dan fauna lokal namun tidak banyak mengeksplorasi tema tumbuhan bakau yang memang hanya bagian kecil dari inspirasi alam tersebut. Sementara itu batik kutawaru sepenuhnya mengangkat ekosistem bakau sebagai tema sentral, dari penciptaan desain motif hingga pengembangan pewarna alam. Dengan itu, perajin batik Kutawaru berani mengklaim produk

Batik Kutawaru sebagai batik mangrove, yang diharapkan dapat memperkaya khasanah kekayaan batik Indonesia dan bisa mendorong munculnya inovasi pada industri batik di tanah air.

1) Motif/Ragam Hias

Batik Mangrove Kutawaru mengangkat tema terkait hal-hal yang berada dalam ekosistem bakau yang tidak dimiliki oleh semua daerah di Indonesia. Letak geografis Kelurahan Kutawaru yang dikelilingi oleh sungai besar dan hutan bakau itulah yang memberikan ide utama desain motif batik ini.

Sejumlah motif utama yang menjadi andalan batik Kutawaru ini antara lain sebagai berikut.

- a) **Motif Bebatuan Isen Mangrove** yang menggambarkan keunikan topografi dan lanskap Pulau Nusakambangan yang berbatu. Dalam stilisasi batuan tersebut terdapat beberapa jenis mangrove antara lain buah bakau bogem, dan buah bakau tancang.
- b) **Motif Tali Pitingan** yang mengangkat tema visual tumbuhan tali pitingan. Tumbuhan ini banyak terdapat di Kutawaru dan dapat digunakan sebagai tali yang kuat sehingga biasa dimanfaatkan para nelayan untuk mengikat kepiting.
- c) **Motif Sulur Bakau** yang menceritakan tanaman mangrove yang tegak dan berdiri sendiri sekaligus tumbuh bersama serta bergandeng satu sama lain.
- d) **Motif Daun Putut** yang memuat gabungan sejumlah tanaman dalam ekosistem bakau, antara lain daun kayu putih, kembang semanggen, serta buah bakau atau putut. Motif Daun Putut ini menggambarkan tanah Kutawaru yang memiliki kekayaan, kesuburan, dan sumber daya alam melimpah
- e) **Motif Sulur Bogem** yang memadukan visualisasi buah bakau jenis bogem dengan motif batik klasik Jawa, yakni motif kawung.
- f) **Motif Ketupat Mangrove** terinspirasi dari makanan ketupat yang biasa disajikan saat lebaran dipadu dengan beragam flora lokal

seperti kembang wijayakusuma, daun kayu putih dan kembang semanggen. Motif ini biasa diproduksi untuk menyambut perayaan Idul Fitri.

2) Teknik

Produksi batik Kutawaru juga menggunakan teknik batik tulis, teknik batik cap dan teknik batik kombinasi. Pewarnaan menggunakan pewarna alam yang dibuat dari tumbuhan bakau dan pewarna sintetis seperti indigosol dan naptol.

3) Organisasi/ Pelaku Industri Utama

Kemunculan Batik Mangrove di Kutawaru terkait dengan pelatihan yang diselenggarakan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk. bersama dengan masyarakat Kelurahan Kutawaru pada tahun 2012. Minat masyarakat Kutawaru terhadap batik ini semakin meningkat setelah diadakannya karyawisata ke produsen batik di Pekalongan. Tahun 2013 UMKM batik resmi berdiri di Kelurahan Kutawaru dengan nama Leksana Batik Jaya (LBJ).

Leksana Batik Jaya tidak hanya menonjolkan desain motif batik yang merupakan representasi dari flora dan fauna pada ekosistem bakau Kutawaru, namun juga membangun narasi filosofis pada setiap lembar kain yang dihasilkan. Batik Mangrove atau batik Kutawaru dengan demikian mampu membawakan narasi mengenai potensi lokal kepada khalayak yang lebih luas.

c. Motif Wijayakusuma

Kabupaten Cilacap memiliki motif batik khas, yaitu motif bunga Wijaya Kusuma. Motif ini juga menarasikan lokalitas Kabupaten Cilacap, mengingat Pulau Majeti di Nusakambangan, Kabupaten Cilacap, merupakan tempat yang ditumbuhi bunga Wijayakusuma. Motif batik bunga Wijayakusuma masih populer hingga saat ini dalam sintesis bentuk dengan

motif batik klasik, misalnya Ceplok Wijaya Kusuma, Kawung Wijaya Kusuma, ataupun Truntum Wijaya Kusuma.

Seperti pada umumnya, corak batik dipengaruhi oleh letak dan kondisi geografis lokal, sifat dan tata hidup lokalitas bersangkutan, serta kontak masyarakat di lokalitas tersebut dengan masyarakat dari tempat lain. Dalam kaitan ini batik Cilacap juga dikenal dengan artikulasi motif yang merepresentasikan kehidupan lokalnya antara lain biota laut, mangrove, Teluk Penyu, kembang teratai, Nusakambangan, dan Wijayakusuma. Karakteristik motif batik terdiri atas keadaan alam, tumbuh-tumbuhan, hewan, dan gambaran lingkungan sekitar.

Sejumlah usaha batik yang melestarikan sekaligus mengembangkan batik bercorak lokal antara lain tertera pada tabel berikut.

Tabel 2.16
Toko Batik Gaya Cilacap

No	Kecamatan	Toko Batik
1	Kecamatan Maos	Batik Rajasa Mas
2	Kecamatan Adipala	Batik Seloka
3	Kecamatan Kroya	Rumah Batik Noor
	Kecamatan Kroya	Batik Balasik
	Kecamatan Kroya	Batik Subama
4	Kecamatan Cilacap Tengah	Hendy's Batik
5	Kecamatan Nusawungu	Batik Sekar Waru
6	Kecamatan Cilacap Tengah	Leksana Batik Jaya
7	Kecamatan Binangun	Batik Wringin Putih
8	Kecamatan Gandrungmangu	Batik Damar Layansari

Sumber: Jurnal Kriya "Ornamen", ISI Surakarta, 2020, diolah

4. Industri Kerajinan Kulit Kerang

a. Produk

Kerajinan kulit kerang merupakan salah satu unggulan seni kriya di Kabupaten Cilacap dan telah dikenal luas di wilayah Jawa Tengah dengan produk-produknya berupa perlengkapan dan dekorasi rumah tangga maupun hotel, antara lain kap lampu hias untuk lampu duduk maupun lampu gantung, tirai, asbak, tempat tisu, pigura, berbagai produk hiasan dinding, dan dekorasi interior lainnya. Kulit kerang juga banyak dikreasikan untuk aksesoris busana, dari gelang, kalung, anting, hingga sandal, ikat pinggang, dan tas tangan.

b. Bahan Baku

Bahan baku utama kerajinan kulit kerang berasal dari limbah pengolahan kerang dan rumah siput laut. Bahan baku pendukung sebagian besar berupa kayu, logam, kaca, kaca fiber, resin serta bahan-bahan pewarna. Kulit kerang tidak selalu tersedia secara ajeg, tepat mutu dan tepat waktu di perairan Kabupaten Cilacap. Dalam kondisi bahan baku tidak tersedia secara memadai, para perajin membeli bahan baku dari daerah lain terutama Situbondo, Jawa Timur.

Perolehan bahan baku juga dibatasi oleh regulasi berupa Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 1999 tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa. Jenis-jenis kerang yang dilindungi dan karenanya dilarang untuk diambil antara lain kerang kepala kambing (*Cassia cornuta*), susur bundar (*Trochus niloticus*), kima cina (*Hippopus porcellanus*), dan ketam kepala (*Birgus latro* atau *coconut crab*).

c. Produksi dan Pendanaan

Sentra produksi kerajinan kerang berada di Kecamatan Cilacap Selatan, Kabupaten Cilacap. Dalam pengembangan kerajinan kulit kerang di Kabupaten Cilacap telah dibentuk klaster kerajinan kerang dengan anggota kelompok sebanyak lebih kurang 20 orang.

Para perajin lazimnya memiliki keterampilan yang dipelajari secara alami dari para senior yang ditularkan kepada tenaga kerja yang lebih muda. Perajin pemula biasanya mengerjakan produk kerajinan kulit kerang yang relatif sederhana seperti tirai kerang, tempat tisu, asbak dan sejumlah tipe hiasan dinding. Pekerjaan yang lebih rumit antara lain pembuatan kap lampu, dekorasi ruangan dan produk pesanan dengan desain yang rumit serta memerlukan perencanaan dan pengelolaan gagasan kreatif yang relatif kompleks.

Pada umumnya para pengrajin kerang menggunakan modal sendiri atau meminjam modal dari para perajin lain. Pemanfaatan lembaga keuangan dan perbankan belum besar tapi menunjukkan perkembangan yang relatif signifikan.

d. Inovasi dan Pemasaran

Selain produk yang telah disebut di atas, sejumlah inovasi menghasilkan produk baru seperti guci berlapis kerang, dekorasi dinding untuk gedung atau hotel, serta aksesoris untuk busana *high-end*. Produk-produk tersebut memerlukan wawasan desain yang lebih luas dan keterampilan teknik yang lebih tinggi. Kerajinan kerang di Kabupaten Cilacap semakin berkembang dan memerlukan dukungan komunitas kreatif yang lebih luas.

Produk kerajinan kerang di Kabupaten Cilacap dapat diperoleh di Kawasan Teluk Penyus, Kecamatan Cilacap Selatan. Promosi dan pemasaran dilakukan melalui gerai UKM dan pameran produk kerajinan yang diselenggarakan rutin ataupun insidental antara lain Cilacap Ekspo, Pameran Kerajinan Jawa Tengah di Semarang, UKM Ekspo di Banyumas dan Inacraft di Jakarta.

5. Industri Tas

a. Sentra

Perusahaan pembuatan beragam jenis tas yang telah memiliki reputasi baik di Kabupaten Cilacap antara lain AW Collection di Kecamatan Cilacap

Selatan dan Villa Tas di Kecamatan Nusawungu. AW Collection berpusat di Jalan Pamugaran Nomor 186 Cilacap. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2007 dengan memproduksi dan memasarkan produk-produk tas, koper serta berbagai asesorisnya yang dibuat dari kain, kulit, plastik dan bahan sintetis lainnya.

b. Bahan baku

Bahan baku pembuatan tas dan aneka asesoris berupa kain, kulit, plastik serta bahan sintetis lainnya diperoleh dari kota besar, antara lain dari Bandung, Semarang, Purwokerto dan Surabaya yang dikirimkan melalui ekspedisi angkutan barang.

c. Produk

Dari sentra industri tas Kabupaten Cilacap dihasilkan produk-produk antara lain aneka tas wanita, tas kantor, tas sekolah hingga *bag hanger*. Demikian pula produk koper dan tas besar untuk bepergian. Inovasi dilakukan dengan memproduksi bentuk-bentuk atau model baru selaras tren desain dan mode busana. Pengembangan model dan jenis produk mengikuti tren perkembangan mode di pusat-pusat mode yang dipantau melalui internet dan media sosial.

d. Proses Produksi

Proses produksi dilakukan dengan peralatan mesin jahit otomatis dan semi otomatis, alat dan mesin potong, serta alat pendukung lainnya. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi di AW Collection antara 30-40 orang dan tenaga kerja akan bertambah jika pesanan meningkat pada *peak season* yang biasanya terjadi pada saat persiapan masuk sekolah, menjelang hari raya, dan sekitar akhir tahun.

e. Pemasaran

Upaya pengembangan pasar dilakukan dengan antara lain melalui:

- Membuka gerai di sentra-sentra UKM di Cilacap dan Jawa Tengah

- Mengikuti pameran produk kerajinan kulit dan cinderamata di berbagai kota di Jawa Tengah maupun Inacraft di Jakarta
- Mengikuti pameran produk di Hongkong dan Tokyo (Jepang)
- Mengembangkan pasar melalui lokapasar (*marketplace*) secara *online*.

6. Industri Kerajinan Bambu

a. Sentra Produksi

Sentra kerajinan kriya bambu di Kabupaten Cilacap tersebar di sejumlah Kecamatan antara lain di Kecamatan Nusawungu (Desa Banjarwaru), Kecamatan Binangun, Jeruklegi (Desa Tritih, Brebeg, Sawangan) , Kroya (Desa Mujur), Kecamatan Cipari (Desa Cipari), dan Kecamatan Kedungreja (Desa Rejamulya).

Seturut data Industri Kecil dan Menengah (IKM) Dinas Ketenagakerjaan dan Perindustrian Kabupaten Cilacap 2022, terdapat 49 perajin bambu di Kecamatan Nusawungu, dan 20 perajin di Kecamatan Binangun.

b. Produk

Kriya bambu di Kabupaten Cilacap juga merupakan keterampilan turun-temurun untuk menjawab kebutuhan praktis sehari-hari akan alat-alat atau benda pakai, baik yang terkait dengan hunian seperti tikar, anyaman bambu untuk dinding dan langit-langit, serta perlengkapan rumahtangga seperti balai-balai (*ambèn*); maupun yang berfungsi sebagai wadah seperti keranjang, bakul, besek bahkan bubu untuk menangkap ikan. Dalam perkembangan selanjutnya kriya bambu mengembangkan estetika pada benda-benda pakai tersebut sekaligus mengeksplorasi ranah baru untuk memanfaatkan bambu bagi kegunaan lain seperti perabot (meja dan kursi), serta peranti lain untuk dekorasi rumah seperti kap lampu, partisi pembatas ruang, hingga hiasan dinding.

Produk industri mikro dan kecil dalam bidang kriya bambu di sentra-sentra tersebut di atas pada umumnya tetap memproduksi benda-pakai konvensional namun juga menghasilkan sekaligus mengembangkan produk-produk baru. Benda-pakai konvensional itu mencakup antara lain *rinjing* (beraneka keranjang atau bakul, dari bakul nasi hingga bakul sayuran yang digunakan penjual sayur-mayur di pasar tradisional), *londre* (keranjang besar yang berfungsi khusus sebagai tempat pakaian, terutama pakaian yang hendak dicuci), dan *pithi* atau besek untuk tempat makan (seperti dalam kenduri atau selamatan), kemasan makanan kecil, dan wadah bahan-bahan makanan lainnya.

c. Proses Produksi

Pada banyak sentra produksi kerajinan bambu di Kabupaten Cilacap, bahan baku biasa diperoleh dari desa atau kecamatan masing-masing. Proses pemanenan hingga pengolahan praproduksi juga dilakukan oleh penduduk setempat. Proses pemotongan, pembelahan, penyayatan hingga pemolesan akhir masih menggunakan alat kerja yang lebih banyak bersifat manual.

Warna alami bambu sering kali dipertahankan untuk mendapatkan produk yang berkesan natural. Sejumlah pewarna alami dari tanaman dan rempah-rempah juga digunakan untuk menghasilkan produk dengan warna yang beragam.

C. Pembinaan Industri Kreatif Kriya

1. UMKM Kriya Binaan PLUT KUMKM

Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) membina dan mencatat Data UMKM Binaan PLUT KUMKM Kabupaten Cilacap sampai dengan tahun 2024 sebanyak 5738 unit, dengan usaha di bidang kriya sebanyak 408 unit. Meski tidak sebanyak usaha di bidang kuliner yang mencapai 3562 unit usaha, UMKM di bidang kriya ini memiliki

keragaman baik dalam hal bahan baku, metode produksi, maupun konsumen sarannya.

Dalam kategori industri pengolahan, unit usaha di bidang kriya didominasi usaha kriya berbasis bambu, sebanyak 42 unit. Kebanyakan perajin yang termasuk dalam Binaan PLUT ini telah menekuni usahanya empat hingga 20 tahun dengan omset perdagangan dua hingga sepuluh juta rupiah perbulan. Para perajin kriya bambu ini kebanyakan menghasilkan produk anyaman, alat rumah tangga dan perangkat dekorasi.

Menyusul kriya bambu adalah kriya batik sebanyak 40 unit. Para perajin kriya batik ini telah menekuni bidang kreasi mereka dari dua hingga 40 tahun, dengan omset dua hingga 300 juta rupiah dalam sebulan. Teknik *ecoprint*, yang belakangan merupakan inovasi untuk dipadu-padankan dengan metode produksi batik, digeluti pula oleh sejumlah perajin. Unit usaha *ecoprint* ini juga sudah berkembang di Kabupaten Cilacap, meski jumlahnya belum signifikan.

Pengolahan sabut kelapa dalam UMKM binaan ini masih berkisar pada pembuatan keset (*rug*) dan tikar, namun omsetnya relatif menjanjikan untuk usaha mikro dan usaha kecil, yakni sebesar 70-150 juta rupiah per bulan. Usaha kriya yang mendayagunakan serat alami lain adalah kriya dari kulit batang pisang dan eceng gondok. Omset dari kriya eceng gondok belum sebesar kriya kulit batang pisang yang dapat mencapai 50 juta rupiah dalam sebulan. Seni kriya rajut juga banyak ditekuni oleh para perajin Binaan PLUT ini. Sebagian besar mereka memproduksi tas dan produk dekoratif lain.

Unit UMKM lain yang memberi perhatian pada masalah lingkungan di antaranya berkarya dengan menghasilkan produk daur ulang, sebagian berbahan baku plastik. Meski belum banyak pengusaha yang menekuni kriya ini, beberapa di antara mereka dapat mencetak omset 60 hingga 150 juta rupiah per bulan. Terdapat pula sembilan perajin yang fokus pada jenis kriya yang lebih tua, yakni kerajinan kulit, dengan omset sebesar 10 juta per

bulan. Dalam binaan ini, hanya terdapat satu perajin perak, yang tiap bulannya dapat mencatat omset sebesar 140 juta rupiah.

Data UMKM Binaan PLUT KUMKM Kabupaten Cilacap ini juga memberi kategori kriya kreatif, yang di dalamnya hanya berisi empat unit, masing-masing memproduksi aksesoris, kriya kerang, dan kaca patri. Meski unit usahanya belum banyak, omset tiap unit mencapai 120 hingga 300 juta rupiah per bulan. Pada kategori Perdagangan, terdapat sejumlah UMKM yang bergerak dalam bidang pembuatan aksesoris, furnitur, kerang, souvenir, dan tikar pandan. Kebanyakan perajin ini telah menekuni usaha mereka dalam dua hingga dua puluh tahun terakhir. Omset mereka pun beragam, dari dua hingga sepuluh juta rupiah perbulan untuk produk cinderamata atau souvenir dan 60 hingga 75 juta rupiah untuk produk-produk aksesoris.

Perlu dicermati pula munculnya bidang usaha kreatif yang relatif baru, yakni bisnis hantaran pernikahan. Bidang usaha ini memadukan kreativitas dalam pengemasan sejumlah produk lain seperti busana muslim (kerudung, mukena), kriya batik, produk kain, dan produk cinderamta lain. Dalam UMKM Binaan PLUT KUMKM Kabupaten Cilacap terdapat 15 unit usaha dalam bidang hantaran ini. Mereka sudah menekuni bisnis bersangkutan selama satu dasawarsa terakhir, dan sudah mencatatkan omset sebesar dua hingga 45 juta dalam sebulannya.

2. Ajang Pelibatan dan Unjuk Karya

Perhatian Pemerintah Kabupaten Cilacap dalam peningkatan industri kriya diwujudkan dalam Penetapan Kegiatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap berdasarkan Keputusan Bupati Cilacap No. 556/572/25/Tahun 2024 yang melibatkan kegiatan untuk peningkatan produk kriya, yaitu:

- “Peken Tjilatjapan” yang merupakan program ciptaruang dengan aktivasi bekas pabrik Patal Cilacap yang menghadirkan berbagai macam produk lokal Cilacap termasuk produk-produk kriya;
- “Cilacap Kreatif Week”, merupakan kegiatan tahunan yang bertujuan menjadi media edukasi, promosi, dan transaksi bagi produk UMKM termasuk di dalamnya produk-produk kriya;
- “Festival Bojongrongga”, merupakan agenda Festival Budaya tahunan di Kawasan Rawa Bojongrongga, Desa Wisata Bojongsari, yang terletak di Kecamatan Kedungreja, Kabupaten Cilacap untuk memamerkan produk-produk lokal termasuk kriya.

Dalam setiap lokus destinasi wisata, penjualan produk kriya menjadi salah satu produk ekonomi kreatif yang selalu hadir selain produk-produk kuliner. Namun demikian, produk kriya yang terkait dengan destinasi wisata di Kabupaten Cilacap ini masih harus ditingkatkan mutu dan inovasinya.

2.7.4. Subsektor Desain Produk

Subsektor industri desain atau desain produk adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan (Departemen Perdagangan, 2009). Ada tiga kelompok yang termasuk dalam subsektor desain, yaitu desain grafis/desain komunikasi visual, desain industri, dan desain interior.

- a) Desain grafis adalah proses kreatif yang menggabungkan seni dan teknologi dalam mengkomunikasikan suatu gagasan atau ide. Desain grafis harus bekerjasama dengan perangkat-perangkat komunikasi berupa gambar dan tipografi agar dapat menyampaikan pesan dari klien ke sasaran audiensnya.
- b) Desain industri adalah seni terapan yang mengkolaborasikan faktor estetika dan kegunaan dari produk yang harus dioptimalkan agar

dapat diproduksi dan dijual. Desain industri berperan dalam menciptakan dan menetapkan solusi-solusi desain terhadap permasalahan yang ada pada bagian teknik, faktor penggunaan, pemasaran, pengembangan merek dan penjualan.

- c) Desain interior adalah segala macam aktivitas yang berkaitan dengan segala sesuatu yang berada di dalam dimensi ruang dan dinding, jendela, pintu, dekorasi, tekstur, pencahayaan, perabotan dan furnitur dengan tujuan menciptakan ruangan yang optimal bagi penghuni bangunan yang bersangkutan.

Industri desain produk di Kabupaten Cilacap memiliki potensi yang cukup besar, terutama dengan adanya sumber daya alam seperti hasil laut, kayu, dan produk pertanian. Desain produk yang berbasis pada potensi lokal, seperti kerajinan tangan, furnitur, dan produk berbasis ekologi mangrove, memiliki peluang untuk berkembang, baik untuk pasar lokal maupun nasional. Pengrajin dan desainer lokal dapat menciptakan produk unik yang memadukan unsur tradisional dengan modern.

Perkembangan industri ini didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal serta kebutuhan pasar akan inovasi produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Banyak pelaku usaha di bidang UMKM yang memanfaatkan desain produk untuk meningkatkan daya saing, baik melalui kemasan maupun inovasi produk itu sendiri. Produk berbasis kerajinan tangan dan *eco-design* juga mulai mendapat perhatian sebagai salah satu daya tarik dalam pariwisata kreatif.

Tantangan yang dihadapi industri desain produk di Cilacap meliputi keterbatasan akses ke pendidikan formal di bidang desain produk, kurangnya fasilitas produksi yang modern, serta minimnya jaringan pemasaran untuk menembus pasar yang lebih luas. Dukungan dari pemerintah daerah dan kolaborasi dengan industri lain, seperti pariwisata dan kuliner, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kapasitas desain produk lokal.

Pada Juni 2024, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga kabupaten Cilacap telah melaksanakan kegiatan pelatihan Desain Produk yang bertujuan untuk meningkatkan kasaitas dan kemampuan warga Desa Wisata Rahayu, Desa Pesanggrahan, Kecamatan Kroya. Pelatihan yang dilaksanakan selama 2 hari di Cilacap dan Salatiga ini lebih fokus kepada pembuatan batik untuk ikat kepala.

Desa Pesanggrahan yang terkenal dengan tradisi Bobok Bumbungnya ini memang dikenal masih banyak terdapat warga penghayat dari Paguyuban Resik Kubur Jero Tengah yang masih memegang tradisi dan adat istiadat Jawa. Berbagai upacara adat dan ritual yang menggunakan ikat kepala sebagai asesoris harian menjadikan ikat kepala yang disebut iket ini menjadi kebutuhan sehari hari.

Pelatihan Desain Produk yang berfokus pada pembuatan ikat kepala dengan motif batik ini diisi oleh narasumber dari Batik Natawijaya, Adiraja, Kecamatan Adipala. Notowijoyo dan Supinah merupakan pasangan suami istri yang juga aktif dalam industri batik Cilacap dan *Ecoprinting*. Ibu Supinah dan Batik Natawijayanya juga merupakan salah satu juara 10 besar dalam lomba batik Cilacap yang diadakan tahun lalu. Beberapa motif khas Cilacap juga sudah dihasilkan dari karyanya di antaranya motif Batik Sido Slamet.

Gambar 2.31

Pelatihan Desain Produk di Desa Pesanggrahan, Kecamatan Kroya



Sumber <https://disporapar.cilacapkab.go.id/2024/07/03/desa-wisata-rahayu-pesanggrahan-kecamatan-kroya-kembangkan-potensi-membatik-dengan-pelatihan-desain-produk/>

Gambar 2.32

Pelatihan Keterampilan Desain Produk di Desa Caruy, Kecamatan Cipari



Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga

Pendidikan keterampilan desain produk lokal bagi pemuda desa Caruy merupakan hal yang penting guna mengembangkan potensi kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh generasi muda di desa tersebut. Desa Caruy yang terletak di kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap, memiliki sejumlah potensi alam dan budaya yang unik yang dapat dijadikan sebagai inspirasi dalam menghasilkan produk lokal yang berkualitas. Masih terdapat kendala dalam hal pengembangan keterampilan desain produk lokal di desa Caruy. Minimnya akses terhadap pendidikan formal dan kurangnya pemahaman mengenai potensi yang dimiliki oleh desa tersebut menjadi hambatan utama dalam mengembangkan kreativitas pemuda desa Caruy.

2.7.5. Subsektor Desain Interior

Potensi industri desain interior di Kabupaten Cilacap tumbuh seiring dengan perkembangan sektor properti, perhotelan, dan bisnis kuliner yang meningkat pesat. Banyak proyek renovasi dan pembangunan baru, seperti hotel, kafe, dan restoran yang membutuhkan jasa desain interior untuk menciptakan ruang yang estetis dan fungsional. Kebutuhan ini membuka peluang bagi para desainer lokal untuk terlibat dalam proyek-proyek tersebut, baik untuk hunian pribadi maupun komersial.

Seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya desain interior yang baik, permintaan terhadap layanan ini semakin berkembang. Bisnis seperti perumahan modern, kantor, dan tempat usaha kecil-menengah memanfaatkan jasa desain interior untuk menciptakan ruang yang menarik bagi pelanggan dan pengguna. Selain itu, adanya tren global dalam desain minimalis dan ramah lingkungan juga mendorong inovasi dalam industri ini di Cilacap.

Namun, tantangan pengembangan industri desain interior di Cilacap meliputi keterbatasan akses terhadap material berkualitas, kurangnya desainer berpengalaman di tingkat lokal, serta keterbatasan pelatihan dan pendidikan khusus dalam bidang ini. Kolaborasi antara pemerintah, sektor

pendidikan, dan pelaku usaha dapat membantu mengatasi hambatan ini dengan menyediakan akses lebih luas terhadap sumber daya dan pelatihan, serta mempromosikan penggunaan bahan lokal untuk mendukung ekonomi kreatif.

Beberapa pelaku usaha interior di Cilacap adalah:

1) PT Dekori Interior Indonesia

Menyediakan inspirasi desain interior setiap hari dan jasa Desain Interior & Build Interior. Alamatnya di Jl. Lingkar Timur, Kuwasen, Karangandri, Kecamatan Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53274, Indonesia. <https://www.instagram.com/dekori.id/?hl=en>

2) Kurnia Interior & Furniture

Bergerak dibidang jasa Design & Build Interior rumah pribadi, maupun tempat-tempat komersil. Material dibuat dari bahan pilihan Multiplek & PVC Board, *finishing high pressure laminate & coating Duco*. Usaha ini berlokais di Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo No.7, Sabukjanur, Kebonmanis, Kec. Cilacap Utara, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53231 <https://www.instagram.com/kurnia.interior/?hl=en>

3) MyROOM Desain Interior

Merupakan jasa desain interior cilacap, produksi *kitchen set* dan *furniture custom* yang didirikan sejak tahun 2016 dan didukung oleh tenaga profesional Desain Interior yang juga anggota HDII (Himpunan Desainer Interior Indonesia) chapter Jawa Tengah. Usaha ini berada di Jl. Laban No 67 atau di samping TK Aisyah 5, Gumilir, Kec. Cilacap Utara, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53223 (sumber: <https://myroominterior.com/>).

2.7.6. Subsektor Desain Komunikasi Visual

Potensi dan perkembangan industri Desain Komunikasi Visual (DKV) di Kabupaten Cilacap masih dalam tahap pengembangan, namun menunjukkan prospek yang menjanjikan. Seiring dengan meningkatnya

kebutuhan branding dan pemasaran, terutama di sektor pariwisata dan kuliner, banyak pelaku DKV lokal mulai terlibat dalam pembuatan desain promosi, logo, dan konten visual untuk bisnis UMKM, serta *event-event* lokal. Selain itu, adanya pelatihan dan edukasi dari sekolah serta komunitas kreatif lokal mendorong pertumbuhan bakat baru dalam bidang desain visual di Cilacap.

Dukungan pendidikan di Cilacap untuk bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dari SMK dan perguruan tinggi mulai berkembang, meskipun infrastruktur dan program khusus DKV masih terbatas. Beberapa SMK di Cilacap telah menyediakan jurusan terkait dengan desain grafis atau multimedia, yang menjadi fondasi bagi siswa untuk mendalami DKV. Namun, untuk pendidikan tinggi, mahasiswa biasanya harus melanjutkan ke perguruan tinggi di luar Cilacap, seperti di kota-kota besar yang memiliki jurusan khusus DKV. Ini menjadi tantangan dan peluang untuk meningkatkan kapasitas pendidikan lokal dalam bidang ini.

Beberapa yang memiliki jurusan DKV adalah:

- 1) SMK Negeri 1 Cilacap
- 2) SMK Negeri 1 Karanggayam
- 3) Politeknik Negeri Cilacap

2.7.7. Subsektor Fashion (Fesyen)

Subsektor *fashion* adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen (Departemen Perdagangan, 2009).

Subsektor ekonomi kreatif bidang fesyen di Kabupaten Cilacap dalam catatan data Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) terdapat 35 UMKM yang merupakan beragam bentuk usaha, meliputi industri konveksi, industri pakaian jadi, jasa

pembuatan pakaian (fesyen), industri batik, penjahitan dan pembuatan pakaian berdasarkan pesanan, industri *ecoprint*, hingga industri peralatan pelindung keselamatan (kerpus & topi). Dari beragam tipe UMKM di bidang fesyen ini nilai omzet terbesar tercatat sejumlah 120 juta/tahun yang dicapai oleh Batik Sekarwaru yang merupakan UMKM dengan jenis usaha industri pengolahan. Usaha ini beralamatkan di Nusawaru Wetan RT 3/4 Klumpri Nusawungu, Cilacap.

Nilai omzet besar berikutnya mencapai 96 juta rupiah/tahun yang dicapai oleh Penjahit Shodio, yang merupakan usaha Jasa Swasta Konveksi dan Fashion yang beralamatkan di Wringinharjo RT 005 RW 003, Desa Wringinharjo, Kec. Gandrungmangu. Nilai omzet yang mencapai 75 juta/tahun diraih oleh Konveksi Damayanti yang beralamatkan di Jalan Nusantara No. 15, RT 003 - RW 001, Karangtalun, Cilacap Utara. Sedangkan UMKM yang mencapai omzet 50 juta/tahun diraih oleh Aeriska Gallery yang merupakan Jasa Swasta Konveksi & Fashion dan beralamatkan di Jl. Donan Hulu, Perumahan Kalidonan, Kebonmanis, Cilacap Utara. UMKM lainnya rerata meraih omzet bervariasi dari nilai 20-an juta/tahun, 5 juta/tahun, hingga yang hanya beromzet 1 juta/tahun. Modal usaha terbesar di bidang ini mencapai nilai 71,5 juta rupiah dimiliki oleh Penjahit Shodio, sedangkan modal terendah rerata berada di kisaran 1,5 hingga 3 juta rupiah.

Berdasarkan Keputusan Bupati Cilacap No. 556/572/25/Tahun 2024 tentang Penetapan Kegiatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap, terdapat 13 event unggulan yang menjadi potensi ikon, yaitu:

1. "Opera Berkebaya", merupakan program ciptaruang oleh Komunitas Cilacap Kreatif di Stasiun Cilacap. Program yang berisi *fashion show* ini juga menggabungkan seni pertunjukkan berupa *video mapping* dengan latar berupa gedung Stasiun Cilacap berarsitektur Art Deco.
2. "Cilacap in Fashion" merupakan agenda tahunan yang bertujuan untuk menggugah para pengrajin batik dan para desainer khususnya

di Kabupaten Cilacap untuk bangkit dan berlomba-lomba meningkatkan kreasinya. Dengan demikian, diharapkan produk batik Cilacap semakin dicintai, tidak hanya oleh masyarakat Cilacap, tetapi juga oleh masyarakat di luar Kabupaten Cilacap.

2.7.8. Subsektor Video, Film dan Animasi

Sub Sektor industri video, film dan animasi adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, *dubbing film*, animasi, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film (Departemen Perdagangan, 2009).

Perkembangan Film, animasi, dan video di Kabupaten Cilacap sudah berlangsung lama dan dari beragam sumber data tercatat beberapa dokumentasi pencapaian sebagai berikut:

A. Perkembangan Bioskop sebagai Ruang Putar Produksi Film

Gambar berikut merupakan dokumentasi contoh flayer film yang diputar di bioskop Bhinneka Cilacap, tahun 1978. Bioskop Bhinneka berlokasi di jalan Sutoyo, tepatnya di pojok antara Jalan Sutoyo dan Jalan Bakung. Kini tanah bekas bioskop Bhinneka telah berubah menjadi pertokoan dan sisanya masih berupa lahan kosong. Keberadaan bioskop ini menjadi saksi Sejarah bagaimana Masyarakat Cilacap sudah sejak lama mengonsumsi produk-produk film, baik film produksi dalam negeri maupun film-film impor.

Gambar 2.33

Flyer Film Snake and Crane Arts of Shaolin di Bioskop Bhinneka Cilacap Tahun 1978



Sumber: Dokumen Arsip Instagram [@tjilatjaphistory](https://www.instagram.com/tjilatjaphistory)

B. Produksi Video Konten Digital: Youtube Channel Rianto Husnoh

Gambar 2.34

Proses Produksi video untuk konten digital Youtube Channel Rianto Husnoh



Sumber: Youtube Channel Rianto Husnoh

Salah satu contoh proses produksi video untuk konten digital Youtube Channel Rianto Husnoh yang menampilkan konten komedi ala Cilacap memperlihatkan tim produksi berjumlah sedikit dan perencanaan yang lebih ringan sehingga relatif bisa menghasilkan kuantitas yang banyak.

C. Produksi Film Pendek: Komunitas Sangkanparan

Gambar 2.35

Proses Produksi film pendek di Komunitas Sangkanparan



Sumber: dokumentasi Komunitas Sangkanparan

Proses produksi film di Komunitas Sangkanparan di Cilacap, Jawa Tengah yang mewadahi para pelajar berkarya di berbagai bidang kreatif, termasuk film. Dalam proses produksi sudah mengikuti alur produksi film profesional. Komunitas Sangkanparan menjadi tempat Program Praktek Kerja Industri (Prakerin) pelajar SMK/A.

1) Asal Mula Komunitas Sangkanparan

Sejak berkuliah di Akademi Seni dan Desain Indonesia (ASDI) Solo pada 2001, Insan Indah Pribadi bersama teman-temannya membentuk suatu komunitas yang kegiatannya berkecimpung dalam bidang multimedia dan industri kreatif.

Insan Indah Pribadi dan teman-temannya visioner dan idealis untuk membawa komunitasnya sebagai pelopor awal mula bangkitnya Jawa Tengah dalam mengimbangi dominasi industri kreatif yang Jakarta sentris. Maka itu, komunitas tersebut diberi nama Sangkanparan yang dalam Bahasa Jawa Kuno berarti “awal mula” atau *origin*.

Komunitas Sangkanparan pun mendirikan Studio Sangkanparan serta Rumah Belajar Sangkanparan guna memfasilitasi para talenta di bidang multimedia dan industri kreatif untuk belajar dan berkarya, khususnya para pelajar. Komunitas Sangkanparan adalah suatu perkumpulan pegiat seni, multimedia, dan industri kreatif, termasuk perfilman, yang aktif mewadahi para talenta di daerah tersebut dalam berkarya. Bahkan, meraih berbagai penghargaan pada level nasional maupun internasional.

Pada awalnya Sangkanparan berpusat di Cilacap, dalam perkembangannya, komunitas tersebut turut mewadahi para talenta dari berbagai daerah di sekitarnya, seperti Banyumas, Purwokerto, Kebumen, Banjarnegara dan lainnya.

Sejak 2001, Sangkanparan rutin telah banyak membantu para talenta di bidang multimedia dan industri kreatif dari berbagai daerah tersebut untuk belajar dan berkarya, khususnya para pelajar SMK dengan menjadikan Rumah Belajar Sangkanparan sebagai tempat Program Praktek Kerja Industri (Prakerin). Para siswa tersebut mendapatkan pengalaman kerja kreatif yang layak melalui berbagai aktivitas pembelajaran, seperti mengkaji film dan mempelajari proses pembuatan film.

Prosesnya meliputi tahap persiapan seperti penggalian ide, penelitian, penyusunan, dan penulisan naskah skenario. Lalu, tahap produksi mempelajari hal teknis di antaranya pengenalan dan penggunaan kamera, teknik pengambilan gambar, penyutradaraan. Terakhir, tahap

penyuntingan hingga paska produksi seperti sosialisasi karya, pemutaran film, dan presentasi substansi karya di depan khalayak umum.

2) Karya, Kontribusi, dan Prestasi Komunitas Sangkanparan

Sangkanparan telah melahirkan banyak anak didik berprestasi. Beberapa film besutan mereka berhasil menyabet berbagai penghargaan dari berbagai festival nasional maupun internasional, salah satunya adalah film dokumenter pendek berjudul *Urut Sewu Bercerita* karya siswi SMKN 1 Kebumen, Dewi Nur Aeni, mengenai perampasan lahan para petani di wilayah Urut Sewu, Kebumen, oleh TNI.

Film tersebut berhasil masuk dalam daftar *Official Selection* di Singapore International Film Festival 2017 dan memenangkan penghargaan film dokumenter terbaik di berbagai perhelatan seperti Festival Film Denpasar, Malang, dan Purbalingga 2017 dan sebagainya.

Insan sendiri telah menyutradarai dan memproduksi beberapa film pendek yang sebagian besar kisahnya mengangkat budaya dan sejarah lokal yang belum banyak diketahui, seperti film berjudul *Maos* yang tayang pada 2022. Film tersebut menceritakan perlawanan warga Desa Maos, Cilacap, melawan penjajahan Belanda dengan menggunakan berbagai motif kain sebagai media koordinasi untuk mengecoh Belanda. Hingga kini, Maos terkenal dengan industri batiknya.

Ini membuktikan bahwa Cilacap tidak kalah dari kota besar lain mengenai talenta kreatif. Ke depannya, Komunitas Sankanparan berharap mampu membantu lebih banyak talenta daerah untuk belajar, berkarya, dan berkarir di bidang industri kreatif. Agar warisan budaya lokal tidak hilang dan terlupakan².

² Sumber: (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/07/07/komunitas-sangkanparan-cilacap>).

D. Film Pendek Dawuk

Gambar 2.36
Cuplikan adegan dalam Film Pendek Dawuk



Sumber: <https://jateng.antaranews.com/berita/325162/film-pendek-pelajar-cilacap-dan-kebumen-tayang-di-viu>

Sebuah film pendek berjudul "Dawuk" karya pelajar sekolah lanjutan atas dari Kabupaten Cilacap dan Kebumen, ditayangkan di Viu yang merupakan layanan video *over-the-top* PCCW Media, Hong Kong.

Sebelumnya, para pelajar yang berasal dari SMK Dr Soetomo Cilacap, SMKN 1 Cilacap, MA Mafda Cipari, SMK KTN Wanareja, serta SMKN 1 Karanggayam Kebumen ini belajar segala hal tentang pembuatan film dari Workshop ViuShorts di Cilacap pada Oktober 2019.

Proses produksi film Dawuk didukung oleh Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah Cilacap. Film pendek berjudul "Dawuk" yang dirilis pada 25 Juli 2020 menceritakan seorang ayah yang memiliki gangguan psikologis karena belum menerima kepergian anaknya yang meninggal. Sosok ayah itu dalam kesehariannya menghabiskan waktu hanya untuk

menggendong boneka kayu, mengajaknya bermain, dan menari bersama karena menganggap anaknya masih hidup.

Film ini juga merupakan upaya mengingat kembali sebuah kesenian tradisi Buncis Gendong atau kadang ada pula yang menyebutnya Lengger Dempet. Kesenian tersebut pernah jaya di Cilacap, hanya saja sekarang pelaku kesenian tersebut sudah sangat langka.

Film Dawuk yang merupakan besutan anak didik Sangkanparan lain yaitu Syifa Zein Aulia, siswi SMKN 1 Karanggayam, turut berhasil meraih juara pertama dalam kompetisi Viu Shorts Season 2 pada 2020.

Dawuk mengangkat salah satu *urban legend* Cilacap yaitu kisah seorang penari Lengger Dempet yang selalu menggendong boneka. Konon, boneka itu merupakan pengganti anaknya yang telah meninggal. Melalui Dawuk, Kak Insan dan Syifa mematahkan stigma bahwa Bahasa Jawa ngapak hanyalah cocok untuk *genre* komedi karena logatnya yang terdengar lucu, tetapi cocok pula untuk *genre* drama lebih serius dan tragis. Syifa, sebagai Pemenang Viu Shorts tersebut berhak menerima beasiswa kuliah perfilman di Insititut Kesenian Jakarta.

E. Produksi Film Musikal Maos

Gambar 2.37

Poster Pemutaran Perdana Film Musikal Maos



Sumber: dokumentasi Komunitas Sangkanparan

Rumah Produksi Sangkanparan Multimedia memroduksi sebuah film musikal berlatar belakang kisah cinta segitiga di masa Kolonial Belanda. Film “Maos” (2022) yang merupakan film musikal berbahasa Jawa Ngapak ini mengemas narasi sejarah dalam peristiwa hidup tentang kisah cinta di antara para pejuang dengan memberi penonjolan pada kehadiran kain batik Cilacap. Sebuah bingkai narasi tentang produk batik yang dikisahkan menjadi alat dan kode perjuangan laskar-laskar pejuang di Cilacap pada masa itu sangat apik dihadirkan dalam dialog berbahasa Jawa Ngapak yang menjadi identitas lokal.

F. Festival Film Pendek Remaja Desa Serang

Menginspirasi Lewat Gambar Bergerak adalah sebuah acara yang menyajikan berbagai film pendek yang dibuat oleh remaja. Festival ini menjadi sarana untuk menginspirasi dan mengungkapkan ide-ide kreatif mereka melalui medium gambar bergerak. Film-film pendek yang diputar dapat berasal dari berbagai genre, seperti drama, komedi, dokumenter, animasi, dan masih banyak lagi. Festival ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada para remaja untuk menunjukkan bakat mereka dalam pembuatan film dan memberikan inspirasi kepada mereka yang menyaksikannya.

Gambar 2.38
Festival Film Pendek Remaja di Desa Serang



Sumber: www.serang-cilacap.desa.id

1) Sejarah dan Perkembangan Festival Film Pendek Remaja

Festival Film Pendek Remaja pertama kali digelar pada tahun 2010 di Desa Serang, Kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Acara ini diinisiasi oleh sekelompok remaja di desa tersebut yang memiliki minat dan *passion* dalam dunia perfilman. Mereka ingin memberikan wadah bagi remaja lainnya untuk mengembangkan kreativitas dan bakat mereka dalam pembuatan film.

Seiring waktu, Festival Film Pendek Remaja semakin dikenal dan diminati oleh banyak remaja dari berbagai daerah. Hal ini mempengaruhi perkembangan festival ini dengan peningkatan jumlah peserta setiap tahunnya. Para peserta festival tidak hanya berasal dari desa Serang, namun juga dari kabupaten-kabupaten lain di Jawa Tengah serta daerah lain di Indonesia.

Tujuan utama dari Festival Film Pendek Remaja adalah memberikan kesempatan kepada remaja untuk mengekspresikan diri mereka melalui film pendek. Juga untuk membangun dan mengembangkan minat serta bakat remaja dalam bidang perfilman. Selain itu, Festival Film Pendek

Remaja juga menjadi wadah bagi remaja untuk berbagi dan menginspirasi satu sama lain melalui karya-karya film mereka.

Festival Film Pendek Remaja menjadi sebuah platform yang dapat menginspirasi masyarakat. Melalui berbagai genre film yang diputar, festival ini dapat menggugah emosi, membuat tertawa, menitikkan air mata, dan mengajak penonton merenung. Kisah-kisah yang diangkat dalam film-film pendek ini dikemas dengan cara yang unik dan kreatif, sehingga mampu memberikan pengalaman menonton yang berbeda.

Festival Film Pendek Remaja telah menghadirkan karya-karya terbaik dari para remaja yang berbakat dalam bidang perfilman. Beberapa film pendek yang pernah diputar di festival ini mendapatkan apresiasi tinggi dari penonton dan juri serta meraih penghargaan sebagai karya terbaik. Contoh karya-karya terbaik yang pernah diputar di festival ini antara lain:

Tabel 2.17
Kejuaraan Festival Film Pendek Remaja Cilacap

Judul Film	Genre	Penghargaan
Selamat Tinggal Temanku	Drama	Juara 1 Festival Film Pendek Remaja 2015
Kisah Sebuah Jendela	Romantis	Juara 2 Festival Film Pendek Remaja 2017
Semangat Bola	Komedi	Juara 3 Festival Film Pendek Remaja 2014

Sumber: Olahan Tim Penulis

2) Mengapa Festival Film Pendek Remaja Penting?

Festival Film Pendek Remaja memiliki peran yang penting dalam mengembangkan potensi dan bakat remaja di bidang perfilman. Melalui festival ini, para remaja dapat belajar lebih banyak tentang teknik

pembuatan film, mengasah kemampuan mereka dalam bercerita, serta berinteraksi dengan remaja lain yang memiliki minat yang sama. Festival ini juga memberikan peluang bagi para remaja untuk dicoba di dunia perfilman, baik sebagai sutradara, penulis naskah, aktor, maupun *crew* produksi.

Selain itu, Festival Film Pendek Remaja juga memberikan pengalaman berharga bagi para remaja yang ingin berkarir di bidang perfilman. Melalui festival ini, remaja dapat memamerkan karyanya kepada orang-orang yang berkecimpung di dunia perfilman, seperti sutradara, produser, atau pembuat keputusan di industri film. Hal ini dapat membuka peluang mereka untuk mendapatkan tawaran pekerjaan atau kesempatan lebih lanjut dalam dunia perfilman³.

G. Film Pantjak (2024)

Gambar 2.39
Poster Film Pantjak



Sumber: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRdH2RaDZaHI-QZDd2ceW38bw7aH8QIF94QYQ&s> (diunduh 5 Agustus 2024)

³ Sumber: <https://serang-cilacap.desa.id/judul-pendek-yang-menarik-mengenal-festival-film-pendek-remaja> (diunduh, 30 Agustus 2024)

Gambar 2.40
Suasana Pemutaran Film Pantjak



Sumber: arsip dokumentasi Komunitas Cilacap Kreatif

Film *Pantjak* (2024) merupakan sebuah karya film dokumenter oleh Romi Angger Hidayat beserta komunitas Cilacap Kreatif yang berkisah tentang Pemintalan Cilacap. Film ini menjadi refleksi dan aktivasi ruang di bekas Kantor Pabrik Pemintalan (PATAL) sebagai sebuah simpul kreativitas dalam program Cipta Ruang di Cilacap.

Film ini diinisiasi oleh Cilacap Kreatif, diproduksi oleh Romi Angger Hidayat (Bang Jabrand), dan disutradarai oleh Dismas Panglipur, mahasiswa IT Telkom Purwokerto. Dismas Panglipur, sutradara muda asal Cilacap, menjelaskan alasan judul “PANTJAK” yang terinspirasi dari Tjakrawedana, bupati pertama Cilacap.

Pemutaran perdana film dokumenter “PANTJAK,” yang memuat kisah empat episode ciptaruang Peken Banyumasan & Peken Tjilatjapan, di Dakota Cinema Plaza Cilacap menyedot perhatian ratusan penonton pada Selasa dan Rabu pada 21-22 November 2023 dan dihadiri oleh ratusan orang, termasuk anggota berbagai organisasi/komunitas dan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Cilacap.

Para pemeran dalam film, seperti Heru Santoso dan para mantan karyawan Pemintalan, turut hadir, memberikan sudut pandangnya mulai dari awal beroperasi hingga penutupan perusahaan. Film berdurasi sekitar 30 menit itu memukau penonton dengan kisah perjalanan karyawan, hubungan kekeluargaan di perusahaan, dan kondisi perusahaan.

Sesi *talkshow* setelah pemutaran memberikan ruang bagi pemain untuk berbagi pengalaman. Telson Hardani, salah satu penonton, menyatakan terharu dengan kekeluargaan di antara sesama karyawan Pemintalan.

H. Video Content dan Kreator Cilacap

Gambar 2.41

Screenshot Tayangan Youtube tentang salah satu episode KONCI



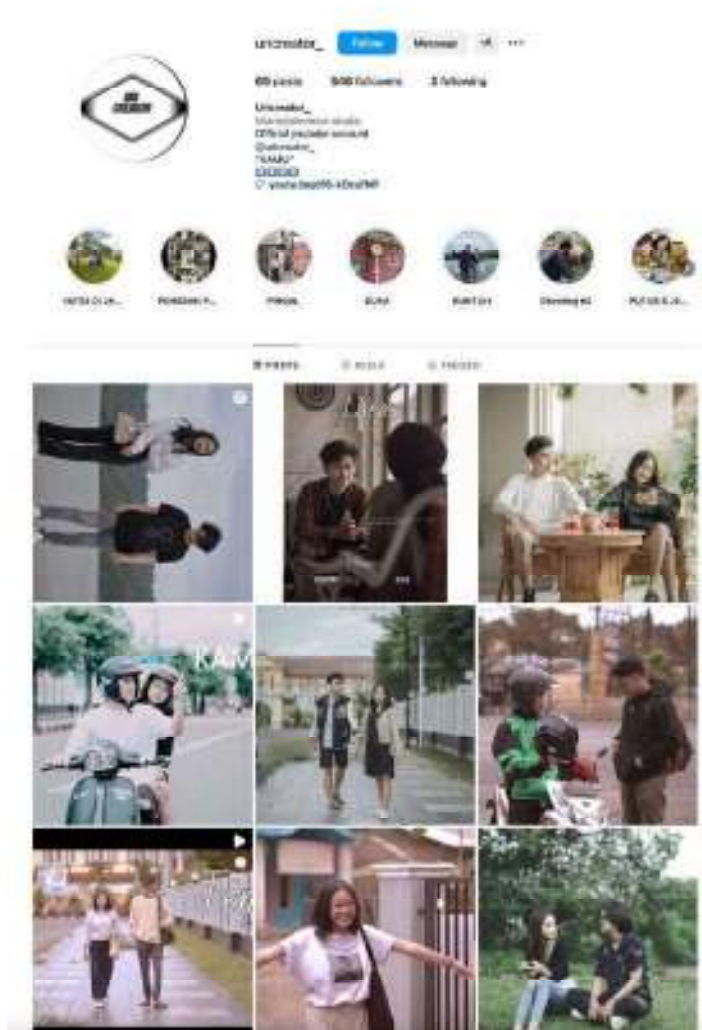
Sumber: <https://youtu.be/6ppfSV-xDuw?si=6YyHOKfjpOEkPab7>

KONCI, Komedi Ngapak Cilacap oleh Riyanto Husnoh dengan 430K subscribers merupakan salah satu *content creator* yang sangat sukses yang berasal dari Kabupaten Cilacap. Komedi Ngapak Cilacap tidak saja berhasil mengangkat Bahasa Ngapak sebagai sebuah kekuatan kebudayaan lokal yang bisa dikemas sebagai sebuah konten kreatif dengan tema keseharian. Kecerdasan Riyanto Husnoh dalam membingkai

peristiwa keseharian dengan menonjolkan *gesture* kocak karakter-karakter anonim berbahasa ngapak ini membuka peluang generasi muda Cilacap untuk lebih bangga dengan Bahasa Ngapak yang ternyata sudah mulai dikenali secara luas (viral) di dunia maya.

I. Studio Uri Creator

Adalah studio film di Cilacap yang memproduksi film pendek, content kreatif yang beralamat di Jalan Sunan Kalijaga RT 06 RW 06 Kelurahan Kesugihan Cilacap dengan akun: youtube: uricreator_ dan IG: @uricreator_.



Instagram Uri Creator @uricreator_

Karya-karya studio ini, antara lain:

1) Karya film pendek (short movie) pada tahun 2020:

- Dia dan sekolahku
- Posesif
- Pulang
- Lara

2) Short movie 2021:

- Juara kedua: Lara #2
- Kita
- Waktu yang Salah
- Resah Jadi Luka
- One & Only #1
- One & Only #2
- One & Only #3
- One & Only #4
- Amin Paling Seriu
- Sedih Tak Berujung
- Ghosting#1
- Waktu yang salah #2
- Semoga ya
- Lara #3
- Bicara
- Lantas
- Toxic Relationship
- Putus Sebelum Jadian
- Ghosting#2

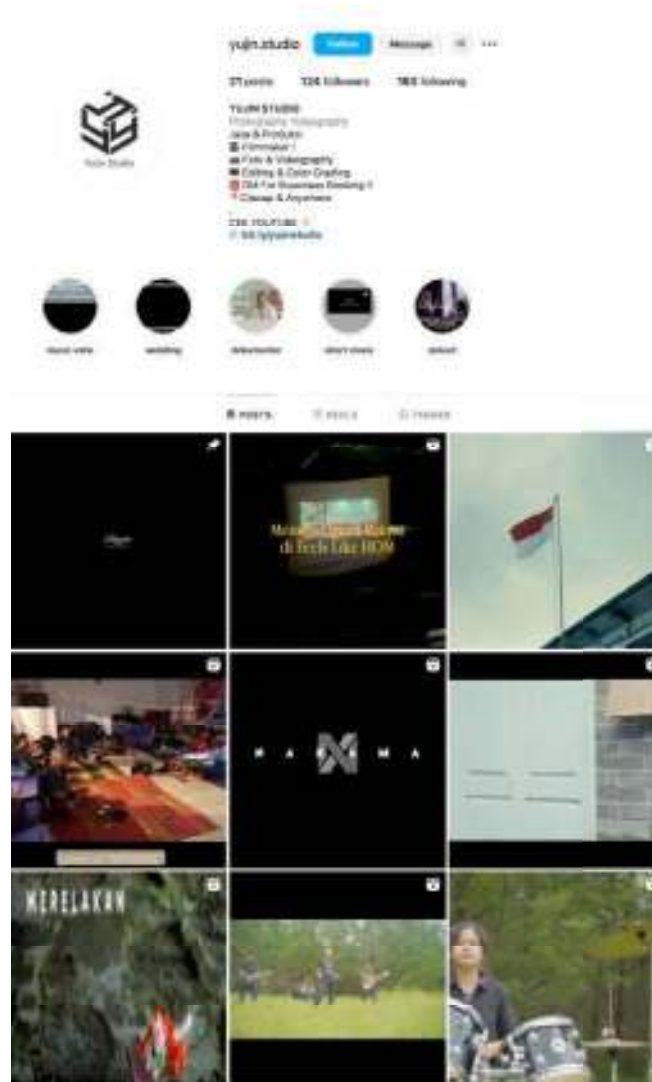
3) Short movie 2022:

- Runtuh

- Waktu yang salah #3
- Duka short movie
- Pingal
- Pemeran Pengganti
- Hati-hati di Jalan
- Temu
- Kamu

J. Yujin Studio

Yujin Studio adalah studio fotografi dan videografi di Jl. Kendeng No. 33 Kelurahan Sidanegara, Kecamatan Cilacap Tengah yang memproduksi film, video dan foto, *editing* serta color grading.



Instagram Yujin Studio @yujin.studio

Beberapa karya dan prestasi yang diraih:

1) Periode Tahun 2020:

- MV Anti Korupsi 2020
- Short Movie "delusif" dengan sutradara Zacky A. Adiwira

2) Periode Tahun 2021:

- Short Movie "Kardun dan Apron Coklatnya" Sutradara Kurnia Adhiatma

- Video Clip Lombok Cengis Ft. Plokdest Periode Tahun "Pintu Hidayah-Mu"

3) Periode Tahun 2022:

- Short movie "Tentang Rindu" Sutradara Fitria Anggraini 2022
- Post production dan property art film musikal "Maos"
- Musik & video clip Nakama "Yang Tlah Berakhir"

4) Periode Tahun 2023:

- Musik & video clip Nakama "Hasrat",
- Musik & video clip Nakama Ft. Vivi G. Olivianti "Merelakan"
- Musik & Video Clip Nakama "Penguasa"
- Musik & Video Clip Nakama "Bertahan", Musik & Video Clip Anang DRV Ft. A. Malindra "Satu"

5) Periode Tahun 2024:

- Juara 1 Lomba Vlog Kominfo Gempur Rokok Ilegal
- Juara 3 lomba Vlog Kominfo Gempur Rokok Ilegal
- Musik & video clip Anang Ariyana "Segara"
- Musik & video clip Temanq "Padamu"
- Musik & Video Clip Feby Algenia "Nirwana"

K. Artunesia Studios, artunesia.com

Adalah studio produksi video, animasi, desain grafis, website, musik dan fotografi, yang beralamat di Jl. MH. Thamrin No. 140 Cilacap, Jawa Tengah - 53221.

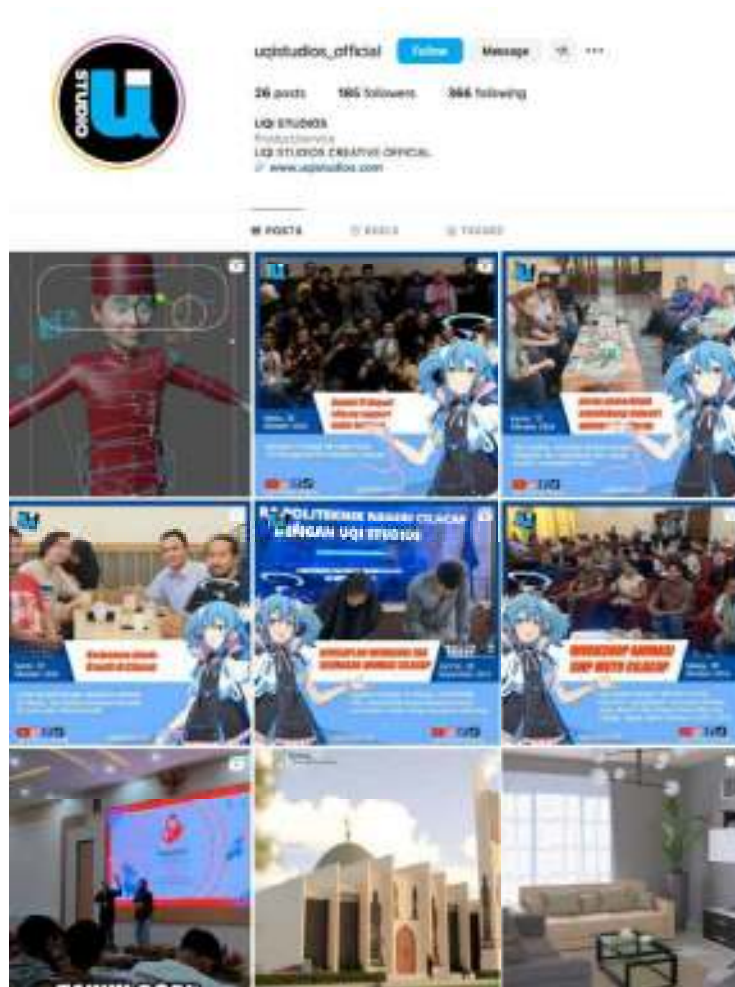
Beberapa karya dan prestasi yang telah dicapai:

- 1) Kreator video aplikasi Agrio pada 2018
- 2) Kreator TVC Cat Nippon Paint.
- 3) Tahun 2021 sebagai Kreator Company Profile Kampus UII Jogja.
- 4) Di periode tahun 2022:
 - Permodelan 3D Machine Krakatau Steel
 - Permodelan 3D app untuk Binus University

- Kreator aplikasi Nolu
 - Kreator Company Profile Adna Group
 - Permodelan 3D AR/VR Universitas Terbuka
- 5) Di periode tahun 2023 sebagai Kreator video & 3D animasi di Kominfo program IGDx 2023
- 6) Di tahun 2024:
- sebagai Kreator video Perpusnas RI 2024
 - Saat ini sedang progress mengerjakan Visual Efek di Film Janji Merapi yang rencananya ditayangkan pada 2025.

L. UQI Studio Animasi

UQI Studio Animasi beralamat di Jl. M.T. Haryono Relokasi, Pasiran, Tegalreja, Kec. Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.



Gambar 2.42
Akun Instagram UQI Studio Animasi @uqistudios_official



Gambar 2.43
UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan mengerjakan

3D asset, Vfx & Composite untuk Film Kadet 1947
Sumber: Dokumentasi UQI Studio

Dengan karya-karya animasi sebagai berikut:

- 1) Tahun 2018 mengerjakan Animasi BKSAP DPR RI 2018,
- 2) Tahun 2021:
 - mendapat kepercayaan mengerjakan 3D asset, Vfx & Composite untuk Film Kadet 1947
 - Modeling Asset Animasi Temotion, Asset Modeling Hutan Trailer Didi & Friends Malaysia
 - 5 Animasi Sepeda Pacific Bike
 - Animasi B-SIMS (Pelabuhan Batam)

Gambar 2.43

UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan membuat Modelling Interior Kereta Eksekutif KAI



Sumber: Dokumentasi UQI Studio

- 3) Tahun 2022:
 - membuat Modeling Interior kereta eksekutif KAI
 - WIR Animation TVC Asia
- 4) Pada 2023:
 - Lucky Strike Pinball TVC
 - Nusa Meta (WIR) TVC Indonesia
 - Design Animation Apartment Podomoro

- Good Time (Anamorphic Comercial)
- Animasi *Trade Center* Purwokerto
- Jumbo Animation Visinema Project
- Trade Centre Project Purwokerto
- 13 Bom Movie Visinema Project
- Camel Rotoscoping Project

Gambar 2.44
UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan membuat Lucky Strike Pinball TVC pada 2023



Sumber: Dokumentasi UQI Studio

Gambar 2.45
UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan membuat WIR Animation TVC Asia



Sumber: Dokumentasi UQI Studio

5) Pada 2024:

- mengerjakan Fantastic Morph Guardian Ranger
- Fireworks Fiasco Petco Love (Fur and Simulation)
- Baby Z Malang (*composite*)
- Painting Animation Project
- Project Game (*Mechania Arms*) Project IP (*Guardian Ranger for Kids*)

Gambar 2.46

UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan membuat Jumbo Animation Visinema Project



Sumber: Dokumentasi UQI Studio

Gambar 2.47
UQI Studio Animasi mendapat kepercayaan
menjadi service provider 13 Bom Movie Visinema Project



Sumber: Dokumentasi UQI Studio

M. Kegiatan Pengembangan Subsektor Film, Animasi dan Video

Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kab. Cilacap melalui Perpustakaan Kab. Cilacap menyelenggarakan kegiatan Tehnical Meeting Lomba Pembuatan Film Dokumenter Untuk Siswa Siswi SMA/SMK/MA/MAK Tingkat Kabupaten Cilacap Tahun 2024 pada Selasa, 30 April 2024.

Gambar 2.48
Suasana Technical Meeting Lomba pembuatan Film Dokumenter



Sumber: <https://arpus.cilacapkab.go.id/arpus/dinas-arpus-kab-cilacap-mengadakan-technical-meeting-lomba-pembuatan-film-dokumenter-untuk-siswa-sma-smk-ma-mk-tingkat-kabupaten-cilacap-tahun-2024/>

Sebagai narasumber, Dosen Universitas Islam Negeri Raden Mas Saidh, Aan Ratmanto, M.A., memaparkan materi yang fokus bagaimana tata cara pembuatan film dokumenter. *Technical Meeting* Lomba Pembuatan Film Dokumenter dibuka secara resmi oleh Achmad Fauzi, S.E., M.E. selaku Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Cilacap. Peserta terdiri dari Siswa/Siswi Tingkat SMA/SMK/MA/MAK Se-Kabupaten Cilacap.

Lomba Pembuatan Film Dokumenter Tingkat SMA/SMK/MA/MAK Kabupaten Cilacap Tahun 2024 bertemakan “Sejarah Desa Di Kabupaten Cilacap”.

N. Workshop Pembuatan Film LPTNU Cilacap

Lembaga Pendidikan Tinggi Nahdlatul Ulama Kabupaten Cilacap bekerjasama dengan Lesbumi, RMI dan Forum Komunikasi Pondok Pesantren Kabupaten Cilacap telah melaksanakan Workshop pembuatan Film dan *Live Streaming*.

Gambar 2.49

Suasana Workshop pembuatan Film dan Live Streaming



Sumber: <https://pcnucilacap.com/lptnu-cilacap-sukses-gelar-workshop-pembuatan-film/>

Kegiatan ini untuk memotivasi dan membekali santri dengan mengenal dan mampu memanfaatkan multimedia di kabupaten Cilacap untuk menyiapkan diri dalam menghadapi era media sosial dan mewarnai globalisasi dengan nilai-nilai luhur pesantren. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu-Minggu, tanggal 17-18 September 2022 di Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap (UNUGHA). Dengan narasumber yang sangat kompeten dalam dunia perfilman, Teguh Rusmadi, Nasrudin Mudaff dan Dinaryanto, yang sangat mengapresiasi antusiasme peserta dalam mengikuti workshop, dengan melahirkan tiga karya yaitu Pendaftaran Unugha, Rapi Parkir dan Alas Kaki.

O. Rantai Nilai Kreatif Dalam Ekosistem Film, Animasi dan Video

Ekosistem ini merupakan sebuah sistem yang menggambarkan hubungan saling ketergantungan (*interdependent relationship*) yang mendukung terciptanya nilai kreatif pada industri video Indonesia antara:

1. Rantai Nilai Kreatif (*Creative Value Chain*), yang terdiri dari tahap kreasi, produksi, dan distribusi karya kreatif video;

2. Lingkungan Pengembangan (*Nurturance Environment*), yang terdiri dari ruang pengembangan melalui apresiasi dan aktivitas pendidikan bidang video;
3. Pasar-Konsumen, Audiens, dan Customer (*Market*); Pengarsipan (*Archiving*).

a) Proses Kreasi

Kabupaten Cilacap dengan adanya berbagai potensi budaya, bentang alam dan juga kekuatan masyarakat bisa menjadi salah satu lumbung ide untuk proses kreasi. Terlebih untuk proses kreasi ini bukanlah proses yang padat modal dan bisa dilakukan oleh siapa saja terutama yang memiliki visi pengembangan literasi melalui multimedia, film, video dan animasi. Kekurangannya adalah belum adanya banyak sistem inkubasi untuk mengasah dan mengadu ide dan gagasan tempat bertemunya para kreator untuk mengubah potensi dan narasi yang ada menjadi cerita dan ide gagasan.

b) Proses Produksi

Kurang meratanya akses pada beberapa tahap peralatan dan beberapa keahlian yang sesuai untuk proses produksi ini cukup menghambat tumbuh dan kembangnya industri ini. Pada beberapa komunitas sudah memiliki keahlian dan akses pada peralatan seperti animasi, produksi video dan film. Tetapi pada beberapa komunitas lainnya masih baru di tingkat kualitas *mobile content creator/social media content creator* sehingga mengandalkan perlengkapan *gadget, smartphone* dan *tablet* yang saat ini sudah cukup mumpuni untuk memproduksi konten secara mudah. Sehingga perlu ditingkatkan untuk kualitas produksi tingkat profesional.

Beberapa keunggulan Kabupaten Cilacap untuk sumber ide gagasan bisa didapatkan beberapa di antaranya dari:

1. Budaya berbagai bahasa daerah yang ada

2. Cerita rakyat dan legenda yang ada
3. Bentang alam, mangrove, laut samudera, dan gunung
4. Budaya tradisional
5. Budaya baru yang muncul dari akulturasi

c) Proses Distribusi

Akses internet yang cukup baik di Cilacap bisa membuat proses distribusi, pengiriman karya dan penyebaran karya dilakukan dengan optimal. Belum lagi ditambah banyaknya pegiat media sosial yang bisa dengan cepat melakukan distribusi karya dan penyebaran informasi dan publikasi karya. Namun dibutuhkan sebuah pusat informasi dan orkestrasi informasi dengan baik dan konsisten untuk bisa menghasilkan informasi dan citra kota yang sesuai.

d) Proses Konsumsi & Apresiasi

Ruang putar, ruang apresiasi, bioskop, *theater* dan ruang publik, *event* dan festival yang bisa memungkinkan dilakukan pemutaran karya video dan film dengan konsisten menjadi salah satu penghambat apresiasi karya lokal dilakukan. Peluang lainnya adalah dukungan komunitas dan entitas untuk pemutaran film keliling dengan layar tancap/layar tanjleb menjadi salah satu kearifan lokal yang perlu diberikan stimulus dan kerangka serta payung hukum untuk membuatnya bisa terus lestari. Hal ini perlu dilakukan sambil menunggu adanya lokasi lokasi berstandar nasional dan internasional untuk ruang apresiasi.

Gambar 2.50

Ilustrasi proses proses konsumsi & apresiasi pada film Pantjak dan layar tanjleb



Sumber:

https://festivalfilmurbalingga.id/kabar_berita/layar_tanileb_desa_bunton_cilacap/

e) **Proses Konservasi & Pengarsipan**

1. Adanya OPD arsip pusat bisa menjadi peluang dilakukan optimalisasi sehingga bisa semakin bisa mengarsipkan karya-karya bersifat multimedia dengan semakin baik.
2. Minimnya festival membuat jasa videografer tidak terapresiasi dengan baik.
3. Tidak tersedia atau masih minimnya ruang tayang alternatif yang memadai bagi masyarakat untuk mengakses karya/produk video.
4. Distribusi online menjadi alternatif akan tetapi lambatnya jaringan dan infrastruktur teknologi pendukung lainnya menjadi kendala tersendiri.
5. Pasar besar bagi videografer adalah media. Namun demikian, kebijakan media yang tidak seragam dalam pemberian upah ataupun standar kompensasi yang digunakan, sering menjadi kendala.

6. Masih belum optimalnya peran asosiasi nasional menyebabkan jasa videografer dinilai sangat rendah oleh pasar meski permintaannya sangat tinggi.
7. Youtube dan media sosial *video sharing* lainnya melahirkan model bisnis tersendiri yang baru dalam proses produksi video.
8. Belum siapnya videografer daerah dalam standarisasi *broadcasting* yang sering tidak *match* dalam memproduksi konten. Namun demikian, potensinya yang besar memerlukan perhatian khusus dalam hal peningkatan sumber daya potensi di daerah.
9. *Video mapping* dan video seni eksploratif lainnya masih berupa sajian tontonan gratis. Belum ditemukan formula bisnis yang tepat untuk dikomersialisasikan untuk kategori pasar umum. Sedangkan potensi untuk itu bisa saja dilakukan, layaknya ajang pentas sebuah seni pertunjukan atau bahkan seperti sinema (bioskop).

2.7.9. Subsektor Fotografi

Pengertian fotografi adalah proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya menggunakan alat berupa kamera (Departemen Perdagangan, 2009). Kegiatan usaha fotografi termasuk usaha pembuatan fotografi, seni foto dan jasa pendidikan fotografi.

Subsektor Fotografi di Kabupaten Cilacap masih berkembang sebagai bisnis di tingkat UMKM dan melayani kebutuhan masyarakat dalam memberikan berbagai variasi produk dan layanan, seperti foto *pre-wedding*, foto keluarga, atau bahkan foto korporat. Terdapat 10 studio foto yang tergolong terbaik di Kabupaten Cilacap, yaitu:

1. Star Photo & Advertising
2. Libpic Studio
3. LJ Foto Studio

4. Nostalghie Photography
5. Matahari Digital Photo Center
6. Yan's Studio
7. Jaya Digital
8. Roma Studio
9. Boss Studio
10. Pretty Photo Studio

Perkembangan seni fotografi di Kabupaten Cilacap menjadi salah satu perhatian Pemerintah Kabupaten. Diselenggarakannya sebuah *creative event* yang menyandingkan apresiasi terhadap foto dengan literasi tentang sejarah Cilacap yang terpaparkan dalam pameran arsip. Festival Kesenian dan Kebudayaan Cilacap (Festacap) tahun 2021 yang digelar di Aula Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Cilacap pada Jumat 17 September 2021 hingga Minggu 19 September 2021 berupa Pameran Fotografi dan Arsip Sejarah Cilacap yang memperlihatkan sudut-sudut Kabupaten Cilacap dari lensa kamera dan beberapa arsip peninggalan masa lalu seperti buku, majalah, peta, foto-foto hingga kartu-kartu pos yang digunakan pada tahun 1930-an.

Kegiatan pengenalan Cilacap melalui media foto dan arsip kemudian juga dikembangkan oleh Komunitas Tjilatjap History. Komunitas ini mengajak masyarakat Cilacap untuk lebih mengenal seni, budaya, hingga sejarah Kabupaten Cilacap melalui Pameran Fotografi dan Arsip Sejarah Cilacap di Kampung Kepiting, Jojok Kutawaru Kecamatan Cilacap Tengah, Minggu 21 Maret 2022. Pameran Fotografi dan Arsip Cilacap memperlihatkan sudut-sudut Kabupaten Cilacap dari lensa kamera dan beberapa arsip peninggalan masa lalu seperti buku, majalah, peta, foto hingga kartu pos yang digunakan pada tahun 1950-an.

Pembinaan minat siswa sekolah menengah atas terhadap seni fotografi sebagai media dalam mengapresiasi seni budaya dan literasi sejarah dilakukan Pemerintah Pusat melalui penyelenggaraan FLS2N

(Festival Lomba Seni Siswa Nasional) oleh Pusat Prestasi Nasional Kemdikbudristek. Pada penyelenggaraan FLS2N (Festival Lomba Seni Siswa Nasional) tahun 2023 digabungkan dengan Festival Literasi Siswa Indonesia (FeLSI). FeLSI pada FLS2N terdiri dari 3 bidang, yaitu Jurnalistik, Fotografi, dan Cerpen. Ada 3 finalis Dari Kabupaten Cilacap untuk FLS2N yang diselenggarakan di Novotel Jakarta Mangga Dua Square Jakarta pada tanggal 21-26 Agustus 2023, yaitu Disa Azzahra Handarbeni dari SMA Negeri 1 Maos dan Fatimah dari SMA Negeri 1 Dayeuhluhur untuk Bidang Fotografi dan Zahwa Aprilita dari SMA Negeri 1 Sampang untuk Bidang Jurnalistik.

Pada Kegiatan Final FLS2N para peserta diminta membuat karya jurnalistik dan fotografi untuk dipresentasikan di depan Juri. Setelah melalui perjuangan yang panjang, akhirnya pada tanggal 25 Agustus 2023 Disa Azzahra Handarbeni dinobatkan sebagai Juara III atau Meraih Medali Perunggu setelah menyisihakan 25 Finalis se-Indonesia untuk Bidang Fotografi. Karya fotografi pertama yang dibuat oleh Disa Azzahra adalah “Seni dari Tanah Bentala” yang diunggah dalam IG @dssazhr yang memotret perajin gerabah tanah liat di Desa Karang Tengah Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap. Kemudian pada tahap kedua, Disa mengambil foto-foto di Museum Bahari dan Pelabuhan Sunda Kelapa dengan judul “Keindahan Seni Hidup Bersahaja Di Tengah Ibu Kota”

Prestasi siswa SMA Negeri 1 Maos ini membuktikan perkembangan minat dan kompetensi orang muda Cilacap di bidang fotografi telah menunjukkan bakat dan kemampuan yang bisa menembus tingkat Nasional. Kemudahan fasilitas perangkat media rekam seperti digital camera yang juga sudah terintegrasi dengan perangkat gawai memudahkan apresiasi dan kompetensi di bidang fotografi dapat tumbuh pesat di kalangan orang muda. Fenomena ini telah memberikan sinyal kuat bagi perkembangan ekosistem ekonomi kreatif khususnya pada subsektor fotografi di masa mendatang sangat menjanjikan.

2.7.10 . Subsektor Kuliner

Pada tahun 2011 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memasukkan kuliner sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif. Kuliner didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadi unsur kreativitas, estetika, tradisi dan/atau kearifan lokal; sebagai citarasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman kepada konsumen (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2015). Kegiatan kuliner pada dasarnya erat dengan proses dalam menyiapkan makanan atau memasak yang merupakan kegiatan dasar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk restoran, kafe dan jasa pelayanan kuliner baik modern maupun berbasis budaya lokal.

Dalam konteks wisata kuliner, Cilacap mempunyai makanan khas yang cukup terkenal, di antaranya tempe Mendoan, Brekecek Pathak Jahan, Tahu Masak, Lotek, Pecel, Gembus, Karedok, Getuk, dan Tahu Brontak dan olahan seafood lainnya. Apabila berkunjung ke pantai Teluk Penyu, misalnya, anda dapat mencicipi hidangan laut yang tidak kalah lezatnya dengan hidangan sejenis di pusat-pusat wisata kuliner lainnya di Indonesia. Ikan Bakar, Kepiting, Rajungan, Udang dan berbagai jenis hidangan laut dapat dinikmati dengan harga yang terjangkau. Sedangkan dalam konteks industri subsektor ekonomi kreatif, kuliner secara operasional meliputi kegiatan usaha restoran, kafe, sentra atau pusat jajanan serba ada; usaha makanan dan minuman baik modern dan tradisional.

Untuk kondisi di Kabupaten Cilacap potensi yang ada lebih terfokus pada usaha makanan dan minuman baik modern dan tradisional yang terdiri dari sale pisang dan kripik pisang, gula kelapa dan gula aren, jenang, kripik tempe, pengolahan hasil ikan, minuman herbal (jamu) dan wedang jahe.

Subsektor kuliner yang menjadi potensi di wilayah Kabupaten Cilacap terdiri dari usaha berbahan baku pisang, gula aren, pengolahan hasil ikan, jenang, keripik tempe, jamu dan minuman herbal.

A. Sale pisang dan Kripik Pisang

Sale pisang dan kripik pisang merupakan makanan tradisional yang hampir di seluruh daerah mengusahakannya termasuk di Kabupaten Cilacap. Usaha sale dan kripik pisang di Kabupaten Cilacap merupakan usaha turun temurun yang saat ini masih merupakan salah satu usaha yang menjadi andalan bagi masyarakat. Di mana kegiatan usaha ini melibatkan banyak tenaga kerja baik dari sisi bahan baku, pengolahan sampai dengan pemasarannya.

Pemasaran produk ceriping dan sale pisang pernah sampai wilayah Jawa Bali, saat ini konsentrasi ke daerah sekitar karena keterbatasan produksi khususnya daerah Solo, Semarang, Rembang dan Cilacap sendiri. Sedangkan untuk pasar luar negeri (*export*) belum dilakukan karena terkendala kapasitas produksi. Distribusi barang sudah melalui ritel modern, tetapi saat ini hanya mampu memenuhi pasar di wilayah Kabupaten Cilacap saja. Sedangkan sentra potensi dan pengembangan ada di Kecamatan Sidareja, Majenang, Gandrungmangu, Kedungmangu.

Gambar 2.51

Sentra potensi dan pengembangan Sale Pisang dan Kripik Pisang di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

B. Gula Kelapa dan Gula Aren

Produksi gula kelapa di Kabupaten Cilacap pada tahun 2013 mencapai lebih dari 48.800 ton. Produksi ini berasal dari areal pohon kelapa seluas 5.260 hektare yang tersebar di sejumlah wilayah kecamatan. Sentra potensi dan pengembangannya antara lain di Kecamatan Adipala, Kesugihan, Binangun, Jeruklegi, Kawunganten, Patimuan dan Cipari. Sisanya menyebar pada hampir semua kecamatan. Cilacap merupakan sentra produksi gula kelapa terbesar ketiga di Jawa Tengah setelah Purbalingga dan Banyumas.

Gambar 2.52

Sentra potensi Gula Kelapa dan gula Aren di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

C. Pengolahan Hasil Ikan

Terkait dengan kegiatan usaha kerupuk ikan, Kabupaten Cilacap menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan (2004) merupakan salah satu daerah potensial dalam pengembangan industri pengolahan kerupuk ikan di Indonesia. Lebih lanjut disampaikan daerah lain yang potensial untuk dikembangkan adalah Propinsi Jawa Timur yaitu pada Kabupaten Sidoarjo, Propinsi Sumatra Selatan yaitu Kabupaten Palembang, Propinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Tegal, Cilacap, dan Pekalongan serta Propinsi Jawa Barat yaitu Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Indramayu. Dengan demikian peluang usaha kerupuk ikan menjadi sangat baik karena kebutuhan kerupuk ini terus ada, kebiasaan sebagian masyarakat Indonesia yg suka kerupuk, proses pembuatan kerupuk relatif mudah, dan kebutuhan kerupuk secara kontinyu hampir setiap hari.

Sentra potensi dan pengembangan berada di Kecamatan Cilacap Selatan, Maos, Kroya, Bantarsari.

Gambar 2.53
Sentra potensi dan pengembangan Kerupuk di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

D. Jenang

Jenang merupakan salah satu makanan khas Jawa yang namanya sudah sangat populer. Setiap daerah memiliki keunikan citarasa masing-masing untuk jenis jajan ini. Untuk di Kabupaten Cilacap jenang merupakan menu wajib hajatan yang harus disediakan. Salah satu sentra penghasil jenang di Kabupaten Cilacap adalah Maos. Jenang Ketan khas Maos atau Jenang Maos mempunyai cita rasa yang berbeda dengan jenang dari daerah lainnya karena memiliki cita rasa yang gurih dan manis. Karena dalam pembuatannya menggunakan bahan tambahan rempah-rempah. Sentra potensi dan pengembangan berada di sentra di Kecamatan Maos, Kroya.

Gambar 2.54

Sentra potensi dan pengembangan Jenang di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

E. Keripik Tempe

Keripik tempe merupakan makanan ringan yang banyak dijumpai di hampir daerah di Indonesia. Makanan ini termasuk makanan tradisional yang sampai sekarang masih diminati. Makanan berbahan baku tempe ini dalam proses produksinya tidak memerlukan cara, waktu dan peralatan khusus. Keripik tempe ini biasanya dibuat oleh masyarakat/industri rumahan dan belum diupayakan dalam skala besar. Untuk di Kabupaten Cilacap usaha pembuatan keripik tempe banyak ditemui di hampir wilayah dengan menggunakan peralatan sederhana

Untuk variasi produk belum ada upaya untuk mengembangkan produk yang ada menjadi lebih bervariasi, saat keripik tempe yang diproduksi berupa keripik tempe original. Penjualan keripik tempe saat ini masih melayani pasar di sekitar Kabupaten cilacap dan sekitarnya saja, belum ada upaya untuk mengembangkan penjualan ke daerah lain dalam skala besar. Sentra pembuatan keripik tempe yang potensial di Kabupaten Cilacap saat ini terletak di Kecamatan Kroya dan Patimuan.

Gambar 2.55

Sentra potensi dan pengembangan Keripik Tempe di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

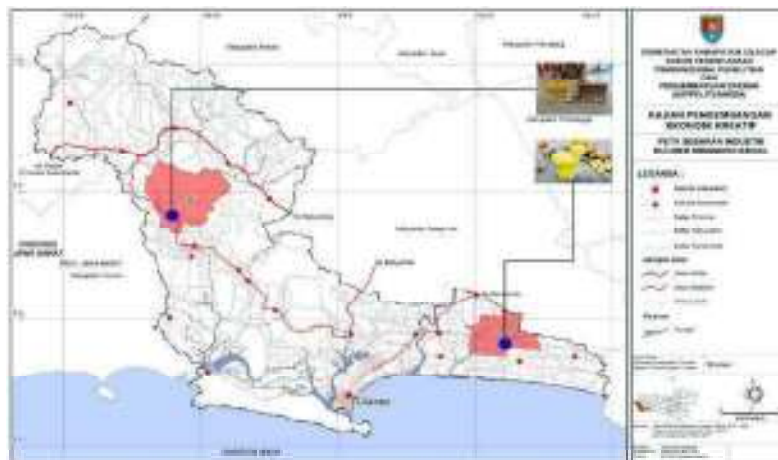
F. Jamu & Minuman Herbal

Jamu di kabupaten Cilacap pernah mencapai kejayaan dan dapat dikatakan sebagai salah satu produk unggulan pada saat itu. Tetapi kondisi sekarang menunjukkan hal sebaliknya dikarenakan jamu yang diproduksi menggunakan campuran BKO (Bahan Kimia Obat). Hal tersebut yang kemudian menjadi ilegal bagi peredaran jamu Cilacap. Saat ini ada upaya untuk memunculkan kembali jamu Cilacap sesuai dengan peraturan yang ada, disesuaikan dengan perkembangan yang ada saat ini maka pembuatan jamu diarahkan pada pembuatan minuman/jamu herbal.

Sentra produksi jamu Cilacap tersebar di Kecamatan Kroya, Sampang, Binangun, Adipala, Maos, Nusawungu, dan Kesugihan. Pemasaran jamu hingga ke Jawa Barat, Jawa Timur, bahkan Kalimantan dan Sulawesi. Salah satu desa di Kabupaten Cilacap yang berpotensi sebagai sentra jamu adalah Desa Gentasari kecamatan Kroya. Industri jamu tradisional di Desa Gentasari sudah dikenal masyarakat, khususnya kalangan menengah ke bawah. Jumlah usaha jamu di sektor mikro, kecil,

dan menengah yang pada tahun 2006 sebanyak 836 unit, kini tinggal 257 unit.

Gambar 2.56
Sentra potensi dan pengembangan Jamu dan Minuman Herbal
di Kabupaten Cilacap



Sumber: Laporan Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif, Bappeda Kabupaten Cilacap

2.7.11 . Subsektor Permainan

Departemen Perdagangan (2009) mendefinisikan subsektor permainan interaktif sebagai kegiatan rekreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan dan edukasi. Permainan interaktif dilakukan secara interaktif melalui jaringan internet, sehingga dukungan ketersediaan teknologi informatika mutlak diperlukan. Permainan interaktif didefinisikan sebagai permainan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Berbasis elektronik, baik berupa aplikasi software pada komputer (*online* maupun *stand online*), *console* (Playstation, XBOX, Nintendo dll), mobile handset dan *arcade*.
- b) Bersifat menyenangkan dan memiliki unsur kompetisi.

- c) Memberikan instruksi kepada pemain (*feedback*), baik antar pemain atau pemain dengan alat.
- d) Memiliki tujuan atau dapat membawa satu atau lebih konten atau muatan dengan pesan yang disampaikan bervariasi misalnya unsur edukasi, entertainment, promosi produk (*advertisement*), sampai kepada pesan yang destruktif.

Industri *video games* maupun *e-sports*, sebagai salah satu bagian dari subsektor ekonomi kreatif Indonesia, memiliki potensi besar yang masih belum tergarap dengan baik. Diperlukan kerjasama berbagai pihak untuk menumbuhkan ekosistemnya sehingga nilainya bisa tumbuh besar. Perkembangan subsektor *games* di Kabupaten Cilacap masih sangat terbatas. Belum ada data resmi Pemerintah Kabupaten yang mencatat perkembangan subsektor ini. Sekalipun demikian, riset melalui data jaringan di internet masih menunjukkan adanya penawaran kursus dan pelatihan yang terkait dengan peminatan di bidang coding untuk bahasa pemrograman. Minat ini juga sudah merembes di kalangan siswa sekolah menengah dan juga umum. Lembaga yang menggerakkan bisnis di subsektor ini masih terbatas pada penawaran kursus dan pelatihan bahasa pemrograman dan *coding* tersebut, seperti misalnya AKMAKOM Cilacap yang menyediakan kursus baik luring maupun secara daring dan pelatihan siap kerja hingga pemagangan bersertifikat. Beberapa kelas coding menyediakan materi seperti:

- a) Kelas Web Programming
- b) Kelas PHP Programming
- c) Kelas Android Developer
- d) Kelas Framework Laravel
- e) Kelas Framework Codeigniter

Sekalipun bisnis dibidang *video games* dan *e-sports* di Kabupaten Cilacap masih sangat terbatas sebagai hobi kalangan tertentu, tetapi menurut laporan Pricewaterhouse Coopers (PwC) yang bertema *Global*

Entertainment & Media Outlook 2023-2027, pendapatan dan nilai pasar gim elektronik (*video games* dan *e-sports*) di Indonesia diproyeksikan tumbuh secara konsolidasi (*compounded annual growth rate/CAGR*) sebesar 13,8% secara tahunan, meningkat menjadi US\$ 3,1 miliar (Rp 49 triliun) pada tahun 2027, dari hanya US\$ 1,6 miliar pada tahun 2022. Menurut PwC⁴, pertumbuhan ini didorong oleh perbaikan akses internet dan minat generasi muda, sehingga menjadikan pasar gim di Indonesia sebagai yang tercepat ketujuh di dunia.

Perkembangan olahraga khususnya *e-sports* di Indonesia semakin menggeliat. Menyusul saat ini cabang olahraga tersebut telah resmi diikutsertakan dalam berbagai ajang kejuaraan ditingkat internasional. Di Kabupaten Cilacap, dalam tiga tahun terakhir jenis cabang olahraga tersebut mulai diminati generasi milenial. Indikatornya adalah terbentuknya puluhan tim lokal dan diantaranya bahkan telah dikemas secara profesional dengan struktur manajemen tim yang baik.

Salah satunya ialah tim *e-sports* profesional asal Cilacap yang bernama Lumineux. Sejak dibentuk pada tahun 2009 lalu berhasil meraih sejumlah prestasi baik ditingkat regional daerah maupun kejuaraan Nasional. Tercatat Tim Lumineux Cilacap telah meraih pila kejuaraan di tingkat daerah maupun nasional. Salah satu kejuaraan yang pernah membuat Lumineux mendapatkan piala kejuaraan adalah ajang kejuaraan Point Blank Competition pada tahun 2018. Lumineux sendiri merupakan kata dalam bahasa Prancis yang berarti bercahaya, seperti halnya semboyan Kota Cilacap. Perkembangan subsektor *games* bukan tidak mungkin ke depannya akan digerakkan oleh geliat aktivitas *e-sports* yang sudah membuat generasi milenial terlibat dan berkontribusi di dalamnya.

⁴<https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2023/indonesian/global-entertainment-and-media-outlook-2023-2027.html> (diunduh, 13 September 2024)

2.7.12 . Subsektor Musik dan Pertunjukan Musik

Subsektor musik adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan musik, reproduksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik serta jasa pelayanan pertunjukkan (Departemen Perdagangan, 2009).

Cilacap yang selama ini dikenal sebagai kota industri, ternyata juga menyimpan potensi dalam industri musik serta konten kreatif. Seiring berkembangnya sarana teknologi informasi, dua hal itu telah menjadi salah satu penggerak perekonomian di kota yang terletak di Jawa Tengah bagian selatan ini. Guna mendorong perkembangan industri kreatif di Cilacap, salah satu pengusaha kuliner di Cilacap menginisiasi kegiatan kumpul *content creator* dan edukasi industri musik di Cafe Bercahaya Cilacap pada Sabtu 1 Juni 2024⁵. Inisiatif ini sangat penting sebagai bentuk kesadaran masyarakat terhadap potensi Cilacap di bidang musik maupun konten kreatif.

Upaya Pemerintah Kabupaten Cilacap dalam peningkatan apresiasi masyarakat terhadap musik telah dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan (Arpus) yang pada tanggal 24 Februari-20 April 2024 telah melakukan kegiatan pengembangan literasi berbasis inklusi sosial dengan menghadirkan Music Class Perpusda, bertempat di Studio 45 Cilacap. Konsep yang diusung adalah grup band sebagai kesempatan bagi anak-anak untuk mengembangkan kreativitas dan kemampuan musik mereka.

Harapannya dari kegiatan ini nantinya akan muncul bakat-bakat terlatih dari para peserta yang kemudian akan ditampilkan dalam pementasan musik pada acara-acara tertentu yang digelar Pemerintah Kabupaten Cilacap. Selain pelatihan bermusik, Music Class Perpusda juga

⁵ Sumber: <https://www.pande.co.id/event/1814717183/kumpul-content-creator-dan-edukasi-industri-musik-digelar-di-cilacap-lahirkan-sebuah-komunitas-digital#:~:text=Gelaran%20ini%20diadakan%20di%20Cafe.Cilacap%2C%20sekaligus%20pemilik%20Cafe%20Bercahaya> (diunduh, 13 September 2024).

membentuk komunitas literasi musik di wilayah eks kotip Cilacap. Komunitas ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi peserta untuk belajar, berbagi ide, dan bersama-sama mengembangkan minat serta bakat mereka di dunia musik⁶.

Potensi pegiat subsektor musik di Kabupaten Cilacap yang terdapat dalam catatan data Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap tahun 2024 menyebutkan lebih dari 250 kelompok musik dari berbagai jenis musik dari musik tradisional, musik keagamaan, hingga musik kontemporer. Secara garis besar jenis-jenis musik yang berkembang di Kabupaten Cilacap meliputi:

- a) Musik Tradisional: Karawitan, Tembang Macapat, Karawitan Sunda, Calung Banyumasan, Angklung Kombinasi, Kotekan Lesung, Seni Musik Tradisional Bambu dan Kentongan;
- b) Musik Keagamaan: Qasidah Rebana, Qasidah Modern, dan Dangdut Qasidah, Selawatan Janeng;
- c) Musik Modern dan Kontemporer: Keroncong, Campursari, Dangdut, Dangdut Kombinasi, Dangdut Campursari, Tarling Dangdut Campursari, Organ Tunggal, Seni Musik Kontemporer.

Jumlah kelompok pegiat subsektor musik di Kabupaten Cilacap yang sudah memiliki nomor registrasi di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan sejumlah kurang lebih 276 kelompok/komunitas. Dengan adanya nomor registrasi ini memudahkan Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap dalam pengelolaan dan pembinaan. Ada pun agenda kegiatan yang berupa *event* di bidang subsektor seni musik, antara lain:

- 1) Festival Musik Tradisional Cilacap

Festival ini merupakan agenda festival tahunan yang diselenggarakan sejak tahun 1995. Festival ini dulunya memang diadakan untuk mencegah pudarnya minat generasi muda terhadap

⁶ Sumber: <https://humas.cilapkab.go.id/music-class-perpusda-tingkatkan-literasi-dan-pangkas-kesenjangan-akses-bermusik/> (diunduh, 13 September 2024)

perkembangan musik tradisional. Festival ini selain menampilkan beragam jenis musik tradisional yang berkembang di Kabupaten Cilacap juga menyuguhkan busana adat yang dikenakan oleh para pemainnya. Festival ini sekaligus diproyeksikan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kabupaten Cilacap;

2) Cilacap Indie Fest 2023

Acara ini digelar di Lapangan Karangandri, Jalan Lingkar Timur, Cilacap, Jawa Tengah, pada Sabtu tanggal 16 Desember 2023. Tampil dalam festival ini beberapa grup *indie music* seperti: Rebellion Rose, Samara, The Alibi, Infinite Glory, Defana, Mental Disability, No Skill, The Cognition, dan Monday Better Friday;

3) Cilkot Fest

Festival ini merupakan festival musik yang khusus diselenggarakan untuk memperingati HUT Warmindo Cilkot di Cilacap. Penyelenggaraan Cilkot Fest #3 pada tanggal 5 September 2024 di Lapangan Kopassus Cilacap. Musisi yang dihadirkan Guyonwaton, Threesixty, Roxx Romantixx, Cika Dian, Valentfun, dan Dewa Lintang;

4) Cilacap Fair

Agenda tahunan dan merupakan Festival Musik terbesar yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap ini merupakan ajang pameran kebudayaan lokal dan seni, termasuk di dalamnya pertunjukan musik. Dalam Cilacap Fair 2024 yang diselenggarakan pada 9-10 Mei 2024 di Lapangan Krida Nusantara, di Jalan Tentara Pelajar, Cilacap, Jawa Tengah ditampilkan musisi nasional ternama seperti JKT48, Vierratale, Denny Caknan, dan NDX AKA;

5) Java Pop Festival Cilacap 2024

Agenda Festival musik ini diselenggarakan pada tanggal 31 Agustus 2024 di Lapangan Ex Batalion, Sidanegara, Cilacap Tengah, Cilacap. Festival musik ini merupakan bagian dari agenda *roadshow*

festival dari Java Pop Festival. Musisi yang ditampilkan dalam festival ini adalah Ndarboy, Pertelon Koplo, Masdddho, Oyekustik, dan Damarade. Genre musik merupakan perkembangan musik pop Jawa yang cenderung menjadi beraliran musik dangdut koplo;

6) Festival Musik Muda Desa

Festival yang diselenggarakan setiap tahun ini merupakan ajang pertunjukan bakat musik generasi penerus di Desa Sidasari, Kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap. Festival ini menampilkan bakat dari bermacam-macam genre musik, mulai dari pop, rock, jazz, hingga dangdut, semua ditampilkan di panggung ini. Siapa pun dengan bakat musikal dapat tampil dan menghibur penonton dengan suara mereka. Mereka berkolaborasi dalam penampilan musik dan menciptakan suatu keunikan tersendiri. Kolaborasi antar genre ini memberikan kesempatan bagi generasi penerus untuk belajar dan terbuka terhadap berbagai jenis musik. Festival Musik Muda Desa diselenggarakan secara profesional yang membuat pemerintah Desa Sidasari beserta warganya terbiasa berkolaborasi dengan para investor secara profesional untuk penyelenggaraan festival musik dalam menumbuhkan minat generasi penerus untuk berprofesi di subsektor musik⁷;

7) Festival Bedug Cilacap

Festival musik bernuansa Islami ini merayakan semaraknya lantunan suara bedug yang menggema di Alun-alun Cilacap pada Sabtu malam, 16 Juni 2024. Ribuan warga menyaksikan Festival Bedug yang diselenggarakan dalam rangka memeriahkan Idul Adha 1445H/2024 di Kabupaten Cilacap. Peserta berasal dari seluruh kecamatan yang berada di Kabupaten Cilacap;

8) Myusic Project

⁷ Sumber: <https://www.sidasari.desa.id/festival-musik-muda-desa-merdukan-panggung-dengan-suara-generasi-penerus/> (diunduh, 13 September 2024)

Event musik ini adalah ajang festival musik tahunan yang pada tahun 2023 merupakan Myusic Project #2. Festival Myusic Project #2 diselenggarakan di Kawasan Teluk Penyus, Cilacap pada hari Kamis, 23 November 2023 dan menampilkan musisi Rebellion Rose, Dagu Naknan, Dividen, dan Asap Uye Reggae;

- 9) Festival musik lainnya yang bersifat insidental, seperti: Gildcoustic Cilacap, Lagi-lagi Dangdut, dan sebagainya.

2.7.13 . Subsektor Seni Rupa

Dalam buku Ekonomi Kreatif (2015) seni rupa dalam kaitannya dengan ekonomi kreatif didefinisikan sebagai segenap penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi yang berkelanjutan ekosistemnya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2015). Termasuk dalam pengembangan seni rupa adalah penyelenggaraan pameran seni rupa dan jasa pendidikan seni rupa baik secara modern maupun berbasis pada budaya lokal.

Perkembangan subsektor seni rupa di Kabupaten Cilacap masih dalam rintisan untuk menciptakan ekosistemnya. Sekalipun Kabupaten Cilacap belum merupakan pusat perkembangan seni rupa, namun beberapa seniman seni rupa terkemuka di Indonesia berasal dari Kabupaten Cilacap. Di antara perupa terkemuka tersebut adalah:

- a) Perupa Nasirun (lahir 1 Oktober 1965 di Kabupaten Cilacap). Nasirun adalah seorang pelukis, seniman, kolektor seni, dan maestro seni yang terkenal akan penggunaan elemen Kebudayaan Jawa dalam setiap karyanya. Pada saat ini Nasirun merupakan salah satu seniman lukis terkemuka di Indonesia yang bahkan sangat populer di tingkat Asia Tenggara, Eropa, hingga Amerika Utara. Saat

ini Nasirun berdomisili di Kabupaten Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta. Karya lukis Nasirun berkisar dalam nilai ratusan juta (ada yang hingga 250 juta rupiah);

- b) Selain Nasirun, perupa perempuan bernama Hani Santana adalah seorang seniman lukis yang juga berasal dari Kabupaten Cilacap. Meski hanya berasal dari daerah, Hani Santana mampu membuktikan kemampuan untuk bersaing dengan pelukis-pelukis profesional lainnya dengan melakukan beberapa kali pameran tunggal di sejumlah kota. Hani Santana termasuk perupa perempuan yang sangat produktif pada saat ini. Sedikitnya, 500 karya sudah ia lukis dalam rentang waktu empat tahun. Hani mengusung langgam abstrak dekoratif dalam karyanya. Dengan media akrilik di atas kanvas serta memberikan efek tiga dimensi. Lukisan Hani banyak diwarnai karakter laut, bunga, lingkungan, dan semesta. Tanpa melupakan cerita asal daerahnya, Cilacap. Keputusan Hani menjadi seorang perupa sendiri terbilang cukup ekstrem. Ibu dua anak ini, tidak memiliki latar belakang pendidikan seni rupa. Selain itu, dia berkarya di pesisir Cilacap, suatu lingkungan yang kurang kompetitif untuk seorang perupa.

Kedua tokoh perupa ini menjadi contoh bagaimana Kabupaten Cilacap mampu melahirkan darah perupa yang diperhitungkan di dunia seni. Inisiatif untuk membangkitkan gairah berkesenian khususnya seni rupa di Kabupaten Cilacap telah dimulai dengan menggelar beberapa even pameran, diantaranya:

- A. Di awal tahun 2022, seniman asal Cilacap, Suhadi atau yang akrab disapa Mbah Gembot, menggelar pameran tunggal dengan tema “Bergembira Ria”. Suhadi memamerkan hasil karya lukisannya selama 3 hari, Sabtu – Senin (8-10 Januari 2022) di Studio Lukis Murni, Jl. perintis Kemerdekaan Cilacap;

- B. Pameran lukisan Kie Art Project dengan tema “AKU DAN DIRIKU” yang menghadirkan karya Alexa, Rakhma dan Budi Setiyawan selama lebih dari sepekan (23-31 Desember 2023) di Paragraf Coffee Eatery di Jalan MT Haryono No.5 Cilacap;
- C. Pameran Tunggal Hani Santana dengan 16 lukisannya di Paragraf Coffee and Eatery Cilacap, pada 17-18 Agustus 2023;
- D. Pameran seni rupa bergengsi di Cilacap dalam “DiamDiam Art Exhibition 2024”
- E. Gelar karya seni Lukis dari siswa sekolah seperti Pameran Lukisan karya siswa di SMP Pius Cilacap dan Pameran karya seni rupa siswa SMP Negeri 1 Kroya Cilacap.

A. Pendidikan Seni Rupa

Selain penyelenggaraan *art exhibition* di atas, upaya regenerasi untuk sebuah pergerakan pertama bagi seni rupa di Cilacap telah dilakukan secara sistematis melalui jalur Pendidikan Seni Rupa baik formal maupun non-formal. Secara formal mata pelajaran seni dan budaya masih diajarkan di beberapa sekolah di tingkat menengah pertama dan atas. Bahkan di Desa Serang, Kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap, upaya untuk mengoptimalkan potensi kreativitas anak-anak Desa Serang, telah dibentuk:

a) Program Pendidikan Seni Rupa di Desa Serang:

Untuk mengoptimalkan potensi kreativitas anak-anak Desa Serang, telah dibentuk program pendidikan seni rupa yang mencakup berbagai kegiatan, seperti pelajaran seni rupa di sekolah, lokakarya seni, dan pameran seni. Program ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk belajar dan mengembangkan keterampilan seni mereka melalui pengajaran langsung dan interaksi dengan seniman dan pengajar seni.

b) Pelajaran Seni Rupa di Sekolah:

Sekolah-sekolah di Desa Serang telah memasukkan pelajaran seni rupa dalam kurikulum mereka. Setiap anak mendapatkan kesempatan untuk belajar dan terlibat dalam berbagai teknik seni, seperti melukis, menggambar, dan membuat kerajinan tangan. Selain itu, mereka juga belajar menghargai karya seni orang lain dan berpartisipasi dalam proyek seni kolektif.

c) Lokakarya Seni

Program pendidikan seni rupa di Desa Serang juga menyelenggarakan lokakarya seni yang melibatkan seniman dan pengajar seni dari luar desa. Lokakarya ini memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk belajar dari para ahli dalam bidang seni rupa dan mendapatkan inspirasi baru. Mereka dapat mencoba teknik seni baru dan mengembangkan keterampilan mereka melalui praktik langsung dan bimbingan personal.

d) Pameran Seni

Untuk memberikan pengakuan dan apresiasi terhadap karya seni anak-anak Desa Serang, pameran seni rutin diadakan di desa. Pameran ini memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk memamerkan karya seni mereka kepada masyarakat lokal dan mendapatkan umpan balik positif. Hal ini juga mendorong anak-anak untuk terus mengembangkan bakat mereka dalam seni rupa.

Salah satu daya tarik utama dari Desa Mandala adalah seni rupa yang berkembang pesat. Desa ini telah menjadi pelopor seni rupa di Cilacap dan menampung banyak seniman lokal yang berbakat. Mereka menghasilkan seni visual yang unik dan orisinal, seperti lukisan, patung, dan instalasi seni. Setiap tahun, desa yang terletak di bawah kaki Gunung Slamet ini menyelenggarakan pameran seni rupa yang menarik banyak pengunjung dari berbagai daerah. Pameran ini menjadi wadah bagi seniman lokal untuk

memamerkan karya-karya terbaik mereka dan mendapatkan apresiasi yang layak

B. Manfaat Pendidikan Seni Rupa bagi Anak-anak

Pendidikan seni rupa bagi anak-anak memiliki manfaat yang luar biasa. Selain meningkatkan kreativitas dan keterampilan seni mereka, pendidikan seni rupa juga memberikan manfaat lain yang mendalam, yaitu:

- 1) Mengembangkan Keterampilan Psiko-motorik: ketrampilan psikomotorik halus dan kasar dapat dilatih melalui Pendidikan seni rupa. Mengontrol gerakan tangan saat melukis atau menggambar hingga membuat aneka kerajinan tangan menjadi media dalam melatih aspek psiko-motorik tersebut.
- 2) Mendorong Berpikir Kritis: Pendidikan seni rupa mendorong anak-anak untuk berpikir secara kreatif dan kritis. Mereka belajar untuk memecahkan masalah dan mencari solusi baru melalui ekspresi seni mereka. Hal ini juga membantu mereka mengembangkan imajinasi dan rasa keingintahuan mereka.
- 3) Meningkatkan Keterampilan Sosial: Membangun *teamwork* dapat dilakukan anak-anak dalam pengalaman selama membuat proyek seni kolektif serta lokakarya seni. Teknik komunikasi yang diwujudkan dalam apresiasi karya orang lain menjadi tumpuan dalam pendidikan seni rupa ini.
- 4) Mengenal Budaya Lokal: sentuhan budaya lokal dalam karya seni rupa menjadi ruang interaksi, melatih kepekaan, dan pengenalan anak-anak dengan akar budaya serta identitas yang membentuk karakter mereka.

2.7.14 . Subsektor Seni Pertunjukan

Subsektor seni pertunjukan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan (Departemen Perdagangan, 2009).

UNESCO menekankan pentingnya subsektor seni pertunjukan sebagai komponen kunci industri kreatif yang memainkan peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerkuatan ekspresi budaya. Menurut UNESCO, seni pertunjukan sebagai bagian dari industri kreatif yang lebih luas tidak hanya berkontribusi dalam pelestarian warisan budaya, melainkan juga dalam transformasi sosial yang memungkinkan masyarakat mengekspresikan identitas mereka sekaligus merespon masalah-masalah sosial kekinian.

Subsektor industri kreatif seni pertunjukan merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan seni (tari, drama, musik, dan musik-teater) baik tradisional maupun kontemporer. Subsektor ini mencakup pula penyelenggaraan tur musik, desain dan produksi busana pertunjukan, tata panggung, serta tata pencahayaan.

Subsektor seni pertunjukan menyumbang sekitar 3% dari PDB global dan mempekerjakan sekitar 29,5 juta orang di seluruh dunia. Subsektor ini juga menawarkan kesempatan langsung dalam keterlibatan dan pengembangan kapasitas masyarakat melalui pelatihan, pertunjukan, dan pertukaran budaya. Dengan mempromosikan beragam bentuk ekspresi budaya, subsektor seni pertunjukan memperkuat ekonomi lokal dalam dialog budaya global.

Selain itu, subsektor seni pertunjukan juga berperan penting dalam pengembangan identitas kota dan mengaktifkan ruang publik. Melalui penyelenggaraan festival dan acara (*event*), kota dapat memanfaatkan potensi kreatif seni pertunjukan untuk meningkatkan pariwisata, meningkatkan keterlibatan publik, dan memperkuat kohesi komunitas. Dalam hal ini seni pertunjukan bukan hanya moda pelestari budaya, melainkan juga merupakan subsektor secara dinamis mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat.

Kabupaten Cilacap memiliki kekayaan seni pertunjukan, terutama seni tradisi, yang lestari dan terus berkembang dalam masyarakat. Tulang punggung kehidupan seni pertunjukan tersebut adalah kelompok-kelompok kesenian yang terdistribusi di seluruh kecamatan di Kabupaten Cilacap. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap mencatat 447 kelompok yang bergiat dalam 35 cabang seni pertunjukan beserta sanggar kesenian yang tersebar pada 24 kecamatan. Sanggar kesenian merupakan kelompok atau entitas pegiat seni meski bukan merupakan serta tidak hanya menghidupi atau mendukung satu cabang seni pertunjukan tertentu. Gambaran lebih rinci terangkum dalam tabel berikut.

Tabel 2.18
Jumlah dan Sebaran Kelompok Seni Pertunjukan

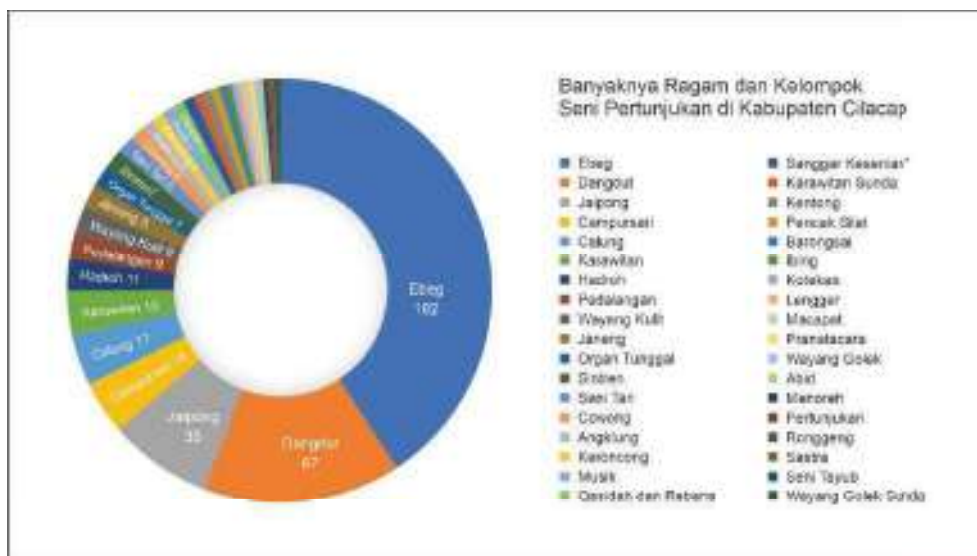
	Nama Kesenian	Jumlah		Nama Kesenian	Jumlah	
		Grup Kecamatan			Grup Kecamatan	
1	Ebeg	182	22	19	Sanggar Kesenian	4 3
2	Dangdut	67	9	20	Karawitan Sunda	3 1
3	Jaipong	35	6	21	Kentong	3 2
4	Campursari	18	10	22	Pencak Silat	3 3
5	Calung	17	11	23	Barongsai	2 1
6	Karawitan	15	9	24	Ibing	2 1
7	Hadroh	11	7	25	Kotekan	2 1
8	Pedalangan	9	6	26	Lengger	2 2
9	Wayang Kulit	9	8	27	Macapat	2 2
10	Janeng	8	7	28	Pranatacara	2 1
11	Organ Tunggal	7	4	29	Wayang Golek	2 1

	Nama Kesenian	Jumlah		Nama Kesenian	Jumlah	
		Grup Kecamatan			Grup Kecamatan	
12	Sintren	7	6	30	Abid	1
13	Seni Tari	6	5	31	Menoreh	1
14	Cowong	5	2	32	Pertunjukan	1
15	Angklung	4	2	33	Ronggeng	1
16	Keroncong	4	3	34	Sastra	1
17	Musik	4	3	35	Seni Tayub	1
18	Qasidah dan Rehana	4	3	36	Wayang Golek Sunda	1

Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap 2023, diolah

Secara proporsional, banyaknya ragam dan kelompok seni pertunjukan di Kabupaten Cilacap dapat diperiksa pada diagram berikut.

Gambar 2.57
Banyaknya Ragam dan Kelompok Seni Pertunjukan di Kabupaten Cilacap



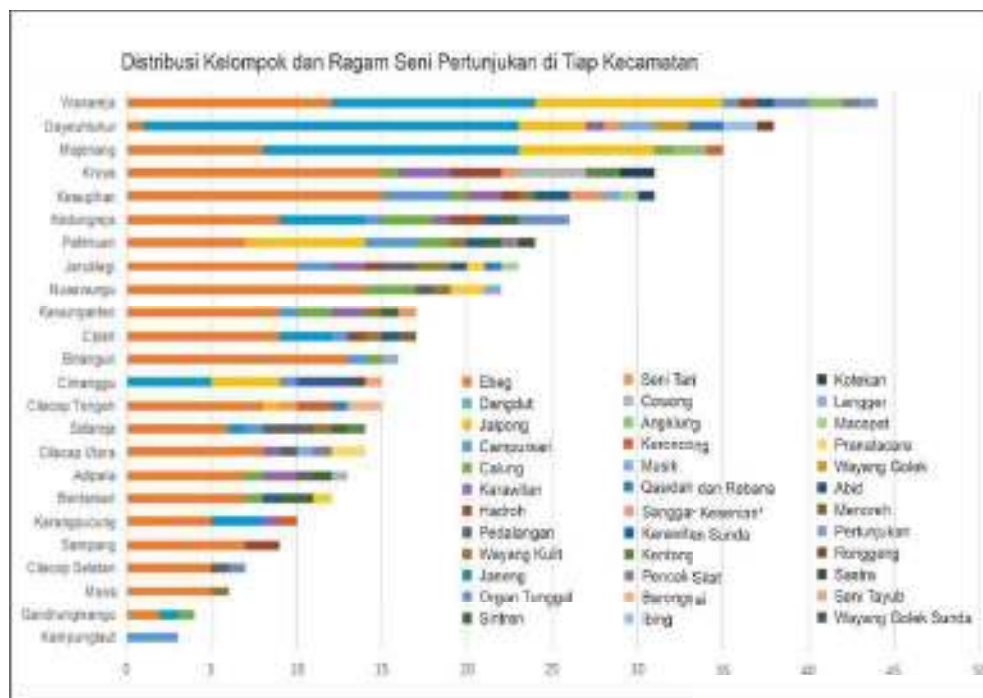
Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap 2023, diolah.

Dari 33 jenis seni pertunjukan yang tertera pada tabel di atas, terlihat dominasi (kuantitatif) seni pertunjukan Ebeg. Sebanyak 187 kelompok seni pertunjukan Ebeg atau Kuda Lumping tersebar pada 22 dari 24 kecamatan

di Kabupaten Cilacap. Dominasi itu diikuti oleh seni pertunjukan Dangdut dengan 67 kelompok yang bergiat di sembilan kecamatan. Seni pertunjukan Jaipong (termasuk di dalamnya genre baru yang disebut sebagai “Jaipong Dangdut”) menyusul dengan 35 kelompok yang berkembang di enam kecamatan. Sembilan belas kelompok seni pertunjukan Campursari berada di 11 kecamatan, sementara 17 kelompok seni pertunjukan Calung Banyumasan beraktivitas di 11 kecamatan.

Sebaran ragam seni pertunjukan dan banyaknya kelompok pegiat seni pertunjukan di tiap-tiap kecamatan tersaji pada diagram di bawah ini..

Gambar 2.58
Distribusi Ragam dan Kelompok Seni Pertunjukan di Kabupaten Cilacap



Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap 2023, diolah.

A. Keragaman Seni Pertunjukan di Kabupaten Cilacap

Keragaman seni pertunjukan beserta sebaran dan banyaknya kelompok seni yang bergiat dalam pelestarian dan pengembangan beragam seni tersebut akan memberi gambaran sekilas mengenai ekosistem subsektor seni pertunjukan di Kabupaten Cilacap. Seturut data dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan di atas, uraian berikut difokuskan pada sejumlah seni pertunjukan yang memiliki kelompok pendukung terbanyak beserta sejumlah lain yang dipandang penting dalam perannya sebagai kekayaan dan identitas budaya Kabupaten Cilacap.

1. Seni Pertunjukan Ebeg

Seperti telah disebut di atas, terdapat 187 kelompok seni pertunjukan Ebeg atau Kuda Lumping yang tersebar pada 22 dari 24 kecamatan. Hanya dua kecamatan tidak memiliki kelompok seni Ebeg yaitu Kecamatan Kampunglaut dan Kecamatan Cimanggu.

Dari 22 kecamatan di Kabupaten Cilacap yang memiliki kelompok seni pertunjukan Ebeg, terdapat lima kecamatan sebagai penopang terkuat dominasi seni pertunjukan tersebut. Kelima kecamatan itu adalah Kecamatan Kesugihan dan Kecamatan Kroya, masing-masing dengan 15 kelompok seni pertunjukan Ebeg, Kecamatan Nusawungu dengan 14 kelompok, Kecamatan Binangun dengan 13 kelompok dan Kecamatan Wanareja dengan 12 kelompok.

Di banyak daerah di wilayah pulau Jawa, seni pertunjukan Ebeg dikenal dengan nama Kuda Kepang, Kuda Lumping, Emblek, Jathilan, Jaran Kepang dan lain-lain. Dengan koreografi dan tata pentas bermiripan, seni pertunjukan tersebut tumbuh sebagai seni hiburan yang dipentaskan dalam berbagai acara kemasyarakatan seperti khitanan, peringatan hari besar, dan acara komunal lain di area perdesaan seperti Bersih Desa, Merti Dusun, dan semacamnya. Namun demikian, berbeda dari seni Kuda Lumping pada umumnya, seni Ebeg di Kabupaten Cilacap merangkum pula

ekspresi dari khasanah seni budaya Sunda seperti Sisingaan, Sintren, dan Lais.

2. Seni Pertunjukan Dangdut

Seni pertunjukan Dangdut yang didukung 67 kelompok seni marak di sembilan kecamatan. Secara berturut, konsentrasi terbesar kelompok seni pertunjukan Dangdut berada di Kecamatan Dayeuhluhur yang memiliki 22 kelompok, Kecamatan Majenang dengan 15 kelompok, dan Kecamatan Wanareja dengan 12 kelompok. Kecamatan Cimanggu dan Kedungreja masing-masing memiliki lima kelompok seni pertunjukan ini. Dangdut, yang biasa disebut sebagai musik rakyat, menunjukkan kehadiran dan popularitasnya pada warga atau komunitas terutama di Kecamatan Dayeuhluhur dan Kecamatan Majenang, dua kecamatan yang dekat dengan perbatasan dan khasanah budaya populer masyarakat Jawa Barat.

3. Seni Pertunjukan Jaipong

Seni pertunjukan Jaipong merupakan garapan tari yang menggabungkan elemen seni tradisi Sunda antara lain pencak silat, wayang golek, topeng banjet, dan ketuk tilu. Seni pertunjukan yang dikenal sebagai identitas seni Jawa Barat itu marak di Kabupaten Cilacap dengan 35 kelompok seni, terutama terkonsentrasi di Kecamatan Wanareja yang memiliki 11 kelompok seni pertunjukan Jaipong, diikuti delapan kelompok di Kecamatan Majenang dan tujuh kelompok di Kecamatan Patimuan.

Kecamatan Cimanggu dan Dayeuhluhur masing-masing memiliki empat kelompok seni Jaipong. Terdapat pula satu kelompok seni Jaipong di Kecamatan Cilacap Tengah yang termasuk area urban Kabupaten Cilacap dan relatif terpisah dari kecamatan-kecamatan lain pendukung seni Jaipong yang telah disebut di atas. Meskipun tidak sebesar seni pertunjukan Ebeg atau Dangdut, seni pertunjukan Jaipong di Kabupaten Cilacap memiliki peran penting, terutama di Kecamatan Wanareja, terkait

dengan peran seni pertunjukan ini dalam perayaan dan pertunjukan lokal yang diadakan oleh warga setempat.

4. Seni Pertunjukan Campursari

Terdapat 19 kelompok seni pertunjukan Campursari yang tersebar di 11 kecamatan di Kabupaten Cilacap. Di Kecamatan Kesugihan dan Kecamatan Kumpunglaut terdapat masing-masing empat dan tiga kelompok seni Campursari. Sementara sisanya tersebar di kecamatan Patimuan, Jeruklegi, Binangun, Cipari, Kawunganten, Kedungreja, Kesugihan, Sidareja, dan Wanareja, dengan masing-masing kecamatan memiliki satu kelompok seni pertunjukan ini.

Seni pertunjukan Campursari pada dasarnya adalah pentas musik. Dalam dunia musik Indonesia, istilah campursari mengacu pada pemaduan sejumlah genre musik kontemporer Indonesia dengan gending atau langgam Jawa. Kreativitas seni Campursari di wilayah Jawa bagian tengah hingga timur berfokus pada penyesuaian alat-alat musik moderen dengan gamelan Jawa atau modifikasi gamelan Jawa untuk dapat dikombinasikan dengan instrumen musik Barat. Dalam pentas seni pertunjukan Campursari, pelbagai instrumen yang terlibat tersebut kemudian diselaraskan dalam pakem dan melodi musik yang sedang disukai masyarakat setempat seperti gending, langgam Jawa, dan dangdut.

5. Seni Pertunjukan Karawitan

Kabupaten Cilacap memiliki 18 kelompok seni pertunjukan Karawitan yang tersebar di sepuluh kecamatan. Di Kecamatan Kroya terdapat tiga kelompok. Kecamatan Adipala, Kawunganten, Kesugihan, dan Jeruklegi masing-masing memiliki dua kelompok seni pertunjukan ini. Sementara Kecamatan Cilacap Utara, Dayeuhluhur, Karangpucung, dan Kedungreja masing-masing memiliki satu kelompok Karawitan.

Berbeda dari kelompok seni Karawitan di kecamatan-kecamatan tersebut di atas, yang kesemuanya mengembangkan Karawitan gaya Jawa,

tiga kelompok seni pertunjukan Karawitan di Kecamatan Cimanggu bergiat dalam Karawitan Sunda. Ini dapat dimengerti mengingat pengaruh budaya Sunda yang relatif kuat pada kehidupan warga di kecamatan ini.

Karawitan mencerminkan gaya musik tradisional dan terwakili di beberapa kecamatan, tetapi dengan jumlah kelompok yang lebih sedikit dibanding seni Ebeg, Dangdut, dan Jaipong. Kondisi ini menunjukkan adanya area-area potensial bagi upaya revitalisasi budaya.

6. Seni Pertunjukan Calung Banyumasan

Seni pertunjukan Calung Banyumasan menandai pengaruh seni musik dari wilayah karesidenan Banyumas di Kabupaten Cilacap. Instrumen pada pertunjukan musik ini disebut juga sebagai *cengklung* yaitu sebuah alat musik yang terbuat dari bambu yang dipotong secara utuh atau tidak dipecah dan mempunyai titi nada atau *laras slendro*.

Pada sebelas kecamatan di Kabupaten Cilacap terdapat 17 kelompok seni pertunjukan Calung Banyumasan. Kecamatan Kedungreja dan Kecamatan Nusawungu masing-masing mempunyai tiga kelompok, sementara Kecamatan Kawunganten dan Kecamatan Patimuan masing-masing memiliki dua kelompok seni pertunjukan musik ini. Selebihnya terdapat masing-masing satu kelompok seni pertunjukan Calung di Kecamatan Adipala, Bantarsari, Binangun, Gandrungmangu, Kesugihan, dan Kroya.

7. Seni Pertunjukan Sintren, Lengger, Ronggeng, Tayub

Seni pertunjukan Sintren, Lengger, Ronggeng, dan Tayub sering diatributkan sebagai kesenian rakyat terutama di Jawa Tengah bagian barat termasuk Kabupaten Cilacap, mengingat adanya perpaduan pengaruh budaya Jawa (kultur Banyumasan) dengan budaya Sunda yang terekspresikan dalam pertunjukan tari-tari tersebut. Kabupaten Cilacap memiliki sejumlah kelompok kesenian yang bergiat dalam seni pertunjukan itu. Meskipun secara kuantitatif tidak dominan namun keterkenalan dan

kehadiran tari-tari tersebut masih memberikan inspirasi, baik terkait pelestarian budaya, aktivitas sosial kemasyarakatan, maupun sebagai hiburan bagi warga setempat. Berikut adalah gambaran singkat mengenai seni-seni pertunjukan tari tersebut di Kabupaten Cilacap.

a. Sintren

Tujuh kelompok seni pertunjukan Sintren tersebar di enam Kecamatan di Kabupaten Cilacap. Dua kelompok terdapat di Kecamatan Bantarsari, selebihnya berada di lima kecamatan lainnya yaitu Kecamatan Adipala, Kawunganten, Kedungreja, Patimuan, dan Sidareja.

Sintren populer di Jawa Tengah bagian barat, dari Cilacap di pantai selatan hingga Brebes di pantai utara, dan di Jawa Barat bagian timur, termasuk Cirebon, Indramayu, dan Ciamis. Tarian rakyat Jawa-Sunda ini dikenal sebagai pertunjukan yang mengandung unsur mistis terkait adanya sejumlah ritual bagi para pemeran (terutama penari utama), baik sebelum maupun selama pertunjukan berlangsung. Termasuk dalam unsur mistis tersebut adalah adegan *balangan*, yakni saat penari utama mencapai kondisi taksadar atau *trance*. Adegan ikonik pada seni pertunjukan Sintren antara lain saat penari utama mengawali pertunjukan dengan dimasukkan ke dalam kurungan bambu tertutup dalam keadaan terikat dan memakai baju keseharian untuk kemudian, bersamaan dengan terbukanya kurungan bambu, muncul dalam busana tari dan siap menjalankan perannya. Dalam pementasan kekinian, pertunjukan Sintren diawali dan diakhiri dengan pelantunan shalawat atau syair pujian kepada Nabi Muhammad S.A.W.

b. Lengger

Seni pertunjukan Lengger hanya didukung dua kelompok seni yang masing-masing berbasis di Kecamatan Binangun dan Kecamatan Nusawungu. Desa Banjarwaru di Kecamatan Nusawungu selama ini dikenal sebagai tempat berkembangnya kelompok-kelompok dan seniman

yang memainkan peran penting dalam perkembangan seni Lengger di Kabupaten Cilacap.

Seni pertunjukan Lengger berbentuk tari pergaulan yang penyajiannya diiringi karawitan calung (alat musik dari bambu) dalam titinada atau laras Slendro. Pada seni pertunjukan ini penari merangkap juga sebagai penyanyi, dalam formasi solo, duet, atau trio. Di Kabupaten Cilacap, lengger tumbuh dan berkembang di tengah-tengah kehidupan agraris masyarakat pedesaan. Lengger dipentaskan dalam peristiwa kemasyarakatan seperti bersih desa, pernikahan, khitanan, dan sebagainya. Pada masa lalu pentas seni Lengger dilakukan secara *barangan* (pertunjukan keliling, biasanya diselenggarakan pada siang hingga sore hari), dan secara *tanggapan*. Pertunjukan tanggapan merupakan pertunjukan Lengger yang dilaksanakan khusus untuk acara-acara tertentu, dan lazim dilakukan pada malam hari. Saat ini seni Lengger lebih banyak dipanggungkan secara *tanggapan*.

c. Ronggeng

Baik seni pertunjukan Ronggeng maupun Ibing hanya didukung oleh masing-masing satu kelompok. Keduanya berkegiatan di Kecamatan Dayeuhluhur.

Ronggeng memiliki sejarah panjang yang dapat ditelusur dari deskripsi visualnya pada relief-relief di Candi Borobudur. Dalam perjalanannya, seni Ronggeng hadir di tengah masyarakat sebagai tari ritual (misalnya sebelum musim tanam padi atau setelah panen), seni pergaulan, hingga seni pertunjukan. Stigma negatif yang menyertai perkembangan seni pertunjukan ini telah lama dikikis dengan sejumlah penciptaan baru dalam kaidah pementasan yang lebih bertumpu pada nilai-nilai estetika. Pemerintah Kabupaten Cilacap bahkan pernah mengangkat tari ini dalam peringatan Hari Jadi ke 167 Kabupaten Cilacap dengan pementasan Ronggeng di Alun-alun Kabupaten pada Maret 2023, selain juga

P. Distribusi Kelompok Pendukung Seni Pertunjukan di Kabupaten Cilacap

Kelompok pegiat seni pertunjukan di Kabupaten Cilacap tersebar secara tidak merata. Kecamatan Wanareja merupakan kecamatan yang memiliki kelompok seni terbanyak, yakni sejumlah 44 kelompok, yang bergiat pada 10 ragam seni pertunjukan. Disusul Kecamatan Dayeuhluhur yang menjadi markas bagi kegiatan 38 kelompok dan meliputi 10 seni pertunjukan pula. Sedangkan Kecamatan Majenang, dengan 35 kelompok, hanya mencakup tujuh ragam seni pertunjukan. Ini berbeda dari Kecamatan Kesugihan yang, meskipun hanya memiliki 31 kelompok kesenian, namun menjelajahi kreativitas 13 ragam seni.

Kondisi kontras terjadi di Kecamatan Gandrungmangu yang hanya memiliki empat kelompok kesenian yang menggeluti tiga ragam seni pertunjukan yakni Ebeg, Dangdut, dan Calung Banyumasan. Kecamatan Maos hanya memiliki enam kelompok kesenian yang bergiat di dua ragam seni yakni Ebeg dan Wayang kulit. Sementara Kecamatan Kumpulglaut memiliki tiga kelompok seni namun hanya pada satu ragam yakni Campursari.

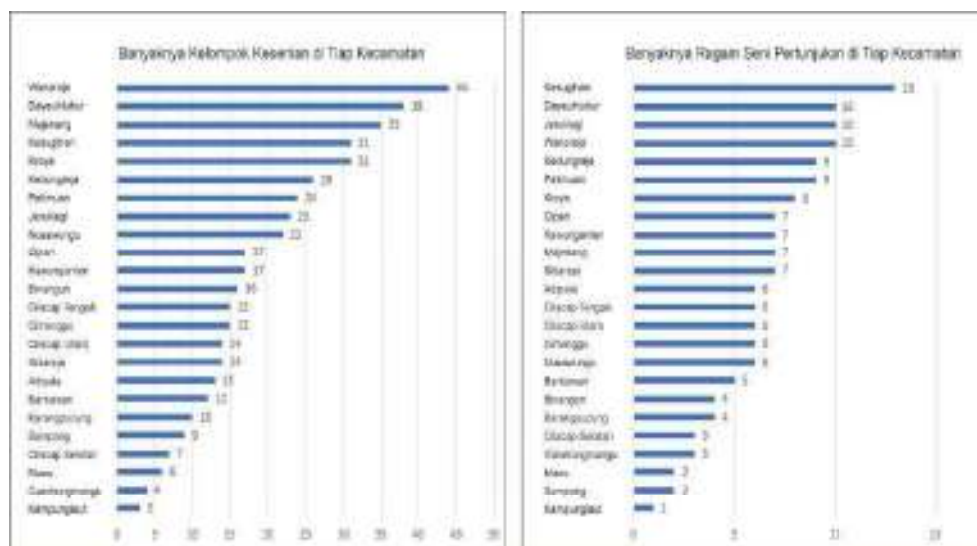
Kecamatan Wanareja, Dayeuhluhur dan Majenang dominan dalam seni pertunjukan Dangdut. Dari 67 kelompok seni pertunjukan Dangdut di Kabupaten Cilacap, 22 kelompok terdapat di Kecamatan Dayeuhluhur, 15 kelompok bermarkas di Kecamatan Majenang, serta 12 kelompok berada di Kecamatan Wanareja.

Kecamatan Wanareja dan Majenang juga dominan dalam seni pertunjukan Jaipong. Dari 35 kelompok Jaipong di Kabupaten Cilacap, 11 kelompok terdapat di Wanareja dan 8 kelompok terdapat di Majenang. Kecamatan Patimuan, yang juga berbatasan dengan provinsi Jawa Barat, memiliki tujuh kelompok Jaipong. Sedangkan Dayeuhluhur dan Cimanggung masing-masing memiliki empat kelompok seni pertunjukan yang berasal dari Jawa Barat ini.

Dari 182 kelompok Ebeg di Kabupaten Cilacap terdapat sejumlah kecamatan yang kaya akan kelompok Ebeg. Kecamatan Kesugihan dan Kecamatan Kroya masing-masing 15 memiliki kelompok. Di Kecamatan Nusawungu bermarkas 14 kelompok sedang di Kecamatan Binangun terdapat 13 kelompok. Kecamatan Wanareja memiliki 12 kelompok, dan Kecamatan Jeruklegi mempunyai 10 kelompok.

Gambar kiri pada tabel berikut memberi gambaran banyaknya kelompok seni pertunjukan pada tiap-tiap kecamatan, sedangkan gambar kanan menunjukkan keragaman seni pertunjukan pada masing-masing kecamatan tersebut.

Gambar 2.59
Jumlah Kelompok Seni Pertunjukan pada tiap Kecamatan



Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap 2023, diolah.

Cermatan terhadap distribusi ragam seni pertunjukan beserta kelompok pendukungnya pada tiap kecamatan seperti di atas akan bermanfaat untuk penyusunan program kesenian berbasis wilayah atau mengaktivasi wilayah melalui program-program kesenian dalam rangka pelestarian, pengembangan, dan pelibatan masyarakat secara lebih luas.

1. Gelar Budaya

- a) Kecamatan dengan ragam seni pertunjukan yang tinggi (seperti Kesugihan, Kroya, dan Dayeuhluhur) dapat mengambil manfaat dari festival, kompetisi, dan lokakarya untuk lebih mempromosikan dan melestarikan kesenian tertentu.
- b) Kecamatan di area urban dapat mengaktifkan ruang-ruang kota untuk pementasan seni pertunjukan baik yang dimilikinya sendiri maupun dengan mengundang pementas dari kecamatan lainnya.

2. Keterlibatan Masyarakat

Melibatkan penonton muda dalam seni tradisional dengan memasukkan unsur-unsur modern, terutama di kecamatan yang apresiatif terhadap beragam bentuk seni.

3. Dukungan untuk Kesenian yang Kurang Terwakili

Kecamatan dengan jumlah kelompok yang lebih sedikit dalam seni pertunjukan tertentu mungkin membutuhkan dorongan atau sumber daya untuk menghidupkan kembali atau mempromosikan seni tersebut.

2.7.15 . Subsektor Penerbitan dan Percetakan

Subsektor penerbitan dan percetakan adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita (Departemen Perdagangan, 2009). Lapangan usaha yang termasuk dalam subsektor penerbitan dan percetakan sesuai dengan Klasifikasi Lapangan Usaha 2005:

- a) Penerbitan buku, buku pelajaran, atlas/peta, brosur, pamflet, buku musik, dan publikasi lainnya.
- b) Penerbitan surat kabar, jurnal, tabloid, majalah umum dan teknis, komik dan sebagainya.

- c) Penerbitan khusus, seperti perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, paspor dan tiket pesawat terbang.
- d) Penerbitan lainnya, seperti penerbitan foto-foto, grafir, dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan dan barang-barang cetakan lainnya.
- e) Pelayanan jasa percetakan surat kabar, majalah, jurnal, buku, pamflet, peta atau atlas, poster dan lainnya, termasuk kegiatan fotokopi atau *thermocopy*, juga mencetak ulang melalui komputer, mesin stensil dan sejenisnya.
- f) Perdagangan besar lainnya yang mencakup usaha perdagangan besar komoditi hasil percetakan dan penerbitan.
- g) Perdagangan eceran hasil percetakan, penerbitan dan perangkat buletin, kamus, buku ilmu pengetahuan, dan buku bergambar.
- h) Perdagangan ekspor lainnya yang mencakup usaha mengekspor komoditi hasil percetakan dan penerbitan.
- i) Kegiatan kantor berita yang mencakup kegiatan pemerintah dalam usaha mencari, mengumpulkan, mengolah, sekaligus mempublikasikan berita melalui media cetak elektronik, dengan tujuan menyampaikan kepada masyarakat sebagai informasi yang dikelola swasta.
- j) Pencari berita yang mencakup usaha mencari berita yang dilakukan oleh perseorangan sebagai bahan informasi.

Industri penerbitan di Kabupaten Cilacap memiliki potensi yang cukup signifikan, terutama dalam mendukung literasi dan sektor pendidikan. Dengan keberadaan sekolah, perpustakaan, dan komunitas literasi, ada permintaan yang stabil untuk buku pelajaran, materi cetak lokal, dan konten budaya lokal.

Perkembangan industri penerbitan juga didorong oleh upaya pemerintah daerah dan komunitas lokal dalam mendokumentasikan kekayaan budaya dan sejarah Cilacap, yang membuka peluang untuk

penerbitan buku-buku lokal, buletin, serta media cetak berbasis pariwisata dan ekonomi kreatif. Selain itu, dengan adanya ekosistem kreatif di Cilacap, penerbitan konten visual, seperti komik atau buku cerita anak, juga memiliki potensi besar.

Namun, industri ini menghadapi tantangan seperti keterbatasan infrastruktur percetakan yang modern, biaya produksi yang tinggi, dan kurangnya penerbit lokal yang mampu bersaing di pasar nasional. Kolaborasi dengan sektor pendidikan dan ekonomi kreatif, serta digitalisasi konten, bisa menjadi solusi untuk mengatasi tantangan tersebut dan memperluas jangkauan penerbitan di wilayah ini.

Gambar 2.60

Para Guru Penggerak di Kabupaten Cilacap menerbitkan 190 buku



Sumber: <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2024/04/23/tingkatkan-literasi-calon-guru-penggerak-cilacap-terbitkan-190-judul-buku>
(diunduh, 30 Agustus 2024)

Para calon guru penggerak di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, menerbitkan 190 buku yang berisi karya mereka. Buku-buku berisi puisi, cerpen, dan pengalaman saat mengikuti program guru penggerak itu diharapkan dapat meningkatkan literasi di Cilacap.

Penerbitan buku tersebut merupakan bagian dari program guru penggerak yang diselenggarakan di Kabupaten Cilacap. Buku-buku itu diluncurkan di Cilacap, Selasa (23/4/2024). Selain menerbitkan buku, para guru tersebut juga memamerkan hasil karya ataupun inovasi pembelajaran mereka. Nunik Priyanti (36), guru SMP Negeri 2 Cilacap, misalnya, menampilkan cara mengajar bahasa Inggris lewat permainan papan atau *board game*. Dalam permainan tersebut, peserta didik diajak mengikuti langkah di dalam kotak-kotak yang telah berisi aneka perintah dalam bahasa Inggris.

2.7.16 . Subsektor Aplikasi

Subsektor Aplikasi merupakan Industri kreatif yang berkembang pesat seiring dengan perkembangan dunia digital. Sebab, subsektor ini berkaitan dengan pengembangan teknologi, seperti perangkat lunak, pengolahan data, perawatan sistem, pembuatan *website*, dan lain sebagainya.

Meningkatnya penetrasi pemanfaatan gawai oleh masyarakat tak lepas dari peran aplikasi yang tertanam di dalamnya. Masyarakat sudah fasih menggunakan berbagai jenis aplikasi digital seperti peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi tersebut didesain supaya mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari sehingga potensi subsektor aplikasi menjadi sangat besar untuk berkembang. Di lain pihak, subsektor ini masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) baik secara kuantitas atau kualitas, sedikitnya minat investor pada industri ini, dan belum adanya kebijakan proteksi yang memihak pada kepentingan

developer domestik. Situasi inilah yang menyebabkan ekosistem subsektor ini belum terbangun secara maksimal⁸.

Sejalan dengan hal tersebut di atas, perkembangan era digital beserta penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam praktiknya telah mwujud pada penggunaan aplikasi *web* untuk pelayanan publik. Di Kabupaten Cilacap, aplikasi *web* telah menjadi solusi untuk memudahkan penduduk dalam mengakses informasi dan layanan pemerintah secara cepat dan efektif. Salah satu aplikasi *web* yang telah sukses diimplementasikan di Cilacap adalah **MPP Online** (<https://mpponline.cilacapkab.go.id/>). Aplikasi ini memiliki fitur yang beragam, mulai dari informasi pembayaran PBB hingga pendaftaran akta kelahiran dan kematian. Dengan menggunakan aplikasi ini, masyarakat dapat menghemat waktu dan tenaga yang sebelumnya harus mereka keluarkan untuk mendapatkan layanan-layanan tersebut secara konvensional⁹.

A. Manfaat Aplikasi Web untuk Pelayanan Publik di Cilacap¹⁰

a) Kemudahan Akses

Cukup dengan mengunduh dan menginstal aplikasi di *smartphone*, masyarakat dapat mengakses berbagai layanan secara *online* kapan saja dan di mana saja

b) Efisiensi Waktu dan Tenaga

Masyarakat tidak perlu lagi mengantri di kantor pelayanan atau mengisi berbagai formulir secara manual. Semua proses dapat dilakukan secara *online* dengan mudah. Dalam hitungan menit, masyarakat dapat menyelesaikan berbagai administrasi tanpa harus meninggalkan rumah atau tempat kerja

c) Transparansi Pemerintah

⁸ Sumber: <https://www.kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Aplikasi> (diunduh, 13 September 2024)

⁹ Sumber: <https://www.tritihwetan.desa.id/kemudahan-masyarakat-manfaat-aplikasi-web-untuk-pelayanan-publik-di-cilacap/> (diunduh, 13 September 2024)

¹⁰ Ibid

Aplikasi *web* untuk pelayanan publik juga mendorong transparansi dalam pemerintahan. Informasi mengenai proses administrasi, kebijakan, dan berbagai layanan publik dapat diakses oleh masyarakat secara transparan melalui aplikasi

d) Penghematan Biaya

Dengan menggunakan aplikasi *web*, pemerintah dapat menghemat biaya cetak, transportasi, dan pengelolaan berkas

e) Peningkatan Kualitas Pelayanan

Aplikasi *web* untuk pelayanan publik memungkinkan pemerintah dan masyarakat saling berinteraksi secara langsung. *Feedback* dan pengaduan dari masyarakat dapat dengan cepat ditindaklanjuti oleh pemerintah, sehingga kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan.

Dalam rangka upaya meningkatkan pelayanan terbaik bagi masyarakat, Pemerintah Kabupaten Cilacap pada hari Kamis, 2 Mei 2024 telah meluncurkan Aplikasi MPP (Mal Pelayanan Publik) Kabupaten Cilacap Online untuk memudahkan dan memanjakan masyarakat yang akan mengurus data perizinan dan non perizinan. MPP Online merupakan aplikasi yang diciptakan untuk melayani masyarakat layaknya MPP pada umumnya. MPP Online akan melayani perizinan non OSS secara online, sehingga masyarakat dapat mengakses pelayanan perizinan dan non perizinan kapan saja dan di mana saja¹¹.

B. Peningkatan Infrastruktur Digital di Kabupaten Cilacap

Pemerintah Kabupaten Cilacap sangat menyadari kebutuhan masyarakat terhadap akses digital terutama keterhubungan dengan jejaring global melalui jaringan internet. Untuk itu, Pemerintah Kabupaten Cilacap telah meluncurkan Program aplikasi SIBER MAYA, sebuah platform yang memungkinkan masyarakat berbagi cerita dan informasi seputar peristiwa sehari-hari serta potensi pembangunan di berbagai sektor, termasuk

¹¹ Sumber: <https://cilacapkab.go.id/v3/manjakan-masyarakat-dengan-aplikasi-mpp-online/> (diunduh, 13 September 2024)

ekonomi, pariwisata, kuliner, dan UMKM. SIBER MAYA merupakan akronim dari Sistem Informasi dan Berita Masyarakat Cilacap Bercahaya, yang dirancang untuk mengelola informasi dan komunikasi publik secara optimal di era revolusi industri 4.0. Melalui aplikasi ini, masyarakat dapat berperan sebagai jurnalis warga dengan mengirimkan konten berupa teks, foto, dan video. Konten tersebut kemudian diverifikasi oleh redaktur atau jurnalis sebelum dipublikasikan¹².

C. Pertumbuhan Subsektor Aplikasi di Kabupaten Cilacap

Data tentang geliat aktivitas ekosistem ekonomi kreatif di subsektor aplikasi di Kabupaten Cilacap sayangnya belum ada data spesifik yang tercatat. Sekalipun implementasi aplikasi dalam meningkatkan kemudahan pelayanan publik sudah dikenal luas, namun industri digital ini belum memiliki basis data tentang para pelakunya (*digital creator*). Beberapa inisiasi embrio bisnis aplikasi yang sudah ada di Kabupaten Cilacap adalah:

- 1) Nova Widiyanto, pemuda lulusan SMK yang berasal dari Dusun Karangbawang, Kecamatan Kawunganten, Kabupaten Cilacap, menciptakan aplikasi transportasi berbasis online bernama "Lano" dan siap bersaing dengan layanan ojek daring yang lebih dahulu populer. Aplikasi berbasis android tersebut menysasar bidang sosial dan ekonomi¹³.
- 2) Beberapa Biro Jasa Pembuatan Aplikasi Digital yang beroperasi di Cilacap antara lain:
 - a) Serayu Online: menyediakan jasa pembuatan *website* dan *digital marketing* untuk UMKM, sekolah, dan kampus;
 - b) Farmedia Digital: menyediakan jasa pembuatan *website*;

¹² Sumber: <https://kominfo.cilacapkab.go.id/pemkab-cilacap-luncurkan-siber-maya-platform-digital-jurnalisme-warga/> (diunduh, 13 September 2024)

¹³ Sumber: <https://timesindonesia.co.id/news-commerce/311699/pemuda-cilacap-ciptakan-aplikasi-transportasi-berbasis-online> (diunduh, 13 September 2024)

- c) Jasawebcilacap.net: menyediakan jasa pembuatan dan pemeliharaan *website*, optimasi SEO (*Search Engine Optimization*), dan desain *website* yang responsif;
- d) Mr.Flash: menyediakan jasa pembuatan aplikasi dan *website*;
- e) Biro jasa aplikasi lainnya juga diisi oleh perusahaan - perusahaan dari luar daerah Cilacap, seperti: PT. Sadigit (Sawarga Digital Indonesia) yang berkantor pusat di Sumedang Jawa Barat menyediakan jasa aplikasi *website*, aplikasi *mobile*, dan aplikasi *E-government*; Deriota yang berkantor di Yogyakarta dan Klaten menyediakan jasa dan alat ERP (*Enterprise Resources Planning*) yaitu alat dengan kemampuan untuk memberikan rangkaian aplikasi bisnis yang terintegrasi; Fanatech yang berpusat di Semarang menyediakan jasa pembuatan *website* (*Company Profile* maupun *Online Shop*), jasa pembuatan *software* atau aplikasi *web*, jasa pembuatan *software* keuangan, dan jasa pembuatan aplikasi android; PT. Jawara Data Nusantara berkantor pusat di Banjarmasin, Kalimantan Selatan menyediakan jasa pembuatan perencanaan dan konsep SPBE (Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik), SmartCity, Bisnis Digital, serta Desain dan Pembuatan Aplikasi Produksi; dan masih ada beberapa Perusahaan di bidang aplikasi IT yang beroperasi di Kabupaten Cilacap namun menggunakan media *online* dalam aktivitas bisnisnya.

Melihat perkembangan kebutuhan aplikasi teknologi IT dalam berbagai bidang kehidupan sosial ekonomi saat ini, sebenarnya ekosistem ekonomi kreatif subsektor aplikasi sangatlah menjanjikan. Namun demikian Kabupaten Cilacap masih memiliki kendala dalam peningkatan daya saing dan daya tarik investasi di bidang ini. Hal ini kemungkinan karena keterbatasan kuantitas dan kualitas sumberdaya manusia kreatif yang mampu mengadopsi teknologi IT dalam menjalankan bisnis digital tersebut.

2.7.17. Subsektor Televisi dan Radio

Ekonomi kreatif di subsektor televisi dan radio merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio. Televisi dan radio dalam hal ini adalah segenap produk kreasi bahan dan materi siaran radio dan televisi serta usaha penyiarannya kepada masyarakat umum, seperti penyelenggaraan siaran TV dan siaran radio milik pemerintah pusat/pemerintah daerah maupun swasta yang ada.

Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kabupaten Cilacap mencatat bahwa di Cilacap terdapat sebuah stasiun televisi swasta yang menggunakan siaran TV kabel, yaitu PESONA NUSA TV yang merupakan milik PT. Pesona Nusa Vision, beralamatkan di Jl. Rinjani No. 1-2, Perum Graha Rinjani Estate, Cilacap Tengah. Pesona Nusa TV sudah memiliki Ijin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari Diskominfo Kabupaten Cilacap. Selain itu, Diskominfo Kabupaten Cilacap telah mendata tentang jumlah radio komersial yang ada di Cilacap. Tercatat ada 11 stasiun Radio Komersial di Kabupaten Cilacap. Kesebelas stasiun Radio komersial tersebut telah memiliki Ijin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dan Izin Stasiun Radio (ISR). Stasiun Radio komersial itu adalah:

- 1) Prima FM (PT. Radio Bahari Indah Ardiswara);
- 2) Bercahaya FM; (Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Bercahaya FM Kabupaten Cilacap);
- 3) Pop FM (PT. Radio Kampoeng Langgeng);
- 4) Thomson FM (PT. Radio Swara Teluk Penyuu);
- 5) UTARI FM (PT Radio Utari Genta Ria);
- 6) Wijaya FM (PT. Radio Wijaya Adhi Kusumo);
- 7) YES FM (PT. Radio Swara Yasfi Indah);
- 8) Bianglala FM (PT. Radio Bianglala Swara Mahardhika);
- 9) Surya Krisna (ESKA) FM, (PT. Radio Surya Krisna Lokananta);

- 10) Kusuma FM (PT. Radio Kusuma Dirgantara Krida);
- 11) Tiara FM (PT. Radio Tiaramu FM).

Keberadaan dan aktivitas stasiun televisi dan stasiun radio komersial ini menjadi modal sangat penting bagi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Terutama dalam peran mereka sebagai media elektronik untuk membantu memberikan informasi, media komunikasi, dan sekaligus media literasi kepada publik tentang Kabupaten Cilacap khususnya geliat ekosistem ekonomi kreatifnya. Dalam *city branding management*, media elektronik ini menjadi salah satu pilar yang turut serta membangun konten bagi rekognisi terhadap produk ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap.

2.7.18. Subsektor Riset dan Pengembangan

Riset dan pengembangan merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Pengertian mengenai riset dan pengembangan dijelaskan pula dalam Undang-Undang Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Menurut undang-undang tersebut, penelitian diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan pembuktian kebenaran atau ketidakbenaran suatu asumsi dan/atau hipotesis di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta menarik kesimpulan ilmiah bagi keperluan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sementara itu pengembangan diartikan sebagai ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru.

Berdasarkan hasil identifikasi kondisi, permasalahan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap, akan dapat diketahui dan dideskripsikan tentang potensi ekonomi kreatif, permasalahan dalam pembinaan dan pengembangan serta gambaran tentang komunitas kreatif serta pemangku kepentingan (*stakeholders*) ekonomi kreatif.

Menurut Faisal Afiff (2012) menyebutkan bahwa pilar-pilar dalam percepatan pertumbuhan ekonomi kreatif yang harus dikembangkan adalah industri, teknologi, sumber daya alam, kelembagaan dan lembaga keuangan. Pilar-pilar tersebut menopang perekonomian daerah maupun nasional dalam kerangka percepatan pertumbuhan ekonomi dan pada gilirannya akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Unsur yang penting dalam mengembangkan ekonomi kreatif adalah kolaborasi dan sinergitas antara Pemerintah Daerah, pelaku komunitas kreatif, perguruan tinggi dan cendekiawan serta kalangan Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI). Sinergitas dan kolaborasi antar unsur pemangku kepentingan tersebut di kemudian hari akan mampu menghasilkan bangun perekonomian daerah yang kuat berbasis ekonomi kreatif, sebagaimana Kota Pekalongan, Kota Bandung, Kota Ambon, Kota Jakarta, dan Kota Surakarta yang telah diakui UNESCO sebagai Kota Kreatif.

2.8. Program dan Pencapaian Kota dalam bidang Seni, Budaya dan Kreativitas

Dalam mewujudkan Kabupaten Cilacap menuju Kabupaten Kreatif, Pemerintah Kabupaten Cilacap telah mengambil langkah signifikan dalam merangkul dan meningkatkan potensi unik Kutawaru. Meski secara administratif termasuk dalam wilayah Cilacap Tengah, Kutawaru berdiri terpisah, dipisahkan oleh Sungai Bengawan Donan, sehingga menumbuhkan identitas tersendiri.

Acara "*Gelora Kutawaru: Toxicity for Creativity*" yang diadakan pada hari Minggu, 31 Maret 2024 merupakan pertunjukan yang dinamis dari

persembahan luar biasa daerah tersebut, termasuk keindahan alam, tujuan wisata, kerajinan, budaya, dan bisnis lokal. Acara tersebut dimeriahkan oleh kehadiran Pj. Bupati Cilacap, Awaluddin Muuri, Pj. Sekretaris Daerah Sujito, Ketua Tim Penggerak PKK Fitri Awaluddin Muuri, serta pejabat dan tamu lainnya.

Acara ini menandai momen penting dengan penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* antara Pj. Bupati Awaluddin Muuri dan Jogja Creative Society, sebuah organisasi dengan portofolio yang kaya dalam membimbing kota dan daerah menuju pengakuan kreatif. Usai penandatanganan, suasana dimeriahkan dengan irama tari Ngerong yang dibawakan oleh grup tari dari STT. Migas Cilacap di Dermaga Kutawaru yang ikonik.

Gambar 2.61

Penandatanganan MoU antara Pemerintah Kabupaten Cilacap dengan Jogja Creative Society



Sumber: Dokumentasi Cilacap Kreatif, 2024

Dalam acara ini dibacakan Naskah Proklamasi Cilacap oleh Pj. Bupati yang bertujuan untuk mengarahkan Kabupaten Cilacap menuju Kabupaten Kreatif yang ditandatangani oleh perwakilan lintas sektoral. Pembacaan proklamasi “Cilacap Menuju Kabupaten Kreatif” oleh Awaluddin Muuri, merupakan deklarasi niat yang ditandatangani bersama oleh perwakilan pemerintah, komunitas, agregator, media, bisnis, dan akademisi.

Salah satu acara yang menarik adalah pameran 12 lukisan karya Suhadi Gembot, yang disiapkan khusus untuk Gelora Kutawaru, termasuk karya “Kepiting Kutawaru Mendunia”, yang melambangkan harapan seniman akan pengakuan global atas melimpahnya kepiting Kutawaru. Acara tersebut juga menampilkan penampilan teatrikal siswa-siswi SMP Negeri 9 tergabung dalam Komunitas Seni Kutawaru. Berjudul “PESAN”, drama tersebut menyuarakan keprihatinan kaum muda yang mencari perlindungan kreatif.

Peragaan busana menampilkan delapan perwakilan muda Duta Pariwisata dan Pemuda yang mengenakan batik khas Leksana Jaya, komoditas vital Kutawaru. Batik dengan motif biota laut dan bakau ini telah merambah pasar nasional dan internasional, termasuk Taiwan dan Jepang.

Selama acara berlangsung para pengunjung dapat menyaksikan peresmian Segi Nelayan sebagai simbol kuliner ikonik Cilacap. Pj. Bupati Cilacap, Awaluddin Muuri, menyambut baik inisiatif ini, seraya menekankan pentingnya upaya kolektif untuk menggali potensi daerah dan mempromosikan produk lokal. Acara tersebut diharapkan dapat menjadi katalis pertumbuhan perekonomian, dengan mencanangkan Kabupaten Cilacap sebagai Kota Kreatif dan penandatanganan MoU Kota Kreatif dengan Jogja Creative Society.

2.9. Investasi di Bidang Ekonomi Kreatif

Secara umum, perkembangan investasi yang telah dilakukan di Kabupaten Cilacap dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.19
Realisasi Proyek, Nilai Investasi dan Tenaga Kerja Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)

Tahun	Proyek	Investasi (Juta Rp)	TKI	TKA
2016	17	12 162 084.70	442	-
2017	17	395 274.40	80	-
2018	39	4 805 118.20	2 781	327
2019	65	6 830 889.70	280	-
2020	193	4 285 260.10	1 478	-
2021	537	1 554 233.10	1 497	-
2022	469	622 736.60	461	-

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah

Dari tabel tersebut di atas, dapat kita lihat bahwa terdapat penurunan nilai investasi. Investasi di tahun 2016 mencapai nilai tertinggi jika dikomparasikan dengan perolehan nilai investasi hingga tahun 2022. Penurunan ini menjadi data yang penting untuk dianalisis dampak yang diakibatkannya.

2.10. Performa Ikonik yang Menjadi Unggulan/*Branding* tentang Kabupaten Cilacap

Kabupaten Cilacap menyimpan potensi beberapa performa yang bisa menjadi ikonik di masa kini dan mendatang. Beberapa potensi tersebut, antara lain:

A. Potensi Ikon yang terkait dengan produk ekonomi kreatif, antara lain:

1. Produk video konten kreatif di media sosial yang mengambil tema tentang budaya dan bahasa Ngapak Banyumasan;
2. Produk Sabut Kelapa Berkaret (Sebutret) yang sudah memiliki nilai ekspor yang signifikan;
3. Produk kuliner ikonik seperti Kambing Guling Maos dan Kepiting Cangkang Lunak di Kampung Kepiting;
4. Produk Batik Kutawaru dengan pewarna alam dari olahan Mangrove;
5. Produk Film Musikal “Maos” karya komunitas kreatif Sangkan Paran, Film dokumenter “Pantjak” karya komunitas Cilacap Kreatif yang berkisah tentang Peken Banyumasan Tjilatjap Edition – Tjakra Werdana IV sejak awal diadakan.

B. Potensi Ikon yang terkait dengan *creative events*, antara lain:

1. “Peken Tjilatjapan” yang merupakan program ciptaruang dengan aktivasi bekas pabrik Patal Cilacap yang saat ini mangkrak menjadi lokus bagi penyelenggaraan festival budaya dan kuliner yang menghadirkan berbagai macam produk lokal Cilacap. Peken Tjilatjapan yang digagas oleh Komunitas Cilacap Kreatif tersebut sudah berlangsung delapan kali hingga tahun 2024 ini;
2. “Opera Berkebaya”, merupakan program cipta ruang oleh Komunitas Cilacap Kreatif di Stasiun Cilacap. Program yang berisi *fashion show* ini juga menggabungkan seni pertunjukkan berupa *video mapping* dengan latar berupa gedung Stasiun Cilacap berarsitektur *art deco*;
3. “Festival Nelayan Cilacap” merupakan acara tahunan yang menjadi agenda budaya daerah yang melibatkan masyarakat umum secara luas.

C. Potensi Ikon yang terkait dengan tempat, kawasan bangunan, dan benteng alam, antara lain:

1. Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap yang merupakan pelabuhan terbesar di wilayah selatan Pulau Jawa;
2. Bandara Tunggul Wulung Cilacap merupakan Bandara yang saat ini kurang begitu aktif digunakan;
3. Kawasan *Urban Heritage* di Jalan Ahmad Yani Cilacap yang merupakan kawasan kota dengan bangunan kolonial yang masih relatif terawat;
4. Kawasan hutan mangrove di Kabupaten Cilacap yang merupakan salah satu kawasan hutan bakau terluas di Indonesia bahkan Asia Tenggara dengan jumlah varietas pohon bakau lebih dari 50 spesies;
5. Kawasan Lembaga Pemasarakat Nusa Kambangan merupakan salah satu lapas legendaris di Indonesia dengan tingkat penjagaan kelas utama;
6. Benteng Pendem Cilacap (*Kustbatterij op de Landtong te Tjilatjap*), merupakan benteng pertahanan peninggalan pemerintah Hindia Belanda yang terletak di tepi pantai Cilacap, Jawa Tengah. Benteng Pendem dibangun pada tahun 1861 dan selesai tahun 1879 dengan luas wilayah 10,5 hektare;
7. Eksistensi 12 Stasiun Kereta Api di Kabupaten Cilacap, yang beberapa di antaranya merupakan stasiun dengan gaya arsitektur yang ikonik, seperti Stasiun Cilacap, Stasiun Kroya, dan Stasiun Maos.

2.11. Narasi Sejarah Kota/Kabupaten Cilacap

Toponimi Cilacap berasal dari kata "Cacab" atau "Tlacap" yang berhubungan dengan mata bajak, bukan berasal dari penggabungan kata "Ci" dan "Lacap". Akhir abad ke XIV wilayah Cilacap bagian selatan kedatangan rombongan Raden Bei Tjakrawedana (anak Tumenggung

Tjakrawedana I, bupati Kasepuhan Banyumas) yang diutus membuka hutan untuk dijadikan pemukiman ke daerah selatan. Rombongan Raden Bei kemudian berhenti di ujung lekukan pantai teluk yang bentuknya mirip mata bajak, atau dalam bahasa Jawa disebut *wluku*, sehingga orang menyebutnya *cacab* atau *tlacap*.¹⁴

Kabupaten Cilacap, sebagai bentuk pemerintahan, memiliki sejarah ruang yang panjang dan terentang sejak masa klasik yang ditandai dengan penemuan lingga di area Kuburan Jati dan masa imperium Majapahit dengan situs Bata Tanggul di Karangsucu (menurut data Komunitas Tjilatjap History). Catatan sejarah lainnya menyebutkan nama penguasa kawasan di masa imperium Majapahit adalah Ki Gede Ayah dan Ki Ageng Donan. Handaunan (Donan) yang kemudian disebutkan sebagai cikal bakal Kabupaten Cilacap ternyata sudah dikenal sejak masa Mataram Kuna sebagaimana didasarkan pada prasasti Salingsingan bertuliskan 2 Mei 880 Masehi. Prasasti ini menyebut Raja Rakai Kayuwangi Dyah Lokapala yang bertahta sekitar tahun (856—882 M) dan nama Handaunan.¹⁵

Di masa Hindia Belanda Kabupaten Cilacap berdiri setelah bergabungnya *Regentschap* Dayeuhluhur dan Distrik Adiraja menjadi *Onder Regentschap* Cilacap. Wilayah ini menjadi bagian dari Karesidenan Banyumas sejak 22 Agustus 1831, dipimpin oleh seorang residen yang bernama G.De Seriere untuk mendampingi para bupati, dan menetapkan Raden Tumenggung Tjakranegara III sebagai Bupati, serta dihapuskannya Kadipaten Dayeuhluhur dan mulai membuka wilayah ini seluas-luasnya kepada para pendatang.¹⁶ Pembentukan *Onder Afdeling* didasarkan pada *besluit* Gubernur Jenderal D.De Erens tanggal 17 Juli 1839 Nomor 1, yang memutuskan :

¹⁴ *Java geografisch, ethnologisch, historisch tweede deel / door* Pieter Johannes Veth; Jan Frederik Niemeijer; Johannes Francois Snelleman

¹⁵ Casparis, J.G. de. *Prasasti Indonesia I-Inscripties Uit de Cuilenders-Tijd*. Bandung

¹⁶ Situmorang, Nurarta (2009) *Citra Kabupaten Cilacap Dalam Arsip*. Jakarta: Arsip Nasional Republik Indonesia [ISBN 978-602-6503-14-5]

“Demi kepentingan pelaksanaan pemerintahan daerah yang lebih rapi di kawasan selatan Banyumas dan peningkatan pembangunan pelabuhan Cilacap, maka sambil menunggu usul organisasi distrik-distrik bagian selatan yang akan menjadi bagiannya, satu dari tiga Asisten Residen di Karesidenan ini akan berkedudukan di Cilacap”.

Usul pembentukan Kabupaten Cilacap menurut Menteri Kolonial bermakna dua yaitu permohonan persetujuan pembentukan Kabupaten Cilacap dan organisasi *bestir* pribumi dan pengeluaran anggaran lebih dari F.5.220 per tahun yang keduanya memerlukan persetujuan Raja Belanda. Setelah menerima surat rahasia Menteri Kolonial Pemerintah Hindia Belanda dengan *besluit* Gubernur Jenderal tanggal 21 Maret 1856 Nomor 21 antara lain menetapkan *Onder Regentschap* Cilacap ditingkatkan menjadi *Regentschap* (Kabupaten) Cilacap.¹⁷

Pada masa Hindia Belanda inilah, Kota Cilacap berkembang menjadi sebuah kota pelabuhan. Arsitektur kota Cilacap berkembang dalam pengaruh gaya kolonial pada beberapa bangunan-bangunan yang menjadi penanda aktivitas ekonomi, sosial, politik dan pemerintahan bahkan bangunan militer. Benteng Pendem pada masanya merupakan bangunan benteng pertahanan terkuat di seluruh Hindia Belanda. Bangunan vital lainnya yang merupakan bagian dari infrastruktur utama kota pelabuhan adalah Pelabuhan Cilacap dan Stasiun Kereta.

¹⁷ <https://cilacapkab.go.id/v3/sejarah-cilacap/> (diunduh 29 Juni 2024)

Gambar 2.62
Benteng Pendem Cilacap



Sumber: <https://travel.kompas.com/image/2023/05/04/063125027/pengalaman-ke-benteng-pendem-cilacap-lihat-bangunan-unik-peninggalan-belanda?page=1> (diunduh 29 Juni 2024)

2.12. Pemetaan Permasalahan dalam Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap

Potensi yang menarik untuk digali di Cilacap:

- a) Cilacap adalah wilayah Kabupaten yang terluas di Jawa Tengah;
- b) Tempat Berdirinya Industri Besar yaitu Kilang Minyak terbesar Pertamina dan Pabrik Semen SBI, dan 3 Sumber Pembangkit Listrik Tenaga Uap;
- c) Tempat Tenggelamnya Kapal Induk Pertama Amerika Serikat dan beragam narasi sejarah Cilacap yang belum diaktivasi sebagai Narasi Kota Kreatif;
- d) Mewakili Indonesia Sebagai Kota Tangguh Bencana Asia Pasifik;
- e) Wisata Benteng Pendem dan potensi kawasan *urban heritage* yang masih tidur;

- f) Infrastruktur Transportasi antar wilayah yaitu Bandara Tunggul Wulung, Pelabuhan Samudera Tanjung Intan, 4 stasiun Kereta Api angkutan manusia dan barang (Stasiun Cilacap, Maos, Kroya dan Gandrungmangun);
- g) Keberadaan konektivitas Jalur Lingkar Selatan-Selatan (JLSS), Jalur Pantai Selatan Jawa (JPSJ), Jaringan Jalan Lintas Selatan (JJLS), Jalur Selatan Kebumen atau Jalur Daendels yang menghubungkan Kabupaten Cilacap dengan Kabupaten Purworejo, dan Kabupaten Kebumen di Jawa Tengah dengan Kabupaten Kulonprogo di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Bandara Yogyakarta International Airport;
- h) Hutan Mangrove dengan luas 8.914 hektare dan memiliki tingkat keanekaragaman hayati lebih dari 56 jenis mangrove;
- i) Potensi agrikultur, perikanan dan hasil hutan;
- j) Potensi Kawasan Pulau Nusakambangan dan Segara Anakan;
- k) Kawasan desa dengan keunikan tradisi budaya, seperti Kampung Nelayan, Desa Sawangan di Jeruklegi, dan Komunitas Adat Tajakembang Dayeuhluhur;
- l) Berbagai komunitas kreatif anak muda yang bergerak di bidang ekonomi kreatif;
- m) Toleransi terhadap tradisi adat, kebudayaan, agama dan sosial kemasyarakatan lainnya.

Permasalahan yang akan menjadi kajian dan diskusi dalam pengembangan ekosistem ekonomi Kabupaten Cilacap berdasarkan berbagai catatan potensi di atas maupun dari hasil diskusi mendalam dengan berbagai pihak pemangku kepentingan adalah:

- a) Penentuan subsektor ekonomi kreatif unggulan baik dalam versi Kata Kreatif (Kota Kabupaten Kreatif) Kemenparekraf maupun konversinya menurut ketentuan UCCN yang menjadi [lokomotif](#)

penghela sekaligus **pendukung** bagi perkembangan rangkaian gerbong subsektor ekonomi kreatif lainnya;

- b) Bagaimana *Grand Design* pemodelan korelasi dan jejaring kerja kolaborasi yang dapat dibentuk dari berbagai potensi utama yang dimiliki Kabupaten Cilacap yang menjadi pemodelan ekosistem ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap;
- c) Bagaimana menentukan program-program strategis sebagai program-program *quick wins* tahap Jangka Pendek (1 tahun), program-program penguatan ekosistem di tahap Jangka Menengah (5 tahun), dan program-program pengembangan jejaring berdampak di tahap Jangka Panjang (20 tahun).

BAB III

TINJAUAN KONSEP KOTA/KABUPATEN KREATIF SEBAGAI SEBUAH EKOSISTEM

3.1. Konsep Kota Kreatif Menurut UCCN dan ICCN

Konsep Kota Kreatif menurut versi ICCN (Indonesia Creative Cities Network) mengacu kepada 10 (sepuluh) prinsip kota kreatif seperti yang telah dideklarasikan bersama dalam Indonesia Creative Cities Conference I pada tanggal 27 April 2015 di Kota Bandung. Secara mendasar, ke sepuluh prinsip Kota Kreatif tersebut pemerintah kota/kabupaten kreatif memiliki mandatori untuk menyelenggarakan sistem pemerintahan yang transparan serta akuntabel dalam penyediaan fasilitas kota yang memadai dan inklusif serta menjamin kesejahteraan warganya sehingga mampu menjadi ekosistem kota yang welas asih (toleran); menjunjung tinggi keanekaragaman; hak asasi manusia dan inklusivitas; kota yang memungkinkan seluruh warganya untuk berkreativitas membangun ruang hidup bersama yang menghargai alam, kearifan lokal dan keberlangsungan hidup keseluruhan habitatnya.

UNESCO Creative Cities Network/Jejaring Kota Kreatif UNESCO (UCCN) telah dibentuk sejak 2004 guna meningkatkan kolaborasi antar kota-kota dunia yang telah diidentifikasi sebagai kota dunia yang memiliki ekosistem kreativitas sebagai faktor strategis untuk konsep Pembangunan kota yang berkelanjutan (*Sustainable Cities Development*). Tahun 2024 ini, telah tercatat kurang lebih 116 kota di seluruh dunia yang telah membuat jejaring kerja sama dengan tujuan utama untuk mendudukan kreativitas dan industri budaya sebagai basis pembangunan di tingkat lokal sekaligus sebagai entitas dalam membentuk simpul jejaring internasional. Jejaring kota-kota kreatif versi UCCN ini telah mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif kelas dunia dari kota-kota yang telah resmi menjadi anggotanya. Kota-kota ini telah bersepakat untuk

menjadikan pembangunan perkotaannya menjadi pembangunan berkelanjutan, menjunjung tinggi inklusi sosial dan semangat berkebudayaan.

Jejaring UCCN antar kota-kota yang tergabung di dalamnya diharapkan menjadi panutan bagi kota-kota lainnya serta dapat mengembangkan kemitraan strategis yang melibatkan sektor publik dan sektor swasta beserta seluruh komunitas masyarakat sipilnya untuk:

1. Memperkuat penciptaan, produksi, distribusi dan penyebaran kegiatan budaya, barang dan jasa;
2. Mengembangkan hubungan kreativitas dan inovasi dan memperluas kesempatan bagi pencipta dan profesional di sektor budaya;
3. Meningkatkan akses dan partisipasi dalam kehidupan budaya, khususnya untuk kelompok dan individu yang terpinggirkan atau rentan;
4. Mengintegrasikan budaya dan kreativitas sepenuhnya ke dalam rencana pembangunan yang berkelanjutan.

3.2. Integrasi Konsep Kota Kreatif dengan Agenda SDGs

Indonesia menjadi bagian dari pelaksanaan secara global *Sustainable Development Goals* (SDGs) sesuai dengan kesepakatan bersama antara 193 negara di Sidang Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tanggal 25 September 2015 untuk turut serta mengadopsi dan melaksanakan konsep SDGs untuk tercapai pada tahun 2030. Adapun 17 poin dalam *Sustainable Development Goals* adalah:

- 1) Menghapus kemiskinan (*no poverty*)

Pengentasan kemiskinan menjadi salah satu agenda utama dalam SDGs demi mengakhiri segala bentuk jenis kemiskinan;

- 2) Mengakhiri kelaparan (*zero hunger*)

Menggalakkan pertanian dan ketahanan pangan juga menjadi salah satu agenda utama dalam perbaikan nutrisi;

3) Kesehatan yang baik dan kesejahteraan (*good health and well-being*)

Menggalakkan gaya dan hidup yang sehat, serta mendukung kesejahteraan bagi semua untuk segala rentang usia;

4) Pendidikan bermutu (*quality education*)

Menyelenggarakan pendidikan yang inklusif, berkualitas, dan setara untuk dapat diakses oleh semua orang, serta mendukung kesempatan belajar seumur hidup bagi semua orang;

5) Kesetaraan gender (*gender equality*)

Memperjuangkan kesetaraan gender, memberdayakan semua kalangan perempuan, memerintah dengan efektif, dan mengentaskan kemiskinan sebagai upaya memperkuat kemampuan negara untuk berkembang pesat;

6) Akses air bersih dan sanitasi (*clean water and sanitation*)

Menjamin ketersediaan dan manajemen air bersih yang berkelanjutan, serta sistem sanitasi untuk semua;

7) Energi bersih dan terjangkau (*affordable and clean energy*)

Memastikan ketersediaan energi yang terjangkau, dapat diandalkan, berkelanjutan dan modern bagi semua;

8) Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (*decent work and economy growth*)

Mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, tenaga kerja penuh produktif, serta pekerjaan yang layak;

9) Industri, inovasi dan infrastruktur (*industry, innovations, and infrastructure*)

Pembangunan infrastruktur yang tangguh, mendukung industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan, serta memfasilitasi perkembangan inovasi;

10) Mengurangi ketimpangan (*reduce inequality*)

Mengurangi ketimpangan di dalam dan antar negara;

11) Kota dan komunitas yang berkelanjutan (*sustainable cities and communities*)

Membuat perkotaan dan pemukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan;

12) Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (*responsible consumption and production*)

Memastikan pola konsumsi dan produksi yang berimbang dan berkelanjutan, sehingga tidak ada ketimpangan *supply* dan *demand*;

13) Penanganan perubahan iklim (*climate action*)

Memerangi perubahan iklim dan dampaknya;

14) Menjaga ekosistem laut (*life below water*)

Mengkonservasi dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya laut, samudra, dan maritim;

15) Menjaga ekosistem darat (*life on land*)

Melindungi, memulihkan, dan mendukung penggunaan yang berkelanjutan terhadap ekosistem daratan, seperti pengelolaan hutan secara berkelanjutan, memerangi penggurunan (desertifikasi), menghambat dan membalikkan degradasi tanah, serta menghambat hilangnya keanekaragaman hayati'

16) Perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat (*peace, justice, and strong institution*)

Mendukung masyarakat yang damai dan inklusif, menyediakan akses terhadap keadilan bagi semua, serta membangun institusi-institusi yang efektif, akuntabel, dan inklusif di segala lapisan untuk pembangunan berkelanjutan;

17) Kemitraan untuk mencapai tujuan (*partnership for the goals*)

Memperkuat ukuran implementasi dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.

Integrasi antara konsep dan 10 prinsip kota kreatif dengan 17 poin dalam program SDGs terletak pada irisan tujuan dari keduanya. Secara garis besar pengintegrasian tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Prinsip 1 Welas Asih, sesuai dengan SDGs poin 1, 2, 3, 4, dan 5
- 2) Prinsip 2 Inklusif, sesuai dengan SDGs poin 3, 4, 5, 9, 11, dan 16
- 3) Prinsip 3 Pelindung HAM, sesuai dengan SDGs poin 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, dan 16
- 4) Prinsip 4 Pemulia Kreatifitas, sesuai dengan SDGs poin 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, dan 16
- 5) Prinsip 5 Tumbuh bersama Lingkungan Lestari, sesuai dengan SDGs poin 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, dan 16.
- 6) Prinsip 6 Pemelihara Kearifan sejarah serta pembangun semangat pembaharuan, sesuai dengan SDGs poin 8, 9, dan 11
- 7) Prinsip 7 Dikelola secara transparan, adil dan jujur, sesuai dengan SDGs poin 16
- 8) Prinsip 8 Pemenuh kebutuhan dasar Masyarakatnya. sesuai dengan SDGs poin 1-17
- 9) Prinsip 9 Memanfaatkan energi terbarukan, sesuai dengan SDGs poin 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, dan 17

10) Prinsip 10 Penyedia fasilitas umum yang layak, sesuai dengan SDGs poin 1 – 17

3.3. Konsep Kota Kreatif dan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia

Kota Kreatif adalah kota yang tumbuh berkembang dengan tenaga kreativitas yang berupa ide dan gagasan kreatif. Pihak-pihak yang bergerak bersama dalam mewujudkan Kota Kreatif adalah unsur *hexa helix* yaitu akademisi, bisnis, komunitas, institusi keuangan, dan media.

Gambar 3.1
Kegiatan ICCN dalam Pekan Kebudayaan Nasional



Sumber: Blog Dr. Tita Larasati (titalarasati.com)

Prinsip utama Kota Kreatif Indonesia adalah holistik, berkelanjutan, dan menggunakan pendekatan multi pemangku kepentingan (*multistakeholder*). Pendekatan ini penting untuk mengakomodasi

kolaborasi antar pemangku kepentingan, karena setiap daerah memiliki kesiapan yang berbeda-beda untuk berkolaborasi.

Gambar 3.2
Peluncuran Bantul Menuju Kabupaten Kreatif



Sumber: Website Pemerintah Kabupaten Bantul

Konsep Kota Kreatif yang dikembangkan oleh ICCN (Indonesia Creative Cities Network) bekerjasama dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian memperhatikan tiga hal yang menjadi semangat Kota Kreatif, yaitu:

1. Fokus Semangat Kota Kreatif:
 - a) Fokus kepada pengembangan ide dan kreativitas;
 - b) Eksistensi komunitas kreatif (*bottom-up*);
 - c) Rantai nilai proses kreatif.

Semangat tersebut kemudian disarikan menjadi beberapa kata kunci Kota Kreatif:

2. Ide, kreativitas, keterampilan, dan bakat (orang kreatif);

3. Peran penting komunitas kreatif (*community leads, government facilitates*);
4. Potensi lokal (sumber daya manusia, budaya, dan komoditas ekonomi);
5. Keunggulan dan identitas daerah;
6. Penciptaan nilai tambah, pada umumnya melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi;
7. Berkelanjutan, yang meliputi aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi;
8. Pemenuhan setiap tahap dalam proses kreatif dengan konsekuensi berjejang;
9. Kriteria Kota Kreatif.

Adapun kriteria Kota/Kabupaten Kreatif meliputi:

a. Modal kreatif (*creative capital*)

- 1) Komunitas kreatif lokal;
- 2) Potensi lokal daerah sebagai keunggulan dan identitas suatu kota/kabupaten;
- 3) Wadah kolaborasi antara pemerintah, komunitas kreatif, dunia usaha, dan akademisi.

b. Arena kreatif (*creative space*)

- 1) Ruang kreatif yang dapat menumbuhkembangkan kreativitas dan inovasi (contohnya pusat kreatif, *science/technopark*, inkubator); dan lain-lain;
- 2) Ruang publik sebagai pusat aktivitas dan interaksi bagi lintas pelaku ekonomi kreatif (pemerintah, pelaku usaha/industri, akademisi, dan komunitas/forum kreatif).

c. Pemampu (*enabler*) berupa infrastruktur dan teknologi informasi dan komunikasi

- 1) Ekosistem yang dapat mengintegrasikan sebagian atau seluruh proses kreasi, produksi, dan distribusi/pasar. Kota/kabupaten yang hanya memiliki sebagian rantai nilai akan memerlukan jejaring kota/kabupaten, yang membentuk kesatuan fungsi;
- 2) Sarana dan prasarana kota yang dapat mendorong kreativitas;
- 3) Program pembangunan pemerintah daerah yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi.

Gambar 3.3

Samsara Living Museum salah satu jejaring ICCN di Kab. Karangasem



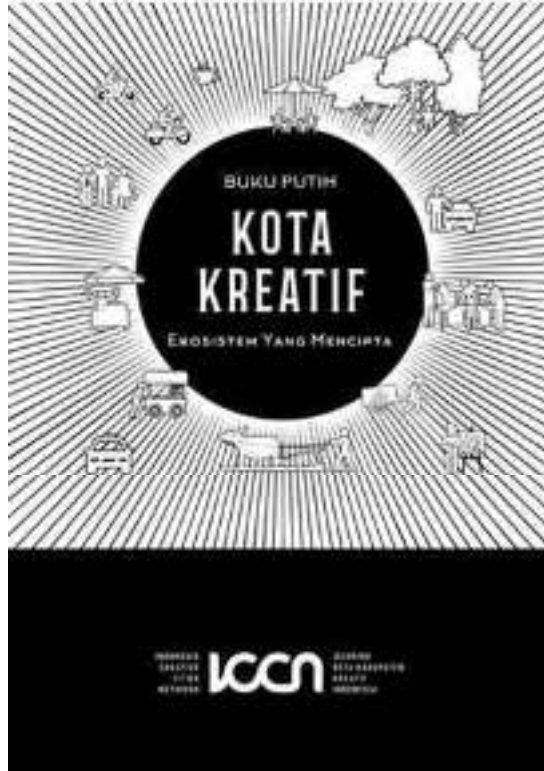
Sumber: Blog Dr. Tita Larasati (titalarasati.com)

3.4. 10 Prinsip Kota Kreatif dan Strategi Catha Ekadaksa ICCN

ICCN berpegang pada 10 Prinsip Kota Kreatif Indonesia dalam menerapkan Ekonomi Kreatif pada skala lokal (kabupaten/kota), di mana kata-kata kuncinya terkait langsung dengan pengembangan kebudayaan; antara lain keberagaman, inklusivitas, partisipatif, kearifan lokal, dan kreativitas. Sepuluh Prinsip ini merupakan hasil dari Konferensi Kota Kreatif pada tanggal 27 April 2015 di Kota Bandung, yaitu:

1. Welas Asih, dengan menjunjung keanekaragaman sosial budaya yang berpijak pada nilai *silih asih*, *silih asah* dan *silih asuh*;
2. Inklusif, dengan memuliakan nilai-nilai kemanusiaan serta menumbuhkembangkan semangat kebersamaan, solidaritas, & perdamaian;
3. Pelindung HAM, sebagai kota yang membela segenap hak ekonomi, sosial dan budaya masyarakatnya;
4. Pemulia Kreatifitas, dengan mengembangkan kecerdasan, kearifan lokal, keterampilan, daya cipta serta kemampuan nalar, ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai landasan penciptaan dan inovasi;
5. Tumbuh bersama Lingkungan Lestari, sebagai kota yang hidup selaras dengan dinamika lingkungan dan alam sekitar;
6. Pemelihara Kearifan Sejarah serta Pembangun Semangat Pembaharuan, dengan menciptakan masa depan yang lebih baik untuk seluruh masyarakatnya;
7. Dikelola secara transparan, adil dan jujur dengan mengedepankan nilai gotong-royong dan kolaborasi serta membuka akses dan partisipasi masyarakat untuk terlibat membangun kotanya;

Gambar 3.4
Buku Putih Kota Kreatif ICCN yang memuat 10 Prinsip Kota Kreatif



Sumber: <https://image.slidesharecdn.com/bukuputihkotakreatif-201117064441/85/BUKU-PUTIH-KOTA-KREATIF-1-320.jpg> (diunduh 29 Juni 2024)

8. Pemenuh Kebutuhan Dasar Masyarakatnya, yang selalu berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan, kebahagiaan, dan kualitas hidup masyarakatnya;
9. Memanfaatkan Energi Terbarukan, dengan senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan energi secara bijak dan berkelanjutan;
10. Penyedia Fasilitas Umum yang Layak, dengan fasilitas umum yang ramah bagi semua kalangan termasuk kelompok masyarakat rentan dan berkebutuhan khusus.

ICCN memiliki *Catha Ekadasa*, atau 11 jurus panduan aktivitas Ekonomi Kreatif untuk mewujudkan 10 Prinsip, yang dapat disesuaikan dengan berbagai karakteristik, kondisi dan kebutuhan wilayah di Indonesia. Setiap kota memiliki potensi dan masalah yang unik, serta membutuhkan solusi yang tepat guna, ICCN telah memetakan formula yang dapat diaplikasikan sebagai solusi untuk pembangunan kota yang berorientasi pada kreativitas lokal berdasarkan pengalaman dan kisah baik dari inisiatif kota kreatif di Indonesia dan negara lain.

Gambar 3.5
Linimasa ICCN

25-27 April 2015 Creative Cities Conference Bandung Deklarasi 10 Prinsip Kota Kreatif	22-25 Okt 2015 Indonesia Creative Cities Conference (ICCC1), Surakarta Pembentukan Indonesia Creative Cities Network (ICCN) Ketum & Sekum ICCN 2015-2017: Paulus Mintaga & Liliek Setiawan	30 Nov 2015 Pendirian Perkumpulan Jejaring Kota dan Kabupaten Kreatif Indonesia Pengesahan Akta Notaris No.28 tertanggal 27 Januari 2016	30 Maret 2016 Indonesia Creative Cities Conference (ICCC2), Malang	6-10 Sept 2017 Indonesia Creative Cities Conference (ICCC3), Makassar Peluncuran Buku Putih Kota Kreatif: Ekosistem yang Mencipta Ketum & Sekum ICCN 2017-2019: Tb. Fiki C. Satari & M. Arief Budiman	23 November 2017 Rapat Kerja ICCN, Bandung, Terdaftar 150 kota/kabupaten	4-6 Mei 2018 Rapat Koordinasi Nasional, Padang, Terdaftar 168 kota/kabupaten	15-20 Okt 2018 Indonesia Creative Cities Festival (ICCF)/ICCC4, Yogyakarta Terdaftar 211 Kota/Kabupaten
29-30 Juni 2019 Rapat Koordinasi Nasional, Surabaya Jawa Timur.	2-7 Sept 2019 Indonesia Creative Cities Festival (ICCF)/ICCC5, Temate, Maluku Utara	7 Sept 2019 Rapat Umum Anggota ICCN, Terpilih Ketum ICCN 2019-2022: Tb. Fiki C. Satari	6-8 Nov 2019 Rapat Koordinasi Nasional Banyuwangi Jawa Timur	26-28 Nov 2020 Rapat Umum Anggota Indonesia Creative Cities Festival (ICCF) Denpasar Karangasem Bali	20-24 Okt 2021 Rapat Koordinasi Nasional Pontianak Singkawang	26-29 Nov 2021 Indonesia Creative Cities Festival (ICCF) Pekanbaru Siak Riau	

Sumber: <https://iccn.or.id/assets/img/others/linimasa.png> (diunduh 29 Juni 2024)

Formula *Catha Ekadasa* terdiri dari 11 jurus yang solutif.

1. Forum Lintas Ekonomi Kreatif;
2. Komite Ekonomi Kreatif Pemerintah Daerah;
3. Ekosistem Kreatif Kota/Kabupaten (Iterasatari);
4. Navigasi Pembangunan Kota;
5. Indeks Kota Kreatif;
6. Strategi Komunikasi & Narasi;
7. *Creative City Branding Management*;

8. Festival Kreatif
9. *Design Action*/Musrenbang Kreatif
10. Wirausaha Kreatif Desa X Kota
11. *Command Centre*

Gambar 3.6
 Framework ICCN untuk SDGs, 10 Prinsip Kota Kreatif, 11 *Catha Ekadasa*, Ekosistem Ekonomi Kreatif dan Kolaborasi *Hexa Helix*



Sumber: Presentasi Dr. Tita Larasita BCCF untuk ICCN, 2023

Biasanya kita mengenal konsep *penta helix* yang terdiri dari (Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah dan Media), tetapi ICCN memperkenalkan "helix" baru yaitu agregator sebagai penghubung dari berbagai kepentingan ekonomi kreatif Indonesia. Kota Kreatif adalah kota yang tumbuh berkembang dengan tenaga kreativitas yang berupa ide dan gagasan kreatif. Pihak-pihak yang bergerak bersama dalam mewujudkan

Kota Kreatif adalah unsur *hexa helix* yaitu akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah daerah, media, dan lembaga keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memetakan peran masing-masing *stakeholder* yang terlibat pada kolaborasi *hexa helix* dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Kontribusi setiap elemen dalam kolaborasi *hexa helix* perlu diperhatikan agar mendukung keberhasilan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Komponen *hexa helix* yang ada dalam pengembangan industri digital adalah pemerintah, akademisi, dunia usaha, media, serta lembaga keuangan. Setiap komponen mempunyai perannya masing-masing untuk menyelaraskan.

Gambar 3.7

Kegiatan Bandung Creative City Forum, sebuah forum Kota kreatif Lintas komunitas dan ABCGMAg



Sumber: <https://bccf.id/wp-content/uploads/2021/10/Copy-of-DSC09058-scaled.jpg>
(diunduh 29 Juni 2024)

Aktor yang berperan dalam pengembangan Kota Kreatif terdapat di tingkat pusat dan daerah, yang terdiri dari ABCGMAg (*hexa-helix*). Pada tingkat daerah, diharapkan terdapat kolaborasi, antara akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan Pemerintah Daerah. Tugas pertama dari kolaborasi

ini adalah melakukan identifikasi dan pemetaan potensi di daerahnya masing-masing, yang ditujukan untuk (1) mengetahui posisi dan potensi daerah tersebut; (2) menentukan langkah untuk bertransformasi; dan (3) mengidentifikasi kebutuhan dukungan atau bantuan yang diperlukan dari Pemerintah Pusat. Masing-masing aktor juga memiliki peran yang berbeda-beda, contohnya untuk dunia usaha salah satu peran utamanya adalah pendampingan dan pendataan. Peran ini bukan saja dilakukan oleh pemerintah, tapi juga dari pelaku usaha yang berkecimpung langsung di sektor kreatif.

Gambar 3.8
Pelantikan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Bantul



Sumber: <https://yogya.inews.id/berita/pemkab-bantul-bentuk-komite-ekonomi-kreatif-untuk-tingkatkan-daya-saing-pelaku-usaha> (Diunduh, 29 Juni 2024)

3.5. Instrumen Penilaian Kota Kreatif

Program Pengembangan Kabupaten/Kota (KaTa) Kreatif bertujuan untuk menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan ekonomi kreatif

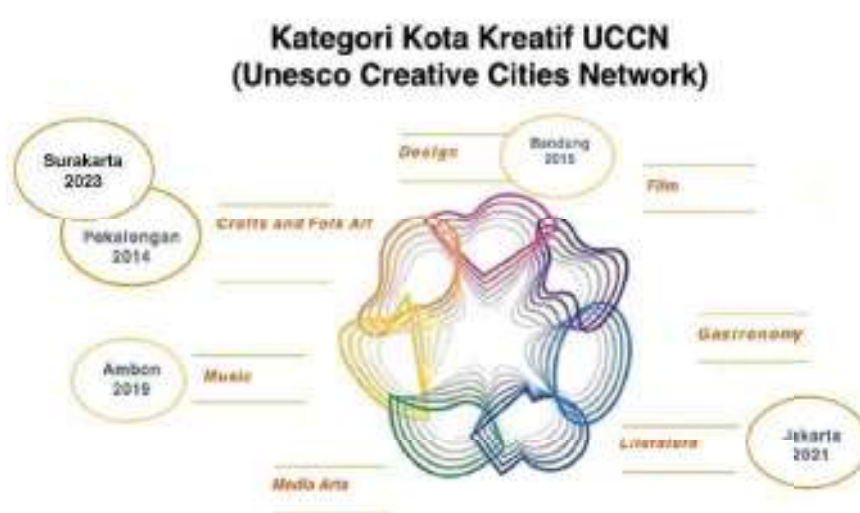
kegiatan komunitas kolaborasi, cakupan jejaring, karya ekraf yang kemudian dilakukan riset untuk menentukan potensi ekraf unggulan di masing-masing kota/kabupaten.

Di akhir penilaian, akan diadakan presentasi dari Kepala Daerah yang akan dikawal KEK (Komite Ekonomi Kreatif) daerah untuk menjelaskan potensi pengembangan ekonomi kreatif yang ada di masing-masing Kabupaten/Kota, kepada Kemenparekraf sebagai representasi pemerintah pusat.

A. Program Unggulan Kabupaten Cilacap Menuju Kota Kreatif Dunia 2025

Program unggulan Kabupaten Cilacap ini hendaknya dibarengi dengan komitmen yang konkrit, yang membuktikan kesungguhan pemerintah Kabupaten Cilacap membangun identitas Cilacap dengan melibatkan seluruh *stakeholder* dalam kerangka ekosistem kota kreatif yang berkelanjutan.

Gambar 3.11
Kategori Kota Kreatif UCCN



Sumber bagan: Komisi Nasional Indonesia Untuk Unesco

Implementasi Program *City Branding Management* Kabupaten Cilacap ini diharapkan bisa mencapai *Quick Win*, membawa Cilacap menjadi anggota jejaring Kota Kreatif Dunia UCCN (Unesco Creative Cities Network) pada 2025.

Saat kolaborasi konkrit terbangun bersama seluruh *stakeholder* Kabupaten Cilacap untuk mendorong Cilacap naik kelas menjadi kota kreatif dunia.

B. Penanggung Jawab Pelaksanaan Program

Pelaksanaan Program *City Branding Management* Kabupaten Cilacap menjadi tanggung jawab bersama yang melibatkan kolaborasi para pemangku kepentingan. Di tingkat OPD, pelaksana utama kegiatan ini adalah Bappeda yang berfungsi sebagai *leading sector* yang mengkoordinasikan lintas sektoral dalam sebuah program terintegrasi yang berkelanjutan.

3.6. Konsep, Konten dan Strategi City Branding Management Kota Kreatif

Metode *City Branding Management* adalah pintu masuk bagi para pemangku kepentingan untuk mengaksentuasi manajemen potensi unggulan kota.

Gambar 3.12
Manajemen Potensi Unggulan Kota



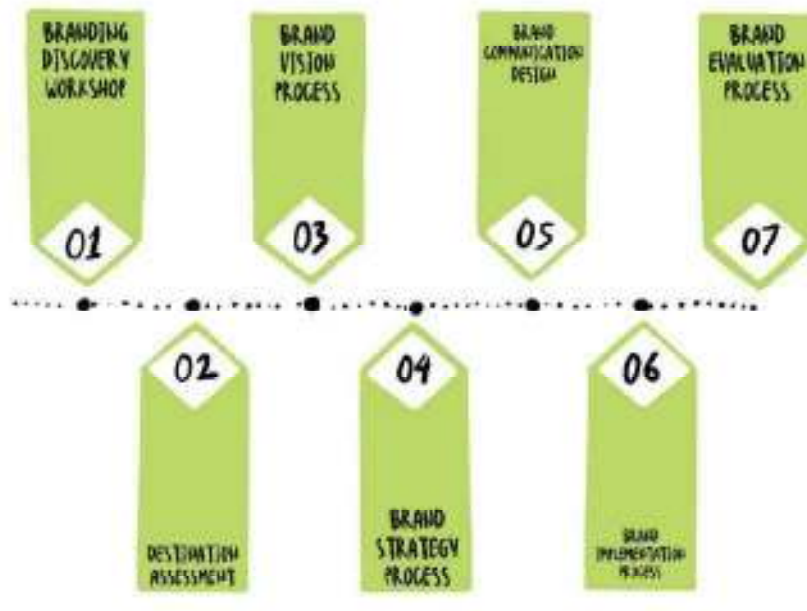
Sumber : Arief Budiman, 2020

Program ini memerlukan keterlibatan aktif *stakeholder* Kabupaten Cilacap untuk melaksanakan rekayasa sosial sebagai upaya merangkul seluruh aspek Masyarakat. Keterlibatan ini melalui tahapan pemetaan sosial, sosialisasi, memberikan aspek pemahaman secara utuh dan membangun partisipasi aktif masyarakat melalui serangkaian program yang terkoordinasi dengan baik untuk mendukung tercapainya tujuan program *City Branding Management* secara keseluruhan.

Sedangkan program rekayasa fisik di antaranya adalah infrastruktur pendukung, sarana dan prasarana serta proses pembangunan lain yang menyertai dan menjadi akselerator tercapainya tujuan program. Tentu saja dalam pelaksanaannya, pembangunan sosial dan fisik ini perlu didukung oleh konsep, konten dan narasi yang baik dan sesuai untuk mengintegrasikan *input* dan *output* dan memaksimalkan *outcome*-nya bagi seluruh *stakeholder* yang terlibat.

Setelah tahapan rekayasa sosial dilaksanakan dan menghasilkan pencapaian-pencapaian positif sesuai tahapannya, barulah bisa dimulai program rekayasa fisik. *City Branding Management* terdiri atas serangkaian aktivitas yang dirangkum dari berbagai program yang terstruktur dan terintegrasi, dijabarkan dalam rencana aksi pada setiap sektor dengan tahapan tertentu.

Gambar 3.13
Tahapan Pengembangan *City Branding Management*



Sumber: Ayip Budiman, Buku Gerakan Kalcer untuk Jenama Berdaya, Kemendikbudristek 2023

A. VISI BRAND

Visi *brand* adalah penetapan arah dan tujuan sebuah *brand* berdasarkan pengolahan data dan fakta yang dihasilkan oleh kajian. Kelengkapan visi *brand* ditentukan oleh jati diri yang penting meliputi:

- a) Visi *brand*, deskripsi atau ungkapan yang memuat nilai-nilai karakteristik dan tujuan utamanya;
- b) Misi *brand*, deskripsi atau ungkapan yang memuat inti dan fokus yang ingin dicapai;
- c) Pemosisian (*positioning*) *brand*; dalam konteks alternatif yang unik, kompetitif dan menghasilkan penciptaan nilai tambah (*value added creation*);
- d) Nilai *brand*, kualitas nilai-nilai terbaik yang terhubung dengan *brand*.

- e) Hakikat (*essence*) *brand*, janji nilai dan manfaat yang spesifik, yang memiliki makna dan relevansi dengan konsumen;
- f) Manfaat *emotional*, hal-hal yang menarik emosi konsumen, yang dapat membuat mereka ingin membeli sesuatu karena menyukai tampilannya yang keren (*coolness factor*);
- g) Personalitas *brand*, sesuatu yang dapat dihubungkan dengan karakter atau personalitas.

B. BRANDING STRATEGY

Strategi *branding* adalah proses membuat rencana implementasi untuk menjamin keberhasilan pengembangan dan pemasaran *brand*. Tujuan dari strategi *branding* adalah memberikan rencana pengembangan yang sistematis, koheren, dan kuat untuk meningkatkan apresiasi.

Strategi ini harus didorong oleh prinsip-prinsip diferensiasi dan berkelanjutan. Strategi brand harus memengaruhi operasionalisasi program secara total untuk memastikan perjalanan brand yang memberikan pengalaman brand yang konsisten. Proses penciptaan strategi *brand* diawali oleh *audit brand* dan diakhiri oleh rencana untuk menerapkan *brand* pada semua titik sentuh sebagai media komunikasi, baik *offline* maupun *online*.

C. DESAIN KOMUNIKASI BRAND

Desain komunikasi *brand* adalah kombinasi kegiatan yang mempengaruhi opini kelompok sasaran terhadap sebuah destinasi kota dan produk-produknya. *Branding* yang baik akan memberikan dampak yang mengesankan. *Brand* harus memiliki tujuan untuk menginspirasi dan melibatkan kelompok sasaran, sehingga komunikasi *brand* yang efektif dimulai dengan kejelasan strategi, yang menunjukkan bahwa *brand* membawakan dan mewakili nilai-nilai dengan keunikan tertentu yang dimiliki oleh sebuah *brand*.

Gambar 3.14
Ilustrasi Design Communication Brand



Sumber: Arief Budiman, 2023

Komunikasi terjadi setiap kali kelompok sasaran berinteraksi dengan *brand*:

- a) Ketika kelompok sasaran melihat *brand* (logo, slogan, desain visual *brand*);
- b) Ketika kelompok sasaran melihat penampilan produk (produk dan komoditas, destinasi pariwisata, sarana dan prasarana kota);
- c) Ketika kelompok sasaran melihat konten mengenai kota (media sosial, iklan media, ulasan dan pemberitaan media, liputan media);
- d) Ketika kelompok sasaran berhubungan langsung secara fisik (menghubungi kantor, pusat informasi pariwisata, mengurus administrasi).

Konsistensi penampilan pada semua saluran dan media komunikasi harus dipastikan. Reputasi *brand* secara aktif dibangun oleh setiap kelompok sasaran berdasarkan pencitraan *brand* yang mereka lihat, jumpai dan rasakan pengalamannya secara nyata.

D. Identitas Visual *Branding* Kabupaten Cilacap

Desain komunikasi *visual brand* bertujuan untuk merancang aneka medium komunikasi, termasuk identitas *visual* yang akan membentuk persepsi dan citra secara terfokus dan konsisten. Identitas visual utama dari *City Branding* adalah logo sebagai simbol dari nilai-nilai yang melekat pada budaya masyarakatnya. *City Branding* Kabupaten Cilacap memiliki beberapa prasyarat, yaitu:

- a) Melambungkan nilai-nilai dan spirit budaya dan kearifan lokal;
- b) Mewakili semangat kekinian yang mengadaptasi visi, *trend*, modernitas dan generasi jaman baru;
- c) Mudah dikenali, diingat dan memiliki *coolness factor* sebagai magnet pemikat;
- d) Mempunyai karakter yang kuat, unik, berbeda dan sekaligus dinamis dalam aneka implementasi dan aplikasi.

Desain komunikasi *brand* bertujuan untuk merancang aneka medium komunikasi, termasuk identitas visual yang akan membentuk persepsi dan citra secara terfokus dan konsisten.

E. Identitas Visual

Identitas visual yang sekarang digunakan sebagai logo resmi Kabupaten Cilacap adalah sebagai berikut:

Gambar 3.14
Bentuk dan Wujud Lambang Kabupaten Cilacap



Sumber: <https://disdukcapil.cilacapkab.go.id/cropped-logo-cilacap-png/>

Bentuk dan Wujud Lambang Kabupaten Cilacap

a) Bintang Segi Lima

Melambangkan keluhuran cita-cita masyarakat Cilacap yang berkepribadian Pancasila;

b) Tugu Pahlawan dengan lidah api di atas gelombang Laut Selatan

Tugu Pahlawan melambangkan perjuangan heroik masyarakat Daerah di masa Revolusi 1945. Lidah api menunjukkan hitungan 5, berarti perjuangan yang berdasarkan Pancasila. Gelombang Laut Selatan dengan lekuk gelombang berjumlah 4 dihubungkan dengan lidah api (5) berarti bahwa perjuangan yang berkobar-kobar sejak Revolusi 45 berdasarkan UUD 45 dan jiwa juang 45;

c) Kembang Wijayakusuma

Merupakan lambang Wahyu Negara pada saat masih berbentuk kerajaan. Wijayakusuma menjadi nama pengenal khas dan merupakan lambang hidup daerah. Kembang ini hanya ada dan tumbuh di Cilacap saja (bunga gaib);

d) Padi dan Kapas

Melambangkan keluhuran cita-cita masyarakat daerah mewujudkan masyarakat adil dan makmur dalam mengemban Amanat Penderitaan Rakyat. Padi dan Kapas bermakna kegiatan masyarakat di bidang pangan dan sandang. Jumlah bulir padi 17 dan kapas 8, dihubungkan dengan Kembang Wijayakusuma yang berkelopak 4 dan berdaun bunga 5, menunjukkan betapa keramatnya Proklamasi Tujuh Belas Delapan Empat Lima;

e) Ikan Hiu

Ikan Hiu melambangkan Cilacap berada di daerah pantai laut selatan, penghasil ikan, dan sebagian dari masyarakatnya adalah nelayan.

F. Makna Warna Lambang**a) Warna Merah Hati**

Keberanian, keuletan, kewaspadaan serta melambangkan perjuangan yang gagah berani;

b) Warna Kuning Emas

Keluhuran di dalam mengemban tugas;

c) Warna Putih

Kesucian jiwa;

d) Warna Hitam

Ketenangan dan ketabahan;

e) Warna Hijau

Kesuburan dan kemakmuran;

f) Warna Biru Laut/Biru Tua

Cilacap terletak di pantai selatan, Samudera Indonesia. Seluruh warna menggambarkan kepribadian masyarakat, sebagai simbol dari nilai-nilai yang melekat pada Kabupaten Cilacap.

G. Motto Kabupaten Cilacap



JALA BHUMI WIJAYAKUSUMA ÇAKTI

JALA: Air, Lautan

BHUMI: Tanah, Daratan

WIJAYAKUSUMA: Bunga Kejayaan

ÇAKTI: Ilmu Tertinggi

Sesanti: **CILACAP BERCAHAYA**

Bersih, Elok, Rapi, Ceria, Hijau, Aman, Jaya

Gambar 3.14
Logo Cilacap Sheen of Java



Sumber: <https://disporapar.cilacapkab.go.id/2022/06/06/cilacap-sheen-of-java-tagline-baru-berserta-logo-baru-pariwisata-cilacap>

H. Implementasi *City Branding Management*

Implementasi *branding* mengacu pada referensi fisik dan aplikasi yang konsisten dari identitas *brand* pada media komunikasi visual, baik secara *offline* maupun *online*. Implementasi branding meliputi aspek penempatan logo identitas pada media, arsitektur, desain visual, desain industri, manajemen proyek, anggaran produksi dan belanja media, dan

pelaksanaannya dalam kampanye *branding* yang terstruktur dalam kerangka waktu yang ditentukan. Implementasi *branding* merupakan penerapan citra *brand* pada seluruh unit internal, unit kerja, saluran komunikasi dan media secara berkesinambungan dan konsisten.

I. Program dan Aktivasi

Perancangan program yang dikategorikan menjadi:

- a) **Branding internal**; lokakarya mengenai *branding* dan implementasi *branding* bagi kelompok peserta yang berasal dari pemerintah, akademisi, bisnis dan masyarakat Kabupaten Cilacap untuk mentransformasi pengetahuan dan pemahaman, sehingga implementasi *branding* berjalan dengan partisipasi yang baik dari seluruh pemangku kepentingan; studi banding ke tempat yang telah mempraktikkan *branding* destinasi dengan baik ditingkat nasional maupun internasional;
- b) **Branding eksternal**; program yang disesuaikan dengan tujuan *branding* melalui format seminar, lokakarya, sayembara, dan festival yang memuat unsur sosialisasi, distribusi dan promosi informasi dan semangat *branding* destinasi kota;
- c) **Aktivasi branding dan pemodelan**; program implementasi *city branding* yang langsung bersentuhan dengan masyarakat terutama komunitas kota untuk mewujudkan internalisasi yang riil dalam bentuk aksi konkrit. Sekaligus implementasi pemodelan untuk mewujudkan ekosistem kota kreatif yang melibatkan *stakeholder* dalam sinergi *hexa helix* sebagai *quick wins* terpenting dalam meraih kepercayaan dan penerimaan yang positif dari masyarakat atas program *City Branding Management* ini.

J. Komunikasi, Kehumasan dan Promosi

Program dan aktivitas yang harus dilaksanakan adalah merancang dan menyiapkan bauran media dan program yang berkaitan dengan komunikasi *brand* seperti *video profile*, seri buku yang memuat potensi unggulan, baik secara utuh maupun secara khusus.

Pada bagian kehumasan, program dan aktivitas yang harus dilaksanakan adalah merancang dan menyiapkan bentuk komunikasi bagi pemangku kepentingan dan media; mengembangkan diplomasi publik yang baik; menyiapkan sarana dan prasarana bagi terselenggaranya kehumasan yang ditunjang oleh sistem informasi yang terintegrasi dan kiat yang berisi buku yang representatif yang membuat profil kota, membuat pusat media yang mengirimkan informasi mutakhir tentang kota kepada media lokal, nasional, dan internasional secara berkala; dan membuat media perjalanan ke lokasi-lokasi yang ingin mendapat perhatian khusus.

Implementasi *branding* ini harus diselenggarakan dengan perencanaan yang terintegrasi pada program pemerintah pada suatu wilayah sebagai dukungan sekaligus komitmen untuk mewujudkan dan merealisasikan kesuksesan *branding* kota. Kategori dukungan tersebut adalah:

- a) Melengkapi dan meningkatkan sarana dan prasarana secara fisik dan nonfisik;
- b) Meningkatkan kapasitas dan kapabilitas sumber daya insani sebagai kerangka pengembangan insan yang mumpuni;
- c) Membuat payung hukum, baik berupa peraturan, maupun kebijakan yang menunjang terselenggaranya program dan proses pembangunan dengan baik;
- d) Menata kelola administrasi pemerintah, proses pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan parameter yang menjadi alat ukur kinerja.

K. Evaluasi

Evaluasi secara berkala diperlukan untuk memperbaiki dan meningkatkan program, membuat aksentuasi, dan pendukungnya, sehingga memiliki dampak yang signifikan.

L. Pemodelan Pelaksanaan Program *City Branding Management*

Untuk mewujudkan *impact* segera yang bisa dirasakan oleh *stakeholder Kabupaten Cilacap*, utamanya agar dirasakan langsung oleh masyarakat diperlukan Program *Quick Wins* Implementasi *Branding* Melalui Aktivasi Ruang, Komunitas dan Pemodelan.

Gagasan akan identitas kota benar-benar harus sejalan dengan perencanaan pembangunan jangka pendek, menengah dan panjang, khususnya mengacu kepada peta jalan Kabupaten Cilacap sebagai bagian dari jejaring kota kreatif dunia. Visi dan misi kota kreatif merekomendasikan *crafts and folk art* sebagai lokomotif pengungkit yang menarik gerbong potensi ekonomi kreatif dan identitas Kabupaten Cilacap.

Brand positioning kabupaten/kota di Indonesia belum sepenuhnya berpedoman kepada gagasan *city branding management* yang lengkap, sehingga *awareness* geografis Indonesia dalam pandangan masyarakat global masih bertumpu kepada identitas terbatas atau cenderung mengarah kepada destinasi populer atau yang diprioritaskan saja, seperti Bali, Jakarta (Ibu Kota), Pulau Komodo, Papua (Raja Ampat), Borobudur, Aceh dan berbagai destinasi yang mendapat porsi promosi dan pemberitaan lebih.

Implementasi *city branding management* harus dilakukan dengan pendekatan pemasaran terintegrasi yang terdiri dari:

- a) ***Above The Line (ATL)*** berupa agenda pemasaran yang menjangkau target market luas dengan tujuan *Awareness* (kepopuleran), memperkuat posisi strategis *brand* dan pengenalan identitas secara luas. Pemasaran ini tidak berdampak dan

berinteraksi secara langsung kepada nilai investasi dan pembelian. Pemasaran ATL antara lain berbentuk iklan, baliho, brosur, dan promosi media. Aktivasi ATL diukur dalam capaian nilai, jangkauan pasar potensial dan luasan distribusi promosi dan komunikasi.

- b) **Below The Line (BTL)** berupa agenda pemasaran yang menjangkau target market luas dengan tujuan kontak dan interaksi pasar secara langsung, aktivasi yang dilakukan dalam pemasaran (*below the line*) biasanya menyasar kepada *variable* dan parameter capaian yang terukur secara langsung, menyasar segmen pasar potensial yang sudah dipetakan yaitu investasi, kerjasama strategis, dan kunjungan. Bentuk implementasi pemasaran BTL antara lain berupa festival, aktivasi *event*, pameran, trade fair, sponsorship, bursa Investasi dan berbagai bentuk koneksi yang dibangun sebagai bagian dari agenda pemasaran langsung.
- c) **Through The Line (TTL)** seiring berkembangnya cara berpromosi maka jangkauan pemasaran berusaha menggabungkan kebutuhan pemasaran $ATL + BTL = TTL$ (*Through The Line*), sebagai pola pemasaran yang menggabungkan kedua pola. Maka terbentuklah satu gagasan untuk meraih *awareness* sekaligus menarget pasar potensial untuk langsung berinteraksi dengan *brand* tertentu, bentuk implementasi TTL misalnya pemasaran digital dengan interaksi (*voucher*, informasi, agenda).

Tentunya tiga pola pemasaran di atas adalah garis pemisah teknis saja, karena pada praktiknya semua pola dapat diadopsi dengan mengacu kepada kebutuhan dan posisi *branding*, namun dengan pemahaman kerja terpadu dapat dipisah sesuai dengan kebidangan masing-masing.

Organisasi Perangkat Daerah (OPD), atau lembaga yang secara khusus ditujukan untuk merencanakan tahapan implementasi *City Branding Management* Kabupaten Cilacap.

M. Komitmen, Aktivasi dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemodelan Manajemen *Branding* Kabupaten Cilacap

Langkah strategis berikutnya adalah melakukan berbagai inisiasi pemodelan sembari melakukan *monitoring* dan evaluasi berkala disegenap lapisan dan latar belakang komunitas serta masyarakat. Pemahaman aktivasi dari sudut pandang Organisasi Perangkat Daerah (OPD) masih sangat terbatas, kebanyakan hanya dipahami sebagai perwujudan program kerja dengan indikator keberhasilan atau parameter terbatas. Pola repetisi belanja anggaran berpedoman kepada rutinitas belum mengacu kepada inovasi berkala, atau orientasi kisah sukses parsial yang tidak memberi dampak signifikan pada terwujudnya kota yang berwawasan dan memiliki daya saing global.

Aktivasi *branding* kota harus mengacu kepada gagasan besar dan pedoman pembangunan berkelanjutan yang melibatkan dan mendayagunakan potensi seluruh *stakeholder* yang menopang laju pertumbuhan sosial, ekonomi, pendidikan dan budaya di Kabupaten Cilacap. Integrasi data dan berbagai kajian yang telah disusun haruslah berujung kepada aktivasi yang dirancang dan diwujudkan dengan menyasar pasar potensial di Indonesia dan dunia.

Berbagai bentuk aktivitas harus dihadirkan dengan komitmen yang berkelanjutan dan secara berkala menjangkau setiap elemen masyarakat dengan berbagai latar belakang dan ragam tujuan. Pada akhirnya pasar dan konsumen diharapkan bisa mengakses segala bentuk atribut, produk dan jejaring potensi yang ada di Kabupaten Cilacap dengan baik.

Gambar 3.15

Diagram alur analisa dan tahapan implementasi aktivasi *branding* Kabupaten Cilacap



Sumber: Arief Budiman, ICCN

N. Multiplier Effects Program City Branding Management

Keberhasilan Implementasi Program *City Branding Management* Kabupaten akan menyumbangkan *value added* pada komoditi, menjadi as yang menggerakkan roda ekonomi, pendidikan dan *positioning* destinasi secara nasional dan internasional.

Gambar 3.16
Multiplier Effects City Branding Management



Sumber: Ayip Budiman, Buku Gerakan Kalcer untuk Jenama Berdaya, Kemendikbudristek 2023

Dalam konteks yang lebih luas, keberhasilan membawa Kabupaten Cilacap menjadi kota kreatif kelas dunia pada 2025, diharapkan akan mendorong kemajuan ekonomi di Kabupaten Cilacap dengan terbukanya akses global yang mendorong makin meningkatnya perdagangan, pariwisata dan investasi di Kabupaten Cilacap.

BAB IV ANALISIS

4.1. Analisis SWOT pada Pengembangan Ekosistem Potensi Kreatif Unggulan

Dalam analisis dengan menggunakan metode SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*) dapat dikompilasikan faktor-faktor utama yang menjadi kekuatan dan kelemahan (faktor-faktor internal) maupun faktor-faktor yang menjadi peluang dan tantangan (faktor eksternal).

A. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Kabupaten Cilacap memiliki sumber daya alam yang unik berupa bentang alam, panorama, kekayaan flora (hutan mangrove dan hutan hujan tropis) dan fauna serta kekayaan kandungan mineral yang beragam;
- 2) Kabupaten Cilacap merupakan wilayah paling luas di Jawa Tengah yang berarti memiliki potensi kekayaan sumber daya;
- 3) Kabupaten Cilacap memiliki profil demografi penduduk yang relatif seimbang antara jumlah pria dan wanita dengan angka usia produktif tinggi. Ini kekuatan sumber daya manusia yang masih bisa diberdayakan;
- 4) Secara alami, Kabupaten Cilacap menjadi daerah yang memiliki akses relatif aman ke Samudera Hindia di Pulau Jawa sisi selatan. Ini sekaligus meneguhkan posisi strategis Kabupaten Cilacap sebagai pintu gerbang ke Pulau Jawa dari Samudera Hindia;
- 5) Kabupaten Cilacap memiliki narasi sejarah ruang sejak masa peradaban Majapahit, era kolonisasi hingga masa kemerdekaan. Kota Cilacap sendiri saat ini masih memiliki peninggalan warisan budaya (*heritage*) berupa bangunan-bangunan berarsitektur kolonial yang masih dalam kondisi relatif baik. Keberadaan bangunan cagar

budaya ini menjadi kekuatan lokus-lokus berdaya saing tinggi bagi aktivasi ekonomi kreatif;

- 6) Di Kabupaten Cilacap sudah terbentuk inisiasi-inisiasi kreatif dari komunitas orang muda (*content creator*) yang memiliki potensi konten/produk yang mampu diserap dan menjangkau khalayak yang luas (*viral content*);
- 7) Kebudayaan di Kabupaten Cilacap terbentuk dari inkulturasi kekayaan bahasa dan budaya Jawa, Sunda dan serta Banyumasan. Realitas budaya majemuk yang membentuk karakter khas baik bahasa maupun tradisi ini melengkapi kekuatan modal budaya bagi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif yang berbasis produk/peristiwa kebudayaan;
- 8) Tersedianya infrastruktur darat berupa jaringan jalan yang relatif baik dan menjangkau sebagian besar kawasan dan jaringan jalur perlintasan kereta api yang menghubungkan beberapa bagian wilayah kabupaten dengan kota-kota lain di Pulau Jawa, serta infrastruktur laut berupa pelabuhan samudera. Di samping itu terdapat infrastruktur angkutan udara berupa Bandara Tunggal Wulung yang menjadi kekuatan transportasi udara.

B. Weakness (Kelemahan)

- 1) Kota Cilacap sebagai ibukota Kabupaten Cilacap, sayangnya berada pada posisi kuldesak (berada di ujung jalan buntu) yang tidak dilalui oleh jalur perlintasan antar kota antar provinsi terutama di jalur kereta api dan jalur jalan tol;
- 2) Belum adanya potensi produk ekonomi kreatif yang sangat menonjol di jejaring ekosistem ekonomi kreatif di tingkat nasional;
- 3) Belum adanya forum lintas komunitas kreatif yang representatif sehingga mampu mengakselerasi jejaring kerja antar komunitas kreatif yang memiliki dampak kepada pemangku kepentingan lainnya. Namun demikian, saat ini di Kota Cilacap sudah terbentuk

Perkumpulan Cilacap Kreatif yang sudah berbadan hukum dan menjadi embrio bagi terbentuknya forum lintas komunitas;

- 4) Kabupaten Cilacap belum memiliki sistem tata kelola basis data (*database system*) khusus tentang ekonomi kreatif. Adapun data-data yang ada masih tersebar di beberapa OPD secara tidak terstruktur dan belum diklasifikasikan secara setara. Kondisi ini sangat menyulitkan dalam mengukur kinerja dan dampak program terhadap ekosistem. Badan Pusat Statistik Daerah Kabupaten Cilacap sendiri menyatakan kalau data Kabupaten Cilacap belum memasukkan ekonomi kreatif sebagai kriteria dalam penyusunan data hingga tahun 2024 ini;
- 5) Kondisi saat ini kualitas destinasi wisata yang ada secara existing di Kabupaten Cilacap belum berdampak optimal dan masih terkendala karena kurangnya dukungan infrastruktur yang memadai;
- 6) Kabupaten Cilacap sejauh ini belum memiliki *public space* yang representatif dan memadai sebagai ruang kreasi dan sekaligus ruang apresiasi terhadap ekspresi kreatif publik;
- 7) Industri besar seperti PT. PERTAMINA (PERSERO) Refinery Unit IV Cilacap, SBI (Solusi Bangun Indonesia), PLTU Adipala Cilacap, PLTU Karangandri 1x660 MW, dan PLTU Cilacap 1 dan 2, PLTU Cilacap Ekspansi 1 dan 2) belum dilibatkan secara sistematis dan terintegrasi dalam pengembangan ekosistem Ekonomi Kreatif;
- 8) Kurangnya kolaborasi dan sinergi unsur-unsur *hexa helix* di dalam wilayah kabupaten maupun dengan kabupaten lainnya.

C. Opportunity (Peluang)

- 1) Keberadaan industri pengolahan dalam skala sedang besar menjadi kontributor utama pendapatan asli daerah;
- 2) Peluang tren industri multimedia dan konten digital direspon dengan baik oleh komunitas dan pegiat ekraf;

- 3) Produk kebijakan Pemerintah Kabupaten Cilacap yang menguatkan posisi pembangunan kota kreatif;
- 4) Penguatan kelembagaan ekonomi kreatif sebagai hub sinergi seluruh pemangku kepentingan;
- 5) Keberadaan aset dan objek vital sebagai potensi dan daya tawar Kabupaten Cilacap;
- 6) Optimalisasi sumber daya alam melalui program hilirisasi.

D. Threat (Ancaman)

- 1) Pembangunan destinasi wisata unggulan terkendala tata kelola kawasan dan atau objek vital nasional;
- 2) Sistematisa pola kerja birokrasi yang cenderung sektoral dan masih terdapat adanya kendala maupun hambatan komunikasi lintas pemangku kepentingan;
- 3) Adanya kompetisi dan kesenjangan antar wilayah;
- 4) Keberadaan industri pengolahan yang merusak sumber daya alam;
- 5) Ancaman luntarnya tradisi kebudayaan daerah dalam praktik-praktik keseharian masyarakat.

Dari analisis SWOT di atas, dapat disimpulkan mengenai klasterisasi isu yang terkait dengan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap, yaitu:

- 1) Isu terkait dengan penguatan narasi Kabupaten Cilacap dalam berbagai sektor untuk penguatan daya saing ekosistem ekonomi daerah;
- 2) Isu terkait dengan pemberdayaan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk peningkatan daya saing produk serta kompetensi daerah;
- 3) Isu terkait penguatan kebijakan daerah dan peran kelembagaan ekonomi kreatif daerah yang membentuk ekosistem kebijakan di bidang ekonomi kreatif;

- 4) Isu terkait tentang pembentukan konsep sinergi dan *platform* kolaborasi berdampak dari para pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif terutama yang melibatkan kalangan pelaku industri menengah dan besar maupun pihak pengelola objek dan Kawasan Strategis Nasional di Kabupaten Cilacap;
- 5) Isu terkait dengan penguatan jejaring kerja antar komunitas kreatif dan pemangku kepentingan lainnya baik di tingkat daerah maupun di tingkat nasional;
- 6) Isu terkait dengan pengembangan program penguatan modal sosial dan modal budaya dalam penguatan daya saing serta diferensiasi produk ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap;
- 7) Isu terkait dengan tata kelola dan aktivasi lokus-lokus unggulan yang berbasis keunikan program cipta ruang yang memberdayakan aset-aset daerah, baik kawasan strategis nasional, kawasan *urban heritage*, kawasan cagar alam dan cagar budaya, hingga kawasan industri maupun kampung-kampung dan desa yang memiliki potensi diferensiasi dalam pemberdayaan ruang publik;
- 8) Isu terkait penguatan dan pemberdayaan infrastruktur daerah baik infrastruktur darat, laut dan udara serta infrastruktur digital yang menopang penguatan ekosistem ekonomi kreatif;
- 9) Isu terkait dengan *city branding management* yang merupakan implementasi tata kelola secara komprehensif dari program-program strategis untuk penguatan dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif.

4.2. Analisis Penentuan Sub-sektor Unggulan

Kriteria yang ditegakkan dalam penentuan subsektor unggulan yang akan dijadikan lokomotif dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap didasarkan atas beberapa kriteria [sebagai berikut](#):

- 1) Kemampuan subsektor ekonomi kreatif **dalam menarasikan** Kabupaten Cilacap secara komprehensif dalam segala potensinya, baik dari sejarah sosio-spasial, arsitektur, seni budaya, potensi alam, hingga potensi sumber daya manusia, berikut permasalahan dan tantangan yang dihadapi;
- 2) Kemampuan subsektor ekonomi kreatif tersebut **dalam melakukan program aktivasi ruang**, terutama kawasan bersejarah (*urban heritage*), kawasan yang menjadi ikon Kabupaten Cilacap, maupun *spot-spot area* yang potensial dalam membangun *city branding* namun keadaannya saat ini tidak aktif;
- 3) Kemampuan subsektor ekonomi kreatif **untuk melibatkan kaum muda** dalam aktivasi program kerja dan produktivitasnya. Keterlibatan peran aktif dan partisipasi kaum muda dalam pengembangan subsektor ekonomi kreatif unggulan ini menjadi salah satu faktor penting dalam menjamin keberlanjutan ekosistem ekonomi kreatif;
- 4) Kemampuan subsektor ekonomi kreatif **dalam menciptakan multiplier effects** dari setiap produk maupun aktivasi program kerjanya. *Multiplier effects* ini terutama yang memiliki daya ungkit bagi produktivitas subsektor lainnya dalam jumlah dan dampak yang signifikan bagi pengembangan ekosistem besarnya;
- 5) Kemampuan subsektor ekonomi kreatif **dalam menciptakan aktivasi program berbasis teknologi dan komunikasi digital**. Kriteria ini sangat penting mengingat jejaring kerja global menggunakan *platform* berbasis teknologi dan komunikasi digital dalam kerja ekosistemnya.

Penentuan kriteria-kriteria tersebut di atas dilandaskan pada kriteria tugas atau amanat yang akan dipikul oleh subsektor ekonomi kreatif unggulan yang akan dijadikan lokomotif dalam menghela laju ekosistem ekonomi kreatif sesuai dengan *roadmap* pengembangannya. Kemampuan menarasikan secara komprehensif dari potensi dan daya saing Kabupaten Cilacap menjadi salah satu pilar penugasan yang bersifat strategis. Kemampuan menarasikan ini sekaligus merangkum kompetensi subsektor ekonomi kreatif unggulan dalam membangun *city branding management* Kabupaten Cilacap melalui giat aktivasi ekonomi kreatif secara keseluruhan. Menarasikan kota/kabupaten kreatif berarti juga membuat *grand design* konsep keunggulan dan diferensiasi tentang Kabupaten Cilacap sebagai sebuah ekosistem besar ekonomi kreatif. Kemampuan menarasikan kota/kabupaten kreatif juga berarti kemampuan merepresentasikan kinerja Kabupaten Cilacap dalam giat aktivasi subsektor unggulan tersebut baik di tataran lokal, nasional hingga kompetensinya dalam berjejaring kerja di tingkat global.

Kriteria kedua yang berupa kemampuan subsektor ekonomi kreatif unggulan dalam melakukan program aktivasi ruang dimaksudkan sebagai kompetensi subsektor terpilih dalam melakukan pilar penugasan strategis yang terkait dengan program cipta ruang. Dalam konteks pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap, program cipta ruang ini sangat relevan dengan upaya pemerintah daerah dalam revitalisasi aset daerah berupa kawasan strategis nasional, kawasan *urban heritage*, kawasan cagar alam dan cagar budaya, hingga kawasan industri maupun kampung-kampung dan desa agar bisa meningkatkan daya saing dan potensi diferensiasi dalam pemberdayaan ruang publiknya.

Kriteria ketiga berupa kemampuan subsektor ekonomi kreatif unggulan untuk melibatkan kaum muda dalam aktivasi program kerja dan produktivitasnya. Kaum muda kreatif adalah motor penggerak utama dalam penciptaan keberlanjutan ekosistem ekonomi kreatif. Keterlibatan kaum muda yang juga merupakan kelompok kategorial usia produktif ini sangat

penting juga untuk menekan angka pengangguran terbuka. Peran serta kaum muda kreatif dalam sebuah subsektor ekonomi kreatif unggulan menjadi modal sosial strategis untuk peningkatan kompetensi dan daya saing daerah.

Kriteria keempat berupa kemampuan subsektor ekonomi kreatif unggulan dalam menciptakan *multiplier effects* dari setiap produk maupun aktivasi program kerjanya. *Multiplier effects* di sini berkaitan langsung dengan kemampuan daya ungkit subsektor unggulan dalam meningkatkan dampak positif terhadap kinerja dan produktivitas subsektor ekonomi kreatif lainnya secara simultan. Ini merupakan kompetensi yang sangat istimewa dari peran subsektor ekonomi kreatif unggulan sebagai lokomotif yang menghela gerbong-gerbong subsektor lainnya.

Kriteria kelima berupa kemampuan subsektor ekonomi kreatif unggulan dalam menciptakan aktivasi program berbasis teknologi dan komunikasi digital. Kriteria ini menjadi salah satu persyaratan yang relevan dengan konteks kemajuan teknologi dan komunikasi digital yang mendominasi jejaring kerja global pada saat ini. Dengan kriteria ini diharapkan subsektor ekonomi kreatif unggulan dapat meningkatkan kinerja kolaborasinya secara lebih kompetitif dan terbuka untuk bisa diakses oleh jejaring kerja global. Terbukanya akses ini sekaligus juga menumbuhkan iklim kondusif bagi penyemaian investasi global bagi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhannya.

Dengan kelima kriteria di atas maka didapat analisis peluang masing-masing subsektor dalam memenuhi kriteria di atas seperti ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Kriteria Penentuan Subsektor Ekonomi Kreatif Unggulan

No.	Kriteria Penentuan Sub-sektor Ekonomi Kreatif Unggulan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang memenuhi kriteria
1.	Kemampuan dalam menarasikan Kabupaten Cilacap secara komprehensif	<ul style="list-style-type: none"> ● Film, Animasi, Video; ● Literasi; ● Seni Pertunjukan; ● Fotografi; ● Televisi dan Radio
2.	Kemampuan dalam melakukan program aktivasi ruang	<ul style="list-style-type: none"> ○ Film, Animasi, Video; ○ Fesyen; ○ Kuliner; ○ Seni Pertunjukan; ○ Kriya; ○ Arsitektur; ○ Desain Interior; ○ Desain produk
3.	Kemampuan untuk melibatkan kaum muda dalam aktivasi program kerja dan produktivitasnya.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Film, Animasi, Video; ▪ Fesyen; ▪ Kuliner; ▪ Seni Pertunjukan; ▪ Kriya; ▪ Aplikasi; ▪ Pengembang Permainan ▪ Desain produk ▪ Periklanan
4.	Kemampuan dalam menciptakan <i>multiplier effects</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Film, Animasi, Video; ● Seni Pertunjukan; ● Fesyen; ● Desain produk; ● Periklanan

No.	Kriteria Penentuan Sub-sektor Ekonomi Kreatif Unggulan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang memenuhi kriteria
5.	Kemampuan dalam menciptakan aktivasi program berbasis teknologi dan komunikasi digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, Video; • Pengembang Permainan; • Aplikasi; • Fotografi; • Periklanan • Arsitektur; • Desain Interior

Sumber: Analisis Tim Kajian, 2024

Dari hasil asesmen secara kualitatif terhadap potensi subsektor ekonomi kreatif yang memenuhi kriteria untuk dijadikan lokomotif bagi pengembangan ekosistem, terdapat beberapa peringkat berdasarkan jumlah kriteria yang bisa dipenuhi. Peringkat tersebut dapat dilihat dalam tabel pemeringkatan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tabel Pemeringkatan Subsektor Ekonomi Kreatif Unggulan

No.	Peringkat Subsektor Ekonomi Kreatif Unggulan	Kriteria yang Dipenuhi
1.	Film, Animasi dan Video	5 kriteria
2.	Seni Pertunjukan	4 kriteria
3.	Fesyen	3 kriteria
	Desain produk	
	Periklanan	
4.	Kuliner	2 kriteria
	Fotografi	
	Arsitektur	
	Interior Desain	
	Pengembangan Permainan	
	Aplikasi	
5.	Televisi dan Radio	1 kriteria

Sumber: Analisis Tim Kajian, 2024

Berdasarkan penilaian secara kualitatif di atas, maka subsektor ekonomi kreatif unggulan yang dapat dijadikan lokomotif dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap adalah **subsektor ekonomi kreatif Film, Animasi, dan Video**. Selain memenuhi lima kriteria utama di atas, alasan dipilihnya subsektor film, animasi, dan video sebagai lokomotif pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dan ekonomi secara keseluruhan adalah:

- 1) Subsektor film, animasi, dan video yang dalam hal ini terdiri atas film dengan segala turunan medianya yaitu film komersial, film dokumenter, film pendek, film iklan, animasi, video, *podcast*, *content digital*, dan lain-lain merupakan *engine* penggerak yang memiliki daya ungkit bagi keterlibatan aktivasi subsektor ekonomi kreatif lainnya dalam proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi karya film, animasi dan video;
- 2) Dengan majunya film, animasi, dan video akan memberikan *impact* baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pengembangan potensi unggulan daerah sekaligus menjadi cara promosi yang efektif di era digital;
- 3) Aktivasi program subsektor Film, Animasi, dan Video bisa mendorong program aktivasi dan cipta ruang serta Penjenamaan Kota/Kabupaten Cilacap yang berbasis budaya, narasi sejarah maupun pemberdayaan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia.
- 4) Kabupaten Cilacap yang memiliki potensi bentang alam, narasi sejarah, *urban heritage*, dan keunikan lokus-lokus yang berlatar budaya/adat tradisi, industri dan komunitas kreatifnya dapat menjadi destinasi wisata kreatif bagi penciptaan karya film, animasi, dan

video sekaligus menjadikan Kabupaten Cilacap sebagai *Creative Hub* bagi jejaring Kota Kreatif di bidang film.

4.3. Analisis Pengintegrasian Kebijakan dan Ekosistem Investasi terkait Pengembangan Ekosistem Bidang Kreatif Unggulan

Ekosistem investasi di bidang ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap masih tergolong dalam investasi dengan skala nilai relatif kecil. Produk jasa dan produk olahan masih mendominasi iklim investasi yang banyak digerakan oleh usaha mikro dan menengah. Kelesuan iklim investasi ini berbanding terbalik dengan potensi wilayah Kabupaten Cilacap yang merupakan Kabupaten terluas di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Cilacap sendiri memiliki beberapa industri berskala investasi besar seperti:

- a) PT. PERTAMINA (PERSERO) Refinery Unit IV Cilacap,
- b) PT. SBI (Solusi Bangun Indonesia),
- c) PLTU Adipala Cilacap,
- d) PLTU Karangandri 1x660 MW, dan
- e) PLTU Cilacap Ekspansi 1 dan 2
- f) Pelabuhan Perikanan Samudera Tanjung Intan Cilacap
- g) Bandar Udara Tunggul Wulung Cilacap
- h) PT. Kereta Api Indonesia

Keberadaan industri besar ini masih belum dilibatkan secara sistematis menjadi bagian dari pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Sekalipun beberapa di antaranya sudah memiliki program dalam skema dana *Corporate Social Responsibility* (dana CSR) untuk mengembangkan beberapa kelompok maupun kawasan binaan, namun gerakan ini masih dilakukan dan melibatkan pihak yang relatif masih kecil.

Perlu upaya mengintegrasikan program CSR dengan program kerja Pemerintah Kabupaten Cilacap dengan format kolaborasi *hexa helix* yang menysasar pada program-program strategis demi kepentingan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Dialog dan negosiasi untuk

penciptaan iklim keberpihakan dan iklim kolaboratif untuk pengembangan ekosistem ekonomi kreatif harus diarusutamakan sebagai konten pembentukan komitmen bersama secara kolektif kolegial antara para pemangku kepentingan. Pemerintah Kabupaten Cilacap diharapkan akan memainkan peran strategis sebagai agregator dalam pembentukan kemitraan dan kolaborasi strategis tersebut.

Agenda pertemuan untuk pembentukan komitmen sebaiknya juga melibatkan pihak TNI Angkatan Darat dan TNI Angkatan Laut yang merupakan dua institusi militer yang pada saat ini memegang otoritas dalam tata kelola wilayah pantai sisi selatan Kabupaten Cilacap yang merupakan Kawasan Strategis Nasional. Di Kawasan ini justru terletak potensi wisata bahari dan lokus bagi giat aktivasi ekonomi kreatif yang berkaitan dengan potensi bahari, termasuk di dalamnya Festival Nelayan Cilacap yang merupakan agenda budaya tahunan. Dengan dilibatkannya kedua unsur pertahanan ini diharapkan akan memunculkan kekuatan potensi kolaboratif yang unik di Kabupaten Cilacap. Bukan tidak mungkin justru kehadiran unsur TNI akan mewarnai kekayaan kolaborasi yang akan menjadi daya saing dan diferensiasi yang sangat potensial.

4.4. Analisis Sistem Kreasi – Produksi – Distribusi – Konsumsi – Konservasi pada Bidang Kreatif Unggulan

Merujuk pada Cetak Biru Kemparekraf Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 perihal dalam rencana program pengembangan subsektor video ini sasaran yang telah ditetapkan. Sasaran tersebut adalah sebagai berikut:

1. SASARAN 1: Meningkatnya kuantitas dan kualitas pendidikan yang mendukung penciptaan dan penyebaran videografer di daerah secara berkelanjutan

2. SASARAN 2: Meningkatnya kuantitas dan kualitas individu serta peran serta komunitas video di daerah potensi terhadap problem daerahnya melalui pengayaan video yang kreatif.
3. SASARAN 3: Terciptanya sentra data nasional mengenai ruang lingkup dan infrastruktur industri kreatif video.
4. SASARAN 4: Meningkatnya usaha dan wirausahawan industri kreatif video di daerah-daerah potensi bertaraf internasional
5. SASARAN 5: Meningkatnya keragaman kualitas video kreatif lokal daerah potensi
6. SASARAN 6: Meningkatnya daya serap pasar terhadap karya video dalam negeri dan penetrasi pasar luar negeri
7. SASARAN 7: Tercapainya pembangunan infrastruktur fisik maupun nonfisik, dan teknologi pendukung industri video di daerah-daerah potensi yang mudah di akses dan kompetitif
8. SASARAN 8: Terciptanya regulasi nasional yang mendukung pengarus utamaan industri kreatif termasuk video dalam kebijakan pengembangan daerah
9. SASARAN 9: Terciptanya promosi pariwisata dan kebudayaan di daerah potensi berbasis karya kreatif video
10. SASARAN 10: Meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap sumber daya alam dan budaya lokal melalui media karya video

Maka dalam proses melihat kondisi perkembangan setiap rantai nilai yang ada dari Kabupaten Cilacap untuk setiap tahapan berada di tahapan:

A. Proses Kreasi

Kabupaten Cilacap: Dalam Tahap Membangun Jejaring Nasional

Kreasi merupakan aktivitas pra produksi, dimana dipahami sebagai sebuah aktivitas yang dominan akan kerja ideasi (pencarian dan penciptaan ide), dibandingkan dengan aktivitas yang bersifat teknis. Brainstorming, mind-mapping, forced association, dan sinektik, merupakan beberapa metode-metode untuk pencarian ide. Aktivitas utama dalam proses kreasi meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut: (1) Pencarian Ide atau gagasan untuk sebuah karya kreatif video. (2) pembuatan sinopsis. (3) pembuatan rancangan (treatment). (4) pembuatan skenario, yang diturunkan menjadi rencana teknis (Breakdown Script). (5) General Rehearsal (GR), yaitu 'cek & ricek' agar segala sesuatunya sesuai dengan isi yang sudah dituangkan dalam tulisan rencana teknis pengayaan.

Kondisi Kabupaten Cilacap:

Untuk Kabupaten Cilacap dengan adanya berbagai potensi budaya, bentang alam dan juga kekuatan masyarakat bisa menjadi salah satu lumbung ide untuk proses kreasi. Terlebih untuk proses kreasi ini bukanlah proses yang padat modal dan bisa dilakukan oleh siapa saja terutama yang memiliki visi pengembangan literasi melalui multimedia, film, video dan animasi.

Kekurangannya adalah belum adanya banyak sistem inkubasi untuk mengasah dan mengadu ide dan gagasan tempat bertemunya para kreator untuk mengubah potensi dan narasi yang ada menjadi cerita dan ide gagasan. Beberapa keunggulan Kabupaten Cilacap untuk sumber ide gagasan bisa didapatkan beberapa diantaranya dari:

- a) Budaya berbagai bahasa daerah yang ada.
- b) Cerita rakyat dan legenda yang ada.
- c) Bentang alam, mangrove, laut samudera, gunung.
- d) Budaya tradisional
- e) Budaya baru yang muncul dari akulturasi.

B. Proses Produksi

Kabupaten Cilacap: Dalam Tahap Membangun Jejaring Lokal

Tahap produksi dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu, praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Dalam proses produksi atau pengerjaan, karya video ini pada intinya adalah proses syuting antara videografer dan perangkat (crew) produksi lainnya, bekerja untuk mengubah bahan tertulis (skenario/ sinopsis/ naskah/ ide/ konsep) ke dalam materi visual gambar bergerak dan biasanya juga dikombinasikan dengan materi audio sebagai pelengkap karya video.

Perencanaan yang telah dibuat dengan matang di dalam tahap kreasi akan dieksekusi satu per satu. Namun pada tahap produksi ini, ada kalanya videografer melakukan modifikasi rencana atau eksperimen di tengah-tengah syuting, karena biasanya eksekusi yang dilakukan tidak semulus yang direncanakan. Faktor-faktor eksternal dapat mempengaruhi keberlangsungan produksi dan akan berbeda kasus atau problem permasalahan produksi, bergantung pada bentuk karya video dan media presentasinya. Seperti misalnya, bentuk video untuk kepentingan sinetron/ FTV dengan video mapping (seni).

Tahap penyuntingan (editing) video-video (stock) hasil syuting merupakan tahap akhir dalam proses produksi. Video-video yang didapatkan dalam proses produksi kemudian dipilah, video yang digunakan sebagai master atau video utama, dan video yang akan digunakan sebagai video pelengkap. Setelah video diseleksi dan diurutkan sesuai dengan naskah, materi tayangan memiliki pesan komunikasi, dan menghasilkan proses pemaknaan oleh penontonnya. Sentuhan terakhir dalam proses penyuntingan adalah memperbaiki kualitas gambar apabila diperlukan. Tahap pascaproduksi bisa dilakukan oleh videografer, ataupun dapat dilakukan oleh orang lain yang berprofesi secara khusus sebagai editor video. Editor adalah tenaga kreatif yang memberi sentuhan akhir pada

sebuah produksi video. Editor memiliki insting dalam mengkombinasikan cuplikan gambar-gambar bergerak, yang kemudian dikolaborasikan secara apik dengan audio, grafis, dan sebagainya.

Kondisi Kabupaten Cilacap:

Kurang meratanya akses pada beberapa tahap peralatan dan beberapa keahlian yang sesuai untuk proses produksi ini cukup menghambat tumbuh dan kembangnya industri ini. Pada beberapa komunitas sudah memiliki keahlian dan akses pada peralatan seperti animasi, produksi video dan film. Tetapi pada beberapa komunitas lainnya masih baru di tingkat kualitas mobile content creator / social media content creator sehingga mengandalkan perlengkapan gadget, smartphone dan tablet yang saat ini sudah cukup mumpuni untuk memproduksi konten secara mudah. Sehingga perlu ditingkatkan untuk kualitas produksi tingkat profesional.

C. Proses Distribusi

Kabupaten Cilacap: Dalam Tahap Membangun Jejaring Lokal

Perkembangan teknologi informasi dan internet saat ini, telah mengubah secara radikal rantai nilai distribusi. Prinsip utama dalam lingkup industri kreatif, produk dan jasa lebih bersifat i-material. Pada satu dekade sebelumnya, model distribusi produk video hanya melalui stasiun televisi, rumah produksi, ataupun biro periklanan. Namun sekarang ini pada praktiknya, peta distribusi produk video sudah sangat terbuka luas dengan beragam alternatif. Oleh karena itu, seorang videografer bisa saja melakukan aktivitas distribusinya sendiri atau berhubungan langsung dengan pihak konsumen atau klien, yaitu dengan cara memangkas jalur distribusi konvensional. Pola distribusi saat ini sudah semakin efektif dan efisien.

Distribusi berbasis media internet dapat dilihat dari dua sisi, yakni sebagai peluang dan tantangan. Sebagai peluang, internet memungkinkan videografer untuk dapat leluasa mengembangkan pasar atau customer segment-nya secara mandiri tanpa harus berada di bawah struktur sebuah rumah produksi atau menunggu pesanan dari biro iklan dan stasiun televisi. Videografer bisa saja membuat sebuah kanal sendiri misalnya di media sosial video sharing YouTube. Dengan hal ini, seorang fotografer dapat memilih dan menyapa kelompok audiens-nya sesuai target atau segmentasi yang tepat menurut diri sendiri.

Kondisi Kabupaten Cilacap:

Akses internet yang cukup baik di Cilacap bisa membuat proses distribusi, pengiriman karya dan penyebaran karya dilakukan dengan optimal. Belum lagi ditambah banyaknya pegiat media sosial yang bisa dengan cepat melakukan distribusi karya dan penyebaran informasi dan publikasi karya. Namun dibutuhkan sebuah pusat informasi dan orkestrasi informasi dengan baik dan konsisten untuk bisa menghasilkan informasi dan citra kota yang sesuai.

D. Proses Konsumsi & Apresiasi

Kabupaten Cilacap: Dalam Tahap Inisiasi

Di dalam siklus rantai nilai ekosistem subsektor ekonomi kreatif video, apresiasi merupakan bagian dari lingkungan pengembangan (nurturance environment). Apresiasi merupakan bentuk penghargaan dan literasi dari penonton (audiens) dan proses pengembangan bagi orang kreatif kreator video (videografer) karena dalam apresiasi biasanya akan timbul feedback atau kritik yang konstruktif. Aspek penting mengenai hak kekayaan intelektual (HKI) karya video juga merupakan bentuk apresiasi yang bersifat legal formal.

Masyarakat Indonesia sudah tercatat masuk dalam kategori tiga besar konsumsi internet di dunia. Kultur masyarakat yang kurang dalam budaya

membaca dan lebih gemar terhadap produk visual mengakibatkan terjadinya gap antara permintaan dan ketersediaan pada pasar dalam negeri. Saat ini, industri video tanah air masih bergantung pada industri penyerap mainstream seperti industri periklanan dan stasiun televisi. Sedangkan kesadaran terhadap kehadiran media baru atau media daring sebagai kanal alternatif untuk distribusi dan pemasaran oleh para pelaku bisnis video masih sangatlah minim dan belum optimal.

Kondisi Kabupaten Cilacap:

Kurangnya ruang putar, ruang apresiasi, bioskop, theater dan ruang publik, event dan festival yang bisa memungkinkan dilakukan pemutaran karya video dan film dengan konsisten menjadi salah satu penghambat apresiasi karya lokal dilakukan. Peluang lainnya adalah dukungan komunitas dan entitas untuk pemutaran film keliling dengan layar tancap / layar tanjleb menjadi salah satu kearifan lokal yang perlu diberikan stimulus dan kerangka serta payung hukum untuk membuatnya bisa terus lestari. Hal ini perlu dilakukan sambil menunggu adanya lokasi lokasi berstandar nasional dan internasional untuk ruang apresiasi.

E. Proses Konservasi & Pengarsipan

Kabupaten Cilacap: Dalam Tahap Inisiasi

Salah satu indikator negara maju ialah memiliki aktivitas literasi yang baik seperti “pengarsipan”. Pengarsipan merupakan usaha menyimpan dan mengelola kumpulan dokumentasi, yang memiliki siklus sebagai berikut: (1) pengumpulan, yaitu aktivitas menginventarisasi menyusun dan menggunakannya; (2) restorasi, yaitu aktivitas mengelola dan memperbaiki ataupun mengulang dokumentasi, yang akan menjadi materi arsip; (3) preservasi, merupakan aktivitas mempersiapkan materi arsip yang sudah siap, hasil dari proses restorasi dokumen, untuk kemudian dilakukan pengarsipan, ataupun justru untuk digunakan kembali sesuai kebutuhan; (4) akses publik, aktivitas publik dalam memanfaatkan materi arsip hasil

olah restorasi dokumentasi, yang disiapkan untuk digunakan kembali sebelum kemudian diarsipkan kembali. Akses publik tidak berlaku tetap atau menjadi keharusan karena ada juga sifat arsip yang rahasia, atau tidak dapat diakses oleh publik.

Media daring merupakan alternatif media baru dalam hal pengarsipan. Seorang videografer dapat menjadikan video sebagai media penyimpan, seperti halnya promo karya. Dengan adanya video daring, publik dapat mengakses secara leluasa. Hal ini menjadikan empat siklus pengarsipan yang sebelumnya diutarakan, dapat dilakukan dalam satu media dan satu waktu secara bersamaan. Banyak jasa penyedia media daring yang khusus menyediakan jasa pengarsipan virtual, seperti halnya Dropbox. Ataupun dapat pula melalui layanan-layanan video sharing berbasis sosial media yang ada di internet, seperti YouTube, Vimeo, Vines, Instagram dan lain-lain.

Kondisi Kabupaten Cilacap:

- a) Adanya OPD arsip pusat bisa menjadi peluang dilakukan optimalisasi sehingga bisa semakin bisa mengarsipkan karya karya bersifat multimedia dengan semakin baik.
- b) Minimnya festival membuat jasa videografer tidak terapresiasi dengan baik.
- c) Tidak tersedia atau masih minimnya ruang tayang alternatif yang memadai bagi masyarakat untuk mengakses karya/produk video.
- d) Distribusi online menjadi alternatif akan tetapi lambatnya jaringan dan infrastruktur teknologi pendukung lainnya menjadi kendala tersendiri.
- e) Pasar besar bagi videografer adalah media. Namun demikian, kebijakan media yang tidak seragam dalam pemberian upah

ataupun standar kompensasi yang digunakan, sering menjadi kendala.

- f) Masih belum optimalnya peran asosiasi nasional menyebabkan jasa videografer dinilai sangat rendah oleh pasar meski permintaannya sangat tinggi.
- g) Youtube dan media sosial video sharing lainnya melahirkan model bisnis tersendiri yang baru dalam proses produksi video.
- h) Belum siapnya videografer daerah dalam standarisasi broadcasting yang sering tidak match dalam memproduksi konten. Namun demikian, potensinya yang besar memerlukan perhatian khusus dalam hal peningkatan sumber daya potensi di daerah.
- i) Video mapping dan video seni eksploratif lainnya masih berupa sajian tontonan gratis. Belum ditemukan formula bisnis yang tepat untuk dikomersialisasikan untuk kategori pasar umum. Sedangkan potensi untuk itu bisa saja dilakukan, layaknya ajang pentas sebuah seni pertunjukan atau bahkan seperti sinema (bioskop).

4.5. Analisis Strategi Pengembangan Desain Tata Ruang Ekosistem Ekonomi Kreatif

Tata ruang ekosistem ekonomi kreatif memegang peranan sangat penting untuk terselenggaranya aktivasi program ekonomi kreatif. Tata kelola ruang kreatif dalam sebuah ekosistem kota kreatif dimaksudkan untuk menjamin manajemen kota yang dapat mengakomodasi proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi hingga konservasi produk dan jasa dalam ekosistem ekonomi kreatif secara kondusif. Analisis berikut ini terkait dengan upaya memetakan potensi dan permasalahan dalam tata kelola ruang/habitat ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap guna

merintis kebijakan strategis dalam mewujudkan desain sistem tata kelola dan aktivasi ruang kota sebagai simpul-simpul kreatif.

4.5.1. Tinjauan Makro: Peran, Keterkaitan, dan Struktur Tata Ruang Kabupaten Cilacap

Dalam pengembangan ekonomi kreatif subsektor Film, Video dan Animasi, tata ruang wilayah berperan penting sebagai area dan arena pertukaran gagasan, produksi, serta penyemaian dan pengembangan apresiasi. Ekonomi kreatif sebagai perwujudan nilai tambah kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi akan mendapatkan ekosistem yang baik dengan dukungan tata ruang yang baik pula.

Kabupaten Cilacap memiliki sejumlah kawasan dominan berupa area perkotaan (area permukiman, area komersial, area fasilitas umum), area pertanian dan hutan, area pantai, area pertambangan, serta area industri besar untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif subsektor Film, Video dan Animasi. Secara mikro, diperlukan optimasi fungsi kawasan kota dan kesalingkaitan antar kawasan tersebut. Sementara secara eksternal, perlu dicermati konektivitas atau keterhubungan Kabupaten Cilacap secara keseluruhan dengan Kabupaten/Kota lainnya dalam lingkup provinsi, antar provinsi di pulau Jawa, maupun secara nasional. Peran Kabupaten Cilacap dalam perspektif nasional dan regional hendak ditinjau terlebih dahulu dalam uraian berikut guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Sementara analisis terhadap fungsi-fungsi kawasan dalam Kabupaten Cilacap dapat diperiksa pada uraian selanjutnya.

A. Kabupaten Cilacap sebagai Pusat Kegiatan Nasional

Kabupaten Cilacap merupakan Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yaitu kawasan perkotaan yang berfungsi sebagai,

- a) simpul utama kegiatan ekspor-impor atau pintu gerbang kawasan internasional;

- b) kawasan perkotaan yang berfungsi sebagai atau berpotensi menjadi pusat kegiatan industri dan jasa yang melayani skala Nasional;
- c) kawasan perkotaan yang berfungsi sebagai atau berpotensi menjadi simpul transportasi yang melayani skala Nasional.

Fungsi Kabupaten Cilacap sebagai PKN didasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2017 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN). Rencana tersebut juga menempatkan Kabupaten Cilacap pada tahapan pengembangan fungsi Revitalisasi dan Percepatan Pengembangan Kota-Kota Pusat Pertumbuhan Nasional. Dalam konteks provinsi Jawa Tengah, peran itu diemban bersama Kota Semarang dan Kota Surakarta.

Konsekuensi peran Kabupaten Cilacap sebagai PKN adalah perlunya peningkatan infrastruktur jalan yang mendukung kelancaran kegiatan nasional. Terkait dengan pengembangan infrastruktur strategis, Kabupaten Cilacap menjadi lokasi sejumlah proyek strategis nasional yang memiliki pengaruh dalam skala lokal maupun regional antara lain,

- 1) Pembangunan kawasan industri pengolah minyak (RDMP Project);
- 2) pembangkit listrik/PLTU;
- 3) Pengembangan Pelabuhan Tanjung Intan;
- 4) Pengembangan infrastruktur transportasi darat;
- 5) pembangunan Jaringan Jalan Lintas Selatan (JJLS) yang diharapkan dapat mendorong peran Kabupaten Cilacap dalam pengembangan kawasan regional yang terkoneksi dengan kawasan lain termasuk akses ke Bandara Jenderal Sudirman di Kabupaten Purbalingga;
- 6) Pembangunan jalan bebas hambatan yang menghubungkan sejumlah kawasan berikut:
 - a) Gedebage – Cilacap;
 - b) Cilacap – Pejagan;
 - c) Cilacap – Yogyakarta.

B. Peran Kabupaten Cilacap dalam Konteks Regional

1. Kawasan Pendukung (*hinterland*)

Secara regional, percepatan pembangunan ekonomi kawasan (sesuai Perpres Nomor 79 Tahun 2019 tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi Kawasan Kendal-Semarang-Salatiga-Demak-Grobogan, Kawasan Purworejo-Wonosobo-Magelang-Temanggung, dan Kawasan Brebes-Tegal-Pemalang) menempatkan Kabupaten Cilacap sebagai kawasan penyangga (*hinterland*) untuk mendukung pengembangan Kawasan Industri Brebes.

2. Kawasan andalan

Kabupaten Cilacap termasuk dalam dua kawasan andalan Jawa Tengah sebagai,

a) Kawasan Andalan Jawa Tengah Selatan

Penetapan Kabupaten Cilacap sebagai kawasan andalan ini bersinergi dengan tujuan penataan ruang Kabupaten Cilacap, yaitu “Mewujudkan Ruang Kabupaten Sebagai Pusat Ekonomi Skala Nasional Berbasis Pertanian, Industri, Kelautan, Secara Terpadu dan Berkelanjutan Guna Pemerataan Pembangunan Wilayah”.

b) Kawasan Andalan Laut Cilacap dan Sekitarnya.

Penetapan sebagai kawasan andalan laut Cilacap dan sekitarnya juga mendukung rencana pemantapan pelabuhan utama di Kabupaten Cilacap yang diharapkan dapat menopang pengembangan kawasan andalan kelautan.

C. Konektivitas Kabupaten Cilacap

1. Jalur Kereta Api

Kabupaten Cilacap memiliki sarana transportasi mencakup jalur darat (kereta api, bis, mobil dan motor), laut (kapal), dan udara (pesawat

terbang). Konektivitas melalui jalur darat kereta api ke kota-kota lain di Pulau Jawa ditunjukkan dalam peta skematik seperti pada Gambar 4.1.

Dalam skala Kabupaten, stasiun kereta api dengan kegiatan perjalanan terpadat adalah Stasiun Kroya. Stasiun ini merupakan stasiun utama pemberhentian dan pemberangkatan kereta api ekonomi maupun eksekutif di jalur selatan Pulau Jawa. Jalur kereta api di Stasiun Kroya merupakan pertemuan antara jalur kereta dari arah Bandung-Tasikmalaya dan Cirebon-Purwokerto. Stasiun Kroya menggunakan trek pengoperasian jalur ganda, dengan palang pintu kereta yang berada di Jalan Ahmad Yani lebih sering dioperasikan karena padatnya kegiatan jalur kereta api.

Gambar 4.1.
Jaringan Jalan Kereta Api Jawa dan Madura



Sumber: PT KAI, 2023

Gambar 4.2.
Sebaran Stasiun dan Terminal Bis di Kabupaten Cilacap



Sumber: Data Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kab. Cilacap, 2022

Sementara itu dalam hal transportasi publik, sebaran stasiun dan terminal bis di Kabupaten Cilacap dapat dicermati pada Gambar 4.2. Kawasan Stasiun Kroya berdekatan dengan Pasar Tradisional Kroya dan simpang pertigaan jalan yang merupakan jalur utama dari arah Cilacap-Purwokerto dengan Cilacap-Nusawungu. Banyaknya titik kepadatan ini apabila terjadi bersamaan dengan penambahan jumlah penumpang dan kendaraan berpotensi mengakibatkan antrian panjang kendaraan dari arah utara maupun selatan (Jalan Ahmad Yani.)

2. Jalur Jalan Tol

a. Jalan Tol Gedebage-Tasikmalaya-Cilacap (Tol Getaci)

Jalan Tol Gedebage-Tasikmalaya-Cilacap (Tol Getaci) memiliki total panjang 206,65 km dan merupakan Proyek Strategis Nasional untuk mendukung program pemerataan infrastruktur. Jalan tol ini meningkatkan konektivitas untuk melancarkan distribusi barang dan jasa hingga pengembangan industri dan pariwisata di koridor selatan Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Jalan Tol Getaci melintasi dua provinsi, yaitu

Provinsi Jawa Barat sepanjang 169,09 km dan Provinsi Jawa Tengah sepanjang 37,56 km. Dimulai dari titik awal Gedebage Junction di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, jalan tol ini melewati Majalaya, Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Banjar dan Pangandaran, hingga ke wilayah Cilacap, Jawa Tengah.

Gambar 4.3.

Rencana Jalan Tol Gedebage-Tasikmalaya-Cilacap



Sumber: Dinas PUPR Kabupaten Cilacap

b. Jalan Tol Cilacap-Yogyakarta

Proyek jalan tol sepanjang 121,7 km dari Cilacap hingga bandara Yogyakarta International Airport terbagi dalam tiga ruas yaitu ruas Yogyakarta International Airport (YIA) hingga Kebumen, ruas tol dari Kebumen hingga Sumpiuh, dan ruas Sumpiuh ke Cilacap. Jalan tol tersebut akan melintasi wilayah Kabupaten Banyumas dan Cilacap di kecamatan Kroya, Maos, Sampang, Kemranjen, Sumpiuh dan Tambak.

Tol Cilacap-Jogja akan terhubung dengan tol Getaci di Cilacap. Dengan tersambungunya kedua tol ini, perjalanan dari Bandung ke Yogyakarta akan semakin cepat dan efisien. Konektivitas Kabupaten Cilacap melalui Tol

Getasi dan Tol Cilacap-Jogja diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

- a) Meningkatkan waktu tempuh dan mempermudah perjalanan Bandung-Yogyakarta;
- b) Meningkatkan keterhubungan antar daerah di Jawa Barat dan Jawa Tengah untuk meningkatkan mobilitas barang dan jasa;
- c) Mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah sekitar, dengan membuka peluang investasi baru dan menciptakan lapangan pekerjaan;
- d) Meningkatkan pariwisata melalui konektivitas yang semakin baik.

Gambar 4.4.

Konektivitas Jalan Tol Gedebage-Tasikmalaya-Cilacap dengan Tol Yogyakarta-Cilacap



Sumber: Dinas PUPR Kabupaten Cilacap

D. Struktur dan Pemanfaatan Ruang Kabupaten Cilacap

Pola ruang wilayah Kabupaten Cilacap secara umum dibedakan menjadi dua kawasan, yaitu Kawasan Lindung dan Kawasan Budidaya. Perbedaan ini dilandaskan pada Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cilacap

Tahun 2011-2031. Peran utama Kawasan Lindung adalah melindungi kelestarian lingkungan hidup yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya buatan, sebagai berikut:

- a) Kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan di bawahnya;
- b) Kawasan perlindungan setempat;
- c) Kawasan suaka alam, pelestarian alam dan cagar budaya;
- d) Kawasan bencana alam;
- e) Kawasan lindung geologi dan kawasan lindung Lainnya.

Kawasan Budidaya merupakan wilayah dengan fungsi utama untuk dibudidayakan atas dasar kondisi dan potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya buatan. Kawasan budidaya terdiri atas kawasan peruntukan hutan produksi, kawasan peruntukan hutan rakyat, kawasan peruntukan pertanian, kawasan peruntukan perikanan, kawasan peruntukan pertambangan, kawasan peruntukan industri, kawasan peruntukan pariwisata, kawasan peruntukan permukiman, kawasan peruntukan lainnya.

1. Kawasan Lindung

a. Kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan di bawahnya

- 1) Kawasan lindung yang dikelola oleh masyarakat berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Majenang, Cipari, Cimanggu, Sidareja, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten, Jeruklegi dan Kesugihan;
- 2) Kawasan resapan air berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Majenang, Cimanggu, Karangpucung, Cipari, Sidareja, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten, Jeruklegi, Kesugihan dan Pulau Nusakambangan.

b. Kawasan perlindungan setempat meliputi

- 1) Kawasan sempadan pantai sejauh 100 meter dari garis pantai yang ada di Kecamatan Patimuan, Kampunglaut, Cilacap Selatan, Cilacap Tengah, Cilacap Utara, Kesugihan, Adipala, Binangun dan Nusawungu;
- 2) Kawasan sempadan sungai yang berada pada seluruh sungai yang melalui wilayah Kabupaten Cilacap;
- 3) Kawasan sekitar waduk, kawasan sekitar mata air, dan jaringan irigasi;
- 4) Ruang terbuka hijau, baik publik maupun privat.

c. Kawasan Lindung Suaka Alam, Pelestarian Alam dan Cagar Budaya, terdiri atas:

- 1) Kawasan cagar alam yang berupa Cagar Alam Nusakambangan Barat, Nusakambangan Timur, Wijaya Kusuma dan Cagar Alam Karang Bolong;
- 2) Kawasan taman wisata alam berupa Kawasan Gunung Selok di Kecamatan Adipala;
- 3) Kawasan suaka alam laut berupa Kawasan Segara Anakan di Kecamatan Kampung Laut.

d. Kawasan cagar budaya dan ilmu pengetahuan

Kawasan ini tersebar di wilayah kabupaten Cilacap yang terdiri atas lingkungan bangunan gedung dan halaman serta lingkungan non bangunan.

e. Kawasan Lindung Geologi

Kawasan ini memberikan perlindungan terhadap air tanah berupa kawasan Cekungan Air Tanah yang terdiri dari cekungan air tanah Majenang, Sidareja, Nusakambangan, Cilacap dan cekungan air tanah Kroya.

2. Kawasan Budidaya

a. Kawasan Peruntukan Hutan Produksi

Kawasan budidaya untuk peruntukan hutan produksi berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja; Cimanggu, Karangpucung Cipari, Gandrungmangu, Bantarsari, Kawunganten dan Jeruklegi. Sedangkan kawasan peruntukan hutan produksi terbatas berada di Kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Cimanggu, Karangpucung, Cipari, Gandrungmangu, Bantarsari dan Kawunganten.

b. Kawasan Peruntukan Hutan Rakyat

Kawasan tanaman pangan yang terdiri atas kawasan pertanian lahan basah, pertanian lahan kering, hortikultura, peternakan, perkebunan rakyat tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Cilacap, sedangkan perkebunan besar berada di Kecamatan Kawunganten, Dayeuhluhur, Cimanggu, Wanareja, Cipari dan Jeruklegi. Penetapan Kawasan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan (LP2B) melalui Peraturan Bupati Cilacap Nomor 134 Tahun 2021 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan Di Kabupaten Cilacap, menjadi salah satu kebijakan yang diambil Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk untuk mempertahankan kondisi cadangan pangan daerah.

c. Kawasan Peruntukan Pertanian

Kawasan tanaman pangan yang terdiri atas kawasan pertanian lahan basah, pertanian lahan kering, hortikultura, peternakan, perkebunan rakyat tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Cilacap, sedangkan perkebunan besar berada di Kecamatan Kawunganten, Dayeuhluhur, Cimanggu, Wanareja, Cipari dan Jeruklegi. Penetapan Kawasan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan (LP2B) melalui Peraturan Bupati Cilacap Nomor 134 Tahun 2021 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan Di Kabupaten Cilacap, menjadi salah satu kebijakan yang diambil Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk untuk mempertahankan kondisi cadangan pangan daerah.

d. Kawasan Peruntukan Perikanan

Kawasan peruntukan budidaya perikanan terbagi menjadi sentra perikanan tangkap, sentra perikanan budidaya dan kawasan pengolah ikan. Sentra perikanan tangkap meliputi kawasan minapolitan perikanan tangkap yang terdiri dari zona inti Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap (PPSC), Kelurahan Cilacap, Kelurahan Tegalkamulyan dan Kelurahan Sidakaya. Sentra perikanan tangkap juga meliputi tempat Pelelangan ikan yang ada di TPI Kecamatan Cilacap Selatan, Cilacap Tengah, Cilacap Utara, Nusawungu, Kesugihan dan Kampunglaut. Sentra perikanan budidaya tersebar di hampir seluruh wilayah kecamatan berupa kawasan minapolitan budidaya, sedangkan kawasan pengolahan ikan meliputi kecamatan Cilacap selatan, Cilacap Tengah dan Kampung Laut

e. Kawasan Peruntukan Pertambangan

Kawasan peruntukan pertambangan terdiri dari kawasan peruntukan pertambangan mineral dan batubara dan kawasan peruntukan pertambangan minyak bumi dan gas. Kawasan peruntukan pertambangan mineral dan batubara terdiri dari pasir besi, emas, batu gamping, tanah liat, tras, andesit, pasir pasang dan pasir urug. Kawasan peruntukan pertambangan menjadi satu kesatuan wilayah peruntukan yang hampir meliputi seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Cilacap.

f. Kawasan Peruntukan Industri

Kawasan peruntukan industri terdiri atas Kawasan Industri Cilacap (KIC) serta Kawasan Industri Bunton, Karangandri, Warung Batok dan Sidareja. Kawasan peruntukan industri juga mencakup kawasan industri menengah, kecil dan mikro yang tersebar di seluruh kecamatan.

g. Kawasan Peruntukan Pariwisata

Kawasan peruntukan pariwisata terdiri atas kawasan pariwisata budaya, pariwisata alam dan pariwisata buatan. Kawasan peruntukan pariwisata ini tersebar di hampir seluruh wilayah yang ada di Kabupaten Cilacap.

h. Kawasan Peruntukan Permukiman

Kawasan ini terdiri atas kawasan permukiman perkotaan yang meliputi seluruh kawasan perkotaan Cilacap dan sejumlah wilayah di setiap kecamatan yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kawasan permukiman yang dekat dengan pusat pertumbuhan dan pemerintahan. Kawasan peruntukan permukiman juga mencakup kawasan perdesaan yang diarahkan menjadi pusat pertumbuhan wilayah dengan tidak menghilangkan karakteristik wilayahnya.

i. Kawasan Peruntukan lainnya

Kawasan peruntukan budidaya lainnya mencakup peruntukan pertahanan dan keamanan yang berada di sepanjang pesisir pantai Cilacap dan kawasan pesisir serta pulau pulau kecil yang berada di sepanjang garis pantai dan pulau Nusakambangan. Tata guna lahan sebagaimana diuraikan di atas dapat dicermati pada Gambar 4.5

Gambar 4.5.
Tata Guna Lahan Kabupaten Cilacap



Sumber: Dinas PUPR Kabupaten Cilacap

E. Pusat-pusat Pertumbuhan Wilayah

Terdapat lima pusat pertumbuhan wilayah atau pusat kegiatan, yaitu:

- 1) Pusat Kegiatan Nasional (PKN) di Kawasan Perkotaan Cilacap;
- 2) Pusat Kegiatan Lokal (PKL) di pada kawasan perkotaan Majenang dan Kroya;
- 3) Pusat Kegiatan Lokal yang dipromosikan (PKLp) pada kawasan perkotaan Sidareja;
- 4) Pusat Pelayanan Kawasan (PPK) pada kawasan perkotaan Ibukota Kecamatan Kesugihan, Karangpucung, Dayeuhluhur, Jeruklegi, Sampang, Cipari, Gandrungmangu, Wanareja, Nusawungu, Bantarsari, Binangun, Kawunganten, Cimanggu, Maos, Kedungreja, Patimuan, dan Kampung Laut;
- 5) Pusat pedesaan yang ditetapkan sebagai Desa Pusat Pertumbuhan (DPP) sekaligus Pusat Pelayanan Lingkungan (PPL) meliputi DPP Planjan, Kesugihan; DPP Sarwodadi, Kawunganten; DPP Binangun, Bantarsari; DPP Cinangsi, Gandrungmangu; DPP Panikel, Kampung Laut; DPP Jambusari, Jeruklegi; DPP Sikampung, Kroya; DPP Welahan, Adipala; DPP Widarapayung Wetan, Binangun; DPP Jetis, Nusawungu; DPP Bulupayung, Patimuan; DPP Tambakreja, Kedungreja; DPP Ciporos, Karangpucung; DPP Panimbang, Cimanggu; DPP Pahonjean, Majenang; DPP Panulisan, Dayeuhluhur; DPP Purwasari, Wanareja, dan DPP Karangreja, Cipari.

4.5.2. Tinjauan Mikro: Transformasi Lingkungan Binaan

Subsektor ekonomi kreatif Film, Video, dan Animasi telah muncul sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan pengembangan budaya yang signifikan di banyak kota di seluruh dunia. Kabupaten Cilacap, dengan kekayaan sejarah, budaya, dan keindahan alam, dapat merangkul dan mengembangkan sektor ini sebagai peluang strategis untuk memberikan

stimulasi dan transformasi bagi pertumbuhan perekonomian daerah secara keseluruhan.

Lingkungan binaan kota, yang meliputi arsitektur, ruang publik, dan infrastruktur, memainkan peran penting dalam membentuk lanskap kreatif dalam kaitan dengan subsektor Film, Video, dan Animasi.

- 1) Lingkungan binaan yang dirancang dengan baik dapat mendukung kreativitas, menginspirasi dan memfasilitasi kolaborasi bagi warga kota, yang pada gilirannya akan menjadi motor bagi tumbuh berkembangnya wirausaha dan bisnis kreatif;
- 2) Pemaknaan dan pemanfaatan baru terhadap ruang-ruang kota dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi industri kreatif untuk berkembang. Pemaknaan dan pemanfaatan baru tersebut antara lain meliputi;
- 3) pelestarian bangunan/lingkungan sejarah kota dengan menggabungkan utilitas dan elemen desain kekinian yang memenuhi kebutuhan para profesional kreatif;
- 4) penggunaan bangunan dan lingkungan yang telah ada guna menyediakan ruang yang menginspirasi, mendukung kolaborasi, dan mengakomodasikan pameran karya para pegiat kerja kreatif, dalam hal ini yang bergerak dalam pembuatan film, video dan animasi;
- 5) Pemaknaan dan pemanfaatan kembali lingkungan binaan bagi Kabupaten Cilacap bukan hanya sebuah upaya estetika, namun lebih dari itu merupakan investasi strategis untuk masa depan kota. Dengan memprioritaskan kebutuhan ekonomi kreatif, Kabupaten Cilacap diharapkan dapat membuka potensinya dan menjadi pusat inovasi dan ekspresi budaya di tingkat regional maupun nasional;
- 6) Lingkungan binaan yang dirancang dengan baik dapat membantu menarik investasi, pariwisata, dan talenta ke Cilacap. Dengan menciptakan lingkungan yang menarik secara visual dan

menstimulasi, kota ini dapat memposisikan dirinya sebagai tujuan bagi individu dan bisnis kreatif. Hal ini, pada gilirannya, dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan budaya yang dinamis.

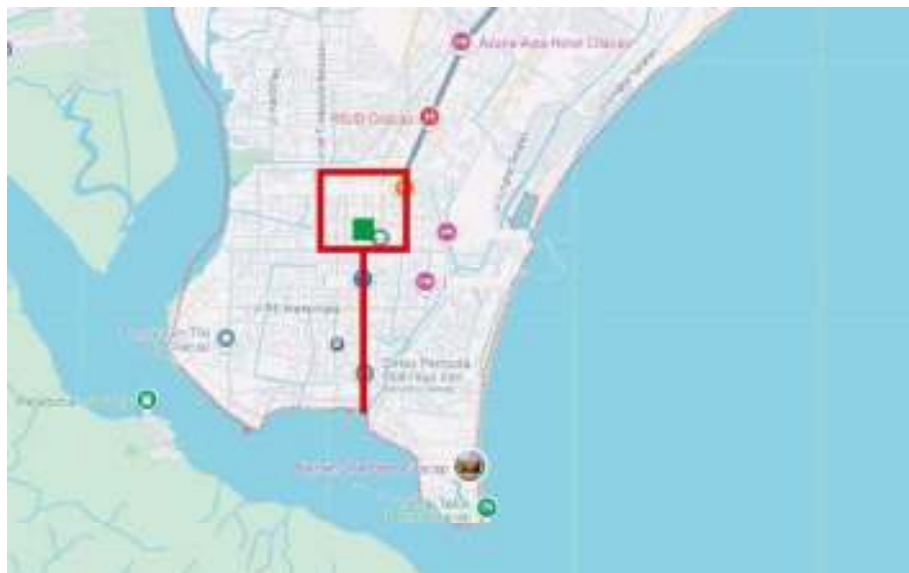
A. Komponen Utama Lingkungan Binaan Kabupaten Cilacap

1. Tata Kota

Tata kota Cilacap mencerminkan perkembangan sejarahnya sebagai kota pantai dan kota industri. Pusat kota ditandai dengan pola *grid* jalan dengan aksis linier yang kuat dari area pantai ke pusat kota, yang saat ini melayani fungsi-fungsi administratif dan komersial. Daerah pemukiman terutama terletak lebih ke pinggiran, seringkali mengikuti pola yang lebih organik. Inisiatif perencanaan kota modern di Kabupaten Cilacap meliputi pengembangan kawasan permukiman baru dengan fokus pada ruang terbuka hijau dan pengembangan kawasan terpadu. Namun, rancangan kota secara keseluruhan masih mempertahankan karakter historisnya.

Gambar 4.6.

Pola Jalan di Pusat Kota Kabupaten Cilacap dengan sumbu tegak lurus yang menghubungkan Alun-alun Kabupaten Cilacap dengan Kawasan Dermaga/Laut



Sumber: Analisis Tim Kajian Roadmap, 2024

2. Arsitektur

Seperti kota-kota di Jawa Tengah pada umumnya, arsitektur di Kabupaten Cilacap merupakan perpaduan antara arsitektur tradisional Jawa (dengan sedikit pengaruh Sunda), arsitektur kolonial, dan arsitektur modern. Bangunan komersial dan perumahan kebanyakan merefleksikan ekspresi kekinian. Namun, bangunan bersejarah dan gaya arsitektur tradisional tetap memainkan peran penting dalam identitas budayanya.

3. Ruang Publik

Kabupaten Cilacap menawarkan berbagai ruang publik, termasuk taman, Alun-alun, dan area tepi pantai. Ruang-ruang ini memberikan kesempatan untuk rekreasi, relaksasi, dan interaksi sosial. Sejumlah ruang publik terpelihara dengan baik. Meski demikian, penambahan ruang hijau dan fasilitas rekreasi kota tetap akan memberi manfaat lebih. Memperluas jejaring ruang publik akan meningkatkan kualitas hidup baik untuk warga yang menetap maupun tamu yang mengunjungi kota ini.

4. Infrastruktur

Infrastruktur di Kabupaten Cilacap telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir, dengan investasi di bidang transportasi, utilitas, dan layanan penting lainnya. Kabupaten Cilacap memiliki jaringan jalan yang berkembang baik, termasuk jalan arteri dan jalan lokal:

- a) Jalan Jenderal Sudirman, merupakan jalan utama yang melintasi pusat kota;
- b) Jalan Gatot Subroto, merupakan rute penting timur-barat yang menghubungkan Cilacap dengan daerah lain di Jawa Tengah;
- c) Jalan Ahmad Yani, merupakan jalur utara-selatan yang menghubungkan Cilacap dengan daerah pedesaan di sekitarnya.

Dalam hal transportasi, Kabupaten Cilacap dilayani oleh jaringan jalan raya dan kereta api. Kota ini juga memiliki pelabuhan yang memainkan peran penting dalam perekonomiannya. Namun, masih diperlukan investasi yang berkelanjutan di bidang infrastruktur untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan kota.

B. Peran Lingkungan Binaan Dalam Pengembangan Subsektor Film, Video, dan Animasi

1. Inspirasi dan Kreativitas

a) Lingkungan binaan

Lingkungan binaan memainkan peran penting dalam menginspirasi kreativitas dan menyediakan lingkungan yang menstimulasi para pegiat kreatif termasuk pembuat film, video dan animasi. Kabupaten Cilacap memiliki perpaduan unik antara arsitektur bersejarah, kawasan industri, dan warisan budaya yang hidup dapat menjadi sumber inspirasi yang kaya. Gaya arsitektur kota yang beragam, mulai dari bangunan tradisional,

bangunan dari era kolonial hingga bangunan kontemporer, dapat menawarkan berbagai isyarat visual dan latar untuk proyek-proyek kreatif.

b) Lingkungan alam

Lingkungan alam Kabupaten Cilacap, termasuk pantai, hutan, dan sungai, dapat memberikan latar belakang yang inspiratif untuk karya kreatif. Kedekatan kota ini dengan laut juga dapat menawarkan peluang untuk proyek-proyek film dan video bertema kelautan.

2. Lingkungan Binaan sebagai Lokus Produksi dan Arena Diseminasi

Lingkungan binaan berperan penting sebagai lokus produksi dan tempat diseminasi industri film, video, dan animasi di Cilacap.

a) Lokus Produksi

1) Studio dan Fasilitas Produksi:

Ketersediaan studio, *soundstage*, dan fasilitas produksi lainnya sangat penting bagi para pembuat film dan animator. Kabupaten Cilacap dapat mengambil manfaat dari pengembangan ruang kreatif khusus yang dapat mengakomodasi berbagai jenis produksi;

2) Lokasi produksi

Lanskap kota yang beragam, termasuk daerah pesisir, desa-desa pedesaan, dan pusat kota, dapat menawarkan berbagai lokasi pembuatan film. Lingkungan yang terawat dengan baik dan mudah diakses dapat memfasilitasi penyediaan lokasi untuk produksi film dan video;

3) Infrastruktur

Infrastruktur yang memadai, seperti jalan, transportasi, dan utilitas, sangat penting untuk mendukung produksi film dan video. Pembangunan infrastruktur Cilacap dapat memainkan peran penting dalam menarik produksi film dan video ke kota ini.

b) Arena Apresiasi dan Diseminasi

Pemutaran film, video, dan animasi dapat dilaksanakan secara kreatif di berbagai area, antara lain:

- 1) Sinema/bioskop konvensional yang mudah diakses yang memenuhi kebutuhan penonton dan pengunjung lokal;
- 2) Gedung pemutaran film yang memanfaatkan secara adaptif gedung-gedung pemerintah maupun swasta) untuk segmen pemirsa khusus atau terbatas;
- 3) Layar tancap yang menggunakan ruang-ruang terbuka di pusat kota hingga kecamatan dan desa;
- 4) *Video mapping* yang memanfaatkan secara kreatif fitur-fitur kota sebagai dinding proyeksi yang menantang.

c) Arena Festival dan Events

Kabupaten Cilacap dapat menjadi tuan rumah festival film, kompetisi animasi, dan acara lain yang menampilkan karya-karya kreatif lokal dan internasional. Acara-acara ini dapat menarik penonton, mempromosikan ekosistem kreatif kota, dan memberikan kesempatan untuk berjejaring dan berkolaborasi.

3. Kolaborasi dan Jaringan

Ruang publik dan fasilitas bersama dapat mendorong kolaborasi dan memperkuat jaringan di antara para pegiat kreatif. Pengembangan pusat kreatif dan ruang kerja bersama dapat memberikan kesempatan bagi pembuat film, dan pegiat kreatif lainnya untuk terhubung, berbagi ide, dan berkolaborasi dalam berbagai proyek. Ruang-ruang ini juga dapat berfungsi sebagai platform untuk menyelenggarakan acara, lokakarya, dan pameran, yang dapat membantu mempromosikan subsektor film, video, dan animasi di Kabupaten Cilacap. Selain itu, ruang publik kota, seperti taman dan Alun-alun, dapat menjadi tempat informal untuk berjejaring dan interaksi sosial.

4. Aksesibilitas dan Inklusi

Lingkungan binaan yang dirancang dengan baik memungkinkan seluruh warga, terlepas dari latar belakang atau kemampuan mereka, dapat mengaksesnya. Mempertimbangkan kebutuhan para penyandang disabilitas dan memastikan bahwa ruang dan fasilitas publik dapat diakses oleh semua orang dapat sekaligus menjadi kampanye kesetaraan dan inklusivitas dalam masyarakat yang majemuk.

Dengan kata lain, kota dapat mempromosikan keberagaman dan inklusi melalui industri film, video, dan animasi dengan memberikan kesempatan kepada orang-orang dari berbagai latar belakang untuk berpartisipasi dalam kegiatan kreatif. Hal ini dapat mencakup inisiatif untuk mendukung kelompok-kelompok yang terpinggirkan, seperti wanita, pemuda, dan orang-orang dari komunitas berpenghasilan rendah.

5. Platform *Online*

Internet telah mengubah cara film dan video didistribusikan. Para pembuat film dan animator yang berbasis di Cilacap dapat memanfaatkan platform *online* untuk menjangkau audiens global dan memamerkan karya mereka. Dengan berinvestasi pada lingkungan terbangun yang menciptakan ekosistem yang mendukung industri kreatif, Cilacap dapat memosisikan diri sebagai tujuan produksi dan diseminasi film, video, dan animasi. Hal ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan budaya kota.

6. Pengembangan Ekonomi

Industri film, video, dan animasi berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Lingkungan binaan memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan ini dengan cara menarik bisnis dan talenta kreatif ke kota. Dengan menciptakan lingkungan yang dinamis dan inspiratif, Kabupaten Cilacap dapat memosisikan diri sebagai tujuan bagi para profesional kreatif. Selain itu, kota ini juga dapat

mendukung pertumbuhan industri kreatif dengan menyediakan infrastruktur, pendanaan, dan dukungan kebijakan.

C. Contoh Kasus: Stasiun Kereta Api Cilacap

1. Signifikansi Historis

Stasiun kereta api Cilacap memiliki peran penting dalam sejarah dan perkembangan kota. Jalur kereta api pertama yang mencapai Cilacap adalah Jalur Kereta Api Pantai Selatan, yang selesai dibangun pada tahun 1887. Pembangunan jalur kereta api ini memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan kota, menghubungkannya dengan daerah lain di Pulau Jawa dan memfasilitasi perdagangan serta pertumbuhan ekonomi. Stasiun kereta api utama di Cilacap terletak di pusat kota, berupa bangunan bersejarah bergaya kolonial Belanda.

2. Peran dalam Membangun Identitas Kota dan Sosial

Stasiun kereta api selalu menjadi tempat yang penting untuk interaksi sosial dan pertukaran budaya. Di Kabupaten Cilacap, stasiun kereta api telah menjadi tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai kalangan, dan telah memainkan peran penting dalam membentuk identitas sosial kota. Stasiun kereta api juga telah menjadi simbol kemajuan dan modernitas. Keberadaannya telah membantu mengubah Cilacap dari sebuah kota kecil di pesisir pantai menjadi kota yang lebih dinamis dan kosmopolitan.

3. Prospek untuk Mendukung Industri Film, Video, dan Animasi

Stasiun kereta api dapat menjadi lokasi yang menginspirasi bagi para pembuat film dan videografer. Arsitekturnya yang unik, nilai historis, dan suasananya dapat menjadi latar belakang yang kaya untuk bercerita. Stasiun ini dapat digunakan sebagai lokasi syuting film, acara televisi, maupun program-program komunikasi pemasaran. Selain itu, stasiun ini juga dapat digunakan sebagai ajang apresiasi berupa tempat pemutaran film, pameran, dan lokakarya.

Untuk mewujudkan potensi stasiun kereta api Cilacap sebagai sumber daya ekonomi kreatif, penting untuk melestarikan karakter historisnya dan memastikan bahwa stasiun tersebut terawat dengan baik. Investasi dalam infrastruktur dan fasilitas diharapkan dapat membantu stasiun kereta api itu menjadi lebih menarik bagi para pembuat film dan pengunjung.

4.5.3. Ciptaruang (*Placemaking*) dalam Subsektor Film, Video, dan Animasi

A. Praktik Teladan

Kabupaten Cilacap telah melakukan sejumlah praktik teladan (*best practices*) dalam kegiatan ciptaruang (*placemaking*) untuk kegiatan terkait ekonomi kreatif. Secara umum, kegiatan ciptaruang memberi keuntungan timbal balik bagi pengembangan kegiatan ekonomi kreatif dan bagi pengelolaan ruang-ruang kota. Dari perspektif ekonomi kreatif, cipta ruang memberikan arena untuk unjuk kreasi, mendiseminasikan apresiasi, memberikan edukasi, dan memperkuat jejaring kerja baik dengan sesama pegiat kreatif maupun dengan para pemangku kepentingan dalam jejaring *hexa helix*, serta mempertemukan produsen dan konsumen.

Sementara bagi pengelolaan ruang kota, cipta ruang merupakan alat yang ampuh untuk menciptakan kota yang lebih layak huni, adil, dan berkelanjutan. Dengan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan warga, inisiatif penataan ruang dapat menumbuhkan rasa kebersamaan, meningkatkan kualitas hidup, dan berkontribusi pada kesejahteraan kota secara keseluruhan.

Di antara praktik teladan dalam kegiatan ciptaruang yang dilakukan komunitas kreatif di Kabupaten Cilacap adalah *Peken Tjilatjapan* yang telah berlangsung empat kali (dari Desember 2023 hingga Juli 2024) dan Opera Berkebaya yang dilangsungkan untuk memperingati Hari Kartini pada April 2024. Berikut adalah ikhtisar kedua kegiatan tersebut.

Tabel 4.3
Praktek Teladan Kegiatan Ciptaruang

	Peken Tjilatjapan	Opera Berkebaya
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> • Merawat ekosistem kreatif dan mewujudkan Cilacap menjadi kabupaten kreatif, • Menyediakan forum bertemunya pemangku kepentingan dalam <i>Hexa Helix</i> ekonomi kreatif di Cilacap. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan semangat perjuangan Kartini bagi perempuan untuk lebih berdaya, maju dan mandiri, • Mengenalkan budaya-budaya luhur di Kabupaten Cilacap yang diekspresikan melalui seni budaya berbalutkan kreativitas.
Inisiator	Cilacap Kreatif, bekerja bersama dengan komunitas, industri kreatif, seniman, akademisi, media, agregator, dan pemerintah Kabupaten Cilacap	Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Dinsos PP PA) Kabupaten Cilacap
Acara	Bazar UMKM, literasi, workshop lukis, kegiatan anak (belajar <i>coding</i> dll)	Pawai dan bazar
Tempat	Bangunan Ex Pabrik Pemintalan Cilacap	Stasiun kereta api PT. KAI, lapangan Disparpora, dan ruas jalan di antaranya
Strategi Ciptaruang	Aktivasi Bangunan Tak Tergunakan	Aktivasi ruang jalan, dari situs bersejarah (Stasiun kereta api) menuju situs bersejarah lapangan Disparpora

Sumber: Analisis Tim Kajian, 2024

Gambar 4.7

Kegiatan kreatif: “Opera Berkebaya” melakukan aktivasi ruang dengan pemanfaatan ruang jalan yang menghubungkan dua bangunan bersejarah yaitu Stasiun Cilacap dan Kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.



Sumber: Tribunnews (foto)

Sejumlah pasar temporer yang tidak hanya berfokus pada kegiatan transaksi produk melainkan juga menjadi tempat rekreasi, pertemuan sosial, dan pementasan seni banyak tumbuh di Kabupaten Cilacap sebagai respon atas dinamika masyarakat sekaligus respon atas ruang-ruang publik di kota, maupun ruang di sekitar hunian warga. Sejumlah pasar temporer tersebut antara lain diuraikan di bawah ini.

Tabel 4.4
Praktik Teladan Kegiatan Ciptaruang

	Lokasi dan fitur	Komoditas	Atraksi/ aktivitas rekreasi
Pasar Panggok Desa Slarang, Kecamatan Kesugihan Sabtu 12.00-21.00 Minggu 06.00- selesai	Pekarangan rumah warga dan di kelilingi pohon bambu	Kuliner tradisional, baik makanan berat maupun ringan	Berswafoto dengan caping di jalanan yang didekorasi dengan payung dan lukisan

Kampoeng Pendekar Desa Sidaurip Kecamatan Binangun Buka Minggu, dari pagi sampai sore	Desain lapak dan alat saji bernuansa <i>tempo doeloe</i>	Kuliner tradisional. Alat tukar berupa uang kepeng (1 kepeng setara Rp 2000) yang dapat diperoleh di loket	Pengelola dan penjual berpakaian tradisional dengan kain batik, dan baju lurik, dan blangkon Pengunjung dapat berswafoto dengan menyewa kostum pendekar Panggung kesenian
Kampung Karisma Desa Karangrena Kecamatan Maos, Sabtu dan Minggu, pagi hingga malam	Di tepi Sungai Serayu	Sate toe (kerang), Sayuran kecipir, Kuliner tradisional	Pertunjukan lengger, sintren, dan pertunjukan seni tradisional lainnya Di Kampung Karisma terdapat sanggar seni "Sanggar Sarakerta" Wisata susur sungai Serayu
	Lokasi dan fitur	Komoditas	Atraksi/ aktivitas rekreasi
Pasar Cipereng Desa Lengkong, Kecamatan Mertasinga, Sabtu dan Minggu	Di tepi jalan dengan ornamen bambu dan lampion	Seafood (bermacam ikan, sotong, cumi-cumi, udang, kepiting, dan lainnya)	Swafoto di spot foto yang telah disediakan
Pasar Lemprakan Tirtosari Desa Dondong, kecamatan Kesugihan Sabtu dan Minggu	Desain pasar dari bambu dan kayu dengan caping-caping tergantung di tengah jalan	Kuliner tradisional, hasil pertanian, dan lainnya	Swafoto di spot foto yang telah disediakan

Sumber: Analisis Tim Kajian, 2024

Gambar 4.8
Pasar Cipereng, Desa Lengkong, Kecamatan Mertasinga,.



Sumber: visitjawatengah

Gambar 4.9
Pasar Lemprakan Tirtosari, Desa Dondong, Kecamatan Kesugihan



Sumber: visitjawatengah

B. Menuju Kegiatan Cipta Ruang di Kabupaten Cilacap

Seturut analisis makro dan mikro ruang kota yang telah diuraikan di muka, sejumlah Kegiatan Cipta ruang untuk menumbuhkan arena kegiatan bagi pegiat kreatif dalam melakukan kerja kreatif mereka terutama pada subsektor film, video, dan animasi di Kabupaten Cilacap dapat dilakukan dengan sejumlah pertimbangan keruangan seperti tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5
Pertimbangan Keruangan dalam Aktivitas Ciptaruang

Dimensi	Faktor	Subfaktor
1 Dimensi Keragaman Aktivitas dan Sosial	Aktivitas dan rancangan sosial	Kepadatan
		Keragaman
	Kualitas Jalan	Kegunaan
		Kenampakan
2 Dimensi Fisik	Sub-Dimensi Rancangan bangunan	Kelengkapan
		Keterawatan
		Ekonomis
		Adaptabilitas
		Skala manusia
		Kompatibilitas

Dimensi	Faktor	Subfaktor
3 Dimensi Kecitraan	Arsitektur dan Desain	Morfologi bangunan
		Keinklusifan
		Konektivitas
	Rancangan jalan	Kesatuan
		Karakter fisik
		Keterlingkupan
	Rancangan arsitektur	Langgam arsitektur
		Konteks urban
		Legibilitas
	Aksesibilitas	Kedekatan
Kejelasan		
Pola pergerakan		
Sub-dimensi Akses dan Keterpautan	Walkability	Kemenerusan
	Karakter ruang	Pola ruang
Sub-dimensi Lingkungan	Kenyamanan iklim mikro	Konfigurasi spatial
		Lindungan cuaca
		Tata hijau
Citra	Kenangan/ memori	Kemenarikan
		Identitas lokal
	Keamanan	Keterikatan ruang
		Ketersekatan
Kenyamanan	Kualitas ruang	Kecepatan
		Kenyamanan fisik
		Kenyamanan sosial
Rasa loka/ tempat	Kualitas ruang	Rasa tempat
		Keterikatan sosial
		Rasa memiliki

Sumber: Analisis Tim Kajian, 2024

1. Aktivasi Ruang Kawasan Kota Lama Cilacap

Kota lama Cilacap terletak pada area di sekitar Kantor Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga hingga area sekitar stasiun kereta api Cilacap. Bangunan peninggalan bersejarah di area tersebut antara lain adalah SMP Pius Cilacap, SMP Negeri 1 Cilacap, rumah milik PT. Antam, gereja tertua, kantor bus DAMRI, dan sejumlah lainnya, baik yang berfungsi sebagai bangunan perkantoran maupun bangunan komersial.

- a) Kota lama berpotensi menjadi arena ciptaruang berkat kekuatan karakter dan identitas ruang maupun bangunannya. Penggunaan kawasan bersejarah sebagai arena ciptaruang memungkinkan adanya latar (*setting*) ruang yang kaya akan narasi.
- b) Praktik teladan “Opera Berkebaya” yang telah disebut di atas menunjukkan kekuatan karakter dan identitas kawasan kota lama ini. Tabel 4.2 mendaftar sejumlah cagar budaya tinggalan bersejarah di Kabupaten Cilacap.

Tabel 4.6
Daftar Sejumlah Cagar Budaya Kabupaten Cilacap

Tinggalan Bersejarah	Alamat
Benteng Pendem (Kustbatterij op de Landtong te Cilacap)	Jl. Benteng, Sentolo Kawat, Cilacap Selatan
Situs Candi Jambu	Desa Cilongkrang, Wanareja
1 Masjid Agung Darussalam	Jalan Masjid, Cilacap Tengah
2 Kantor Kabupaten Cilacap	Jl. Jend. Sudirman, Cilacap Tengah
3 Kantor Dinas Pariwisata Cilacap	Jl. Jend. A. Yani, Sidakaya, Cilacap Selatan
4 Kantor dan rumah Kodim Cilacap	Jl. Jend. Sudirman, Cilacap Tengah
5 SMP Negeri 8	Jl. Jend. Sudirman, Cilacap Selatan
6 Stasiun Cilacap	Tambakreja, Cilacap Selatan
7 Rumah-rumah Dinas Stasiun Cilacap	Tambakreja, Cilacap Selatan
8 Stasiun Kroya	Jl. Stasiun, Kroya
9 Rumah-rumah Dinas Stasiun Kroya	Jl. Stasiun, Kroya
10 Stasiun Maos	Karangreja, Maos
11 Rumah-rumah Dinas Stasiun Maos	Karangreja, Maos
12 Stasiun Kesugihan	Jl. Serayu Raya, Kesugihan
13 Rumah Dinas Stasiun Kesugihan	Kecamatan Kesugihan
14 Stasiun Karangandri	Desa Menganti, Kesugihan

	Tinggalan Bersejarah	Alamat
	Benteng Pendem (Kustbatterij op de Landtong te Cilacap)	Jl. Benteng, Sentolo Kawat, Cilacap Selatan
	Situs Candi Jambu	Desa Cilongkrang, Wanareja
15	Rumah-rumah Dinas Stasiun Karangandri	Kecamatan Kesugihan
16	Stasiun Gumilir	Gumilir, Cilacap Utara
17	Rumah-rumah Dinas Stasiun Gumilir	Gumilir, Cilacap Utara
18	Stasiun Jeruklegi	Jeruklegi Wetan, Jeruklegi
19	Rumah Dinas Stasiun Jeruklegi	Kecamatan Jeruklegi
20	Stasiun Kawunganten	Kawunganten Lor, Kawunganten
21	Rumah Dinas Stasiun Kawunganten 3a	Kecamatan Kawunganten
22	Stasiun Gandrungmangu	Gandrungmanis, Gandrungmangu
23	Rumah Dinas Stasiun Gandrungmangu	Kecamatan Gandrungmangu
24	Stasiun Sidareja	Sidamulya, Sidareja
25	Stasiun Cipari	Jalan Raya Cipari-Mulyadadi, Cipari
26	Rumah Dinas Stasiun Cipari I	Kecamatan Cipari
27	Rumah-rumah Tinggal milik BRI	Jl. A. Yani, Cilacap
28	Rumah-rumah Tinggal di Jalan Veteran	Jl. Veteran, Cilacap
29	Rumah Pelabuhan	Pelabuhan Perikanan
30	Dermaga Pelabuhan I	Pelabuhan Tanjungpura
31	Bunker Tanjung Intan 1 dan 2	Pelabuhan Tanjung Intan
32	Rumah Sinder Kebun Karet	Desa Cilongkrang, Cilacap
33	Kantor Afdeling	Karangreja, Cipari
34	Benteng Karang Bolong	Nusakambangan
35	Benteng Klingker atau Banju Njappa	Nusakambangan
36	Benteng Jepang Gunung Selok 1	Gunung. Selok, Cilacap
37	Makam Sumolangu (Mahfud Abdurrohman)	Gunung Selok, Cilacap
38	Makam Kerkhof	Jl. Karang, Cilacap

	Tinggalan Bersejarah	Alamat
	Benteng Pendem (Kustbatterij op de Landtong te Cilacap)	Jl. Benteng, Sentolo Kawat, Cilacap Selatan
	Situs Candi Jambu	Desa Cilongkrang, Wanareja
39	Makam Hong Bangkok	Suralaka

Sumber: Analisis Tim kajian, 2024

2. Aktivasi bangunan industri dan bangunan tak tergunakan

Sebagai kota industri, Cilacap menjadi saksi pasang surutnya kegiatan industri berskala lokal maupun nasional seturut dinamika pasar. Sejumlah bangunan yang semula dimanfaatkan secara maksimal sebagai pabrik, gudang, dan berbagai kegiatan perdagangan dan industri tidak lagi digunakan. Pemanfaatan bangunan tak tergunakan ini di satu sisi memberikan kembali *livability* kepada kawasan yang bersangkutan dan, di sisi lain, memberikan karakter spesifik bagi kegiatan yang berlangsung di area tersebut, terutama kegiatan kreatif terkait produksi dan diseminasi film maupun video.

Gambar 4.10

Contoh pemanfaatan tinggalan sejarah untuk *video mapping*



Sumber: pengolahan studio

Gambar 4.11

Pabrik Pemintalan Cilacap di atas lahan seluas 86.745 m² di Jalan Kyai Kendil Wesi, tempat berlangsungnya kegiatan kreatif “Peken Tjilatjapan”



Sumber: ptisn.co.id

Praktik teladan “Peken Tjilatjapan” yang telah disebut di atas menunjukkan kekuatan karakter dan identitas bangunan industri tak tergunakan, dalam hal ini adalah bekas pabrik pemintalan.

3. Aktivasi Ruang Jalan

Tidak banyak kota di Indonesia yang memiliki pola jalan *grid* dengan geometri yang sedemikian kuat seperti area perkotaan Kabupaten Cilacap. Jalan Ahmad Yani yang terentang selatan-utara dari pantai menuju Alun-alun Cilacap, serta keempat ruas jalan yang mengelilingi Alun-alun itu sendiri merupakan kekayaan *spatial* yang memberikan karakter pada citra kota secara keseluruhan. Pola jalan yang istimewa itu layak dirayakan melalui kegiatan-kegiatan kreatif seperti pemutaran film layar tancap, karnaval, pentas tari dan musik yang merespon ruang jalan semacam *marching band*, serta kegiatan kreatif lain yang secara *spatial* berkarakter linier.

4. Aktivasi Ruang Hijau Kota

Taman-taman yang tersebar di ruang kota di Kabupaten Cilacap dapat dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan kreatif. Dengan peneduh dan infrastruktur lain, anak-anak muda dapat bertemu, bertukar gagasan, bahkan memproduksi karya-karya digital dengan perangkat komputer jinjing dan peralatan *portable* lain. Ruang hijau yang relatif luas di Jalan Juanda, Cilacap, dapat mengakomodasikan kegiatan lebih besar seperti pengambilan gambar (*shooting*) dan lokakarya (*workshop*.) Hutan seluas 64 hektare (ha) ini terletak di Kelurahan Karangtalun, Kecamatan Cilacap Utara.

Gambar 4.12

Hutan kota di Jalan Juanda, Kelurahan Karangtalun, Kecamatan Cilacap Utara



Sumber: SBI Tbk via kontan.co.id

Gambar 4.13

Contoh pemanfaatan ruang publik untuk layar tancap



Sumber: pengolahan studio

5. Aktivasi Kawasan Wisata Dan Tempat-Tempat Rekreasi

Di luar musim sibuk (*peak season*), tempat-tempat wisata biasanya menyediakan ruang yang cukup lapang yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan kreatif terkait film dan video. Pengambilan gambar (*shooting*), pemutaran film, diskusi dan lokakarya serta kegiatan produksi lainnya dapat dilakukan dengan mengaktivasi ruang-ruang di kawasan wisata dan tempat rekreasi lainnya.

Kabupaten Cilacap memiliki wilayah yang membentang mulai dari dataran rendah di laut selatan hingga dataran tinggi. Topografi dan luas wilayahnya membuat potensi wisata di Kabupaten Cilacap melimpah dan beragam. Berikut adalah sejumlah objek wisata yang menawarkan keunikan visual dan lokasional yang dapat mendukung pengembangan subsektor film, video, dan animasi.

a) Panorama Pantai dan Laut

1. Pantai Teluk Penyus di Kecamatan Cilacap Selatan hanya berjarak kurang lebih dua kilometer dari pusat pemerintahan. Panorama khas pantai ini adalah hamparan pasir bersih dengan pepohonan yang teduh. Dari pantai ini dapat terlihat Pulau Nusakambangan dan kapal tanker pengangkut minyak mengingat lokasi pantai ini berdekatan dengan kilang minyak PT. Pertamina (Persero);
2. Pantai Sodong, dikenal pula dengan nama Pantai Selok, berada di balik pegunungan Sringin. Pantai ini menawarkan panorama asri hutan cemara dan tebing-tebing yang menjulang di sekelilingnya;
3. Pantai Cemara Sewu di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, juga memiliki hutan cemara yang rindang dan rimbun dari jenis cemara udang dengan ketinggian 65 sampai dengan 90 meter;
4. Pantai Pasir Putih di Pulau Nusakambangan memiliki atraksi hamparan pasir putih dan Cagar Budaya berupa Benteng Kolonial yang dibangun pada tahun 1830-an. Dianjurkan tidak berkunjung

saat hujan terkait kondisi lapangan yang licin, berbahaya, dan menguras energi pengunjung;

5. Pantai Ranca Babakan, Pantai Kali Kencana, dan Pantai Kalipat di Pulau Nusakambangan juga menawarkan panorama pantai yang masih alami dengan pasir putih, batu karang, air laut yang biru jernih, serta pepohonan hijau di sekeliling pantai.

b) Panorama Hutan Payau dan Mangrove

1. Hutan Payau terdiri atas pohon bakau atau mangrove yang berfungsi untuk mencegah abrasi. Terletak di Desa Tritih Kulon, Kecamatan Cilacap Utara, hutan ini memiliki luas sekitar 10 hektare dengan sekitar 15.000 pohon. Hutan ini menawarkan panorama perpaduan antara payau serta pepohonan hijau;
2. Hutan Mangrove Kampung Laut menawarkan panorama barisan pohon mangrove yang berpadu dengan air laut. Kampung Laut di Pulau Nusakambangan dicapai dengan menyeberangi Segara Anakan dari Pelabuhan Seleko. Di kawasan tersebut terdapat sekitar 50 jenis pohon mangrove atau bakau yang telah teridentifikasi. Selain pohon mangrove, area ini menjadi habitat burung, mamalia, dan juga reptil.

c) Panorama Gunung dan Perbukitan

1. Gunung Selok di Desa Adipala, Kecamatan Adipala, merupakan daerah perbukitan dengan hutan homogen pohon mahoni. Berada di ketinggian, pengunjung bisa menyaksikan pemandangan area sawah dan Pantai Sodong yang indah;
2. Havana Hills di Kecamatan Jeruklegi merupakan arena baru untuk wisata ruang luar bagi keluarga. Salah satu atraksi yang ditawarkan adalah panorama Kota Cilacap dari ketinggian dengan pemandangan 360 derajat. Selayaknya tempat wisata baru, Havana Hills mengandalkan sejumlah spot foto *instagramable*, salah satunya berupa perosotan berwarna pelangi. Wahana lainnya adalah bioskop

VR (*virtual reality*), arena bermain anak, ATV, hingga bumi perkemahan (*camping ground*).

3. Kemit Forest, merupakan wisata hutan pinus yang berada di Desa Karanggedang, Kecamatan Sidareja, Kabupaten Cilacap. Berada di ketinggian, obyek wisata ini menawarkan panorama hutan pinus, udara sejuk pegunungan, dan sejumlah spot foto *Instagramable* berupa ayunan gantung, sepeda udara, sarang burung, paralayang, *sky bridge*, rumah kurcaci, dan lainnya.

d) Panorama Air Terjun

1. Air terjun (curug) Cimendaway berada di Desa Datar, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap. Berketinggian kurang lebih 100 meter, curug ini merupakan air terjun tertinggi di Kabupaten Cilacap. Air terjun tersebut mengalir di antara bebatuan sehingga menghasilkan panorama indah.
2. Curug Mandala berada di tengah perbukitan dikelilingi pepohonan rindang di Kecamatan Jeruklegi. Menurut cerita rakyat, Curug Mandala terbentuk dari bom pasukan kolonial Belanda yang mengenai sumber mata air sehingga membentuk aliran air terjun. Akses menuju Curug Mandala cukup terjal sehingga pengunjung harus mempersiapkan stamina prima.

e) Panorama Tinggalan Sejarah

Benteng Pendem merupakan bangunan peninggalan Belanda yang dibangun pada 1861. Lokasinya sekitar setengah kilometer dari obyek wisata Pantai Teluk Penyu, seperti dikutip dari laman Wisata Cilacap. Bangunan tua Benteng Pendem menjadi spot foto favorit wisatawan yang berkunjung. Bangunannya pun masih kokoh yang terdiri dari barak, terowongan, penjara, ruang amunisi, ruang tembak, dan lainnya. Menariknya, terdapat rusa yang dibiarkan berkeliaran bebas di dalam area benteng. Rusa-rusa tersebut menjadi atraksi bagi wisatawan karena bisa memberi makan langsung.

Gambar 4.14

Contoh pemanfaatan objek wisata air terjun untuk pengambilan gambar film atau video



Sumber: pengolahan studio

4.6. Analisis Tahapan *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

Penyusunan Tahapan *Roadmap* dalam Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap didasarkan pada skala prioritas program dalam merespon hasil analisis SWOT terhadap pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Secara periodisasi, terdapat tiga periode tahapan yang akan diimplementasikan, yaitu:

- 1) Periode Jangka Pendek (1 tahun)
- 2) Periode Jangka Menengah (5 tahun)
- 3) Periode Jangka Panjang (20 tahun)

Tiap periode tahapan *roadmap* memiliki target pencapaian yang disesuaikan dengan proyeksi dampak positif yang hendak ditimbulkan dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Cilacap. Proyeksi dampak ini sekaligus sebagai upaya memberikan solusi konkrit terhadap isu permasalahan dan tantangan yang harus dihadapi.

A. Program Jangka Pendek (1 Tahun)

Periode Jangka Pendek memiliki durasi pencapaian yang relatif singkat, yakni satu tahun. Dengan demikian program-program yang dikembangkan dalam periode ini termasuk kategori program super prioritas. Program super prioritas memiliki ketentuan yang terkait dengan tipologi, metode pelaksanaan, dan dampak program. Tipologi program super prioritas di periode jangka pendek mengacu pada tipologi pemodelan, artinya program yang dilaksanakan bersifat *pilot project* yang merupakan program purwarupa (*prototype*).

Program pemodelan atau purwarupa ini memiliki karakter sebagai ujicoba model dengan pertimbangan program ini masih bisa dievaluasi dengan menekan risiko baik penganggaran maupun eksekusinya seminimal mungkin. Jika program purwarupa ini berhasil baik, maka ke depan bisa dilakukan *scale up* sesuai dengan target capaian yang lebih besar. Metode pelaksanaannya memiliki skala prioritas yang tinggi dibanding program-program lainnya. Metode pelaksanaan yang memiliki skala prioritas tinggi ini mengisyaratkan keterlibatan kebijakan strategis yang menaungi operasionalisasi program sehingga memungkinkan pelaksanaannya menjadi konkrit.

Program-program kerja jangka pendek bersifat *quick wins programs* atau program-program yang diproyeksikan memiliki dampak cepat untuk menciptakan perubahan yang positif. Dampak cepat ini menjadi strategi yang diharapkan mampu mendorong munculnya daya ungkit bagi program-program lainnya. Daya ungkit ini sangat diperlukan sebagai pemantik bagi menyalanya *engine* (mesin) penggerak ekosistem ekonomi kreatif. Program-program jangka pendek mengutamakan program yang membentuk pondasi bagi terciptanya konstruksi ekosistem yang lebih kokoh. Pondasi tersebut antara lain adalah menumbuhkan iklim kolaboratif di antara para pemangku kepentingan. Iklim kolaboratif didesain dengan ujicoba program-program lintas pemangku kepentingan agar terbentuk kepercayaan dan *platform* kolaborasi dalam operasionalisasi program.

B. Program Jangka Menengah (5 Tahun)

Periode Jangka Menengah memiliki karakter program yang merupakan kelanjutan dari program-program Jangka Pendek. Durasi pelaksanaan program yang berkisar lima tahun menjadi konteks waktu untuk menguji program *scale up* dari program-program *quick wins* di Periode Jangka Pendek. Selain itu, Program Jangka Menengah menyoal pengembangan atau peningkatan kapasitas daerah terkait dengan penyediaan infrastruktur, tata kelola lokus-lokus untuk aktivasi program ekonomi kreatif, serta desain sistem basis data digital untuk dokumentasi konten dan prestasi maupun volume kegiatan ekonomi kreatif daerah.

C. Program Jangka Panjang (20 Tahun)

Periode Jangka Panjang dengan durasi 20 tahun merupakan Tahap Pengembangan Kabupaten/Kota Cilacap sebagai Kota Kreatif Dunia yang memiliki keberlanjutan ekosistem ekonomi kreatif berbasis ekosistem digital dalam format *smart city* yang berbasis pelestarian kebudayaan lokal dan sumber daya alam. Penguatan infrastruktur digital dalam konsep smart city serta penguatan jejaring kerja global melalui kolaborasi kelembagaan dengan jejaring kota kreatif dunia membuka akses global dalam penciptaan daya saing investasi di Kabupaten Cilacap. Dalam pencapaian waktu selama 20 tahun, Kabupaten Cilacap akan diproyeksikan sebagai *Creative Hub* di bidang Film, Animasi, dan Video di tingkat Kawasan Asia Tenggara. Perintisan Kabupaten Cilacap sebagai Pusat Industri Perfilman dilakukan dengan perintisan *Film Academy* untuk pengembangan kurikulum Pendidikan sumber daya manusia kreatif di bidang film, animasi, dan video serta pengelolaan sumber daya alam beserta bentang alam Cilacap sebagai lokus-lokus unggulan untuk produksi film yang bertaraf nasional/internasional. Dalam rentang 20 tahun ini juga dirintis kolaborasi teknis dengan pusat industri perfilman di Asia (Bollywood, India) maupun pusat industri perfilman dunia (Hollywood).

BAB V

KONSEP DAN ROADMAP PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF KABUPATEN CILACAP

5.1. Penyusunan Konsep Pemodelan Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kota/ Kabupaten Kreatif berkelas Dunia dengan Tema Khusus

Konsep Pemodelan Kabupaten Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kota/kabupaten Kreatif dengan subsektor Film, Animasi, dan Video sebagai penunjang dan pendukung subsektor ekraf lainnya dibagi menjadi tiga kluster Tahapan *Roadmap*, yaitu:

1) Program Jangka Pendek (1 tahun)

Program Jangka Pendek dilakukan dengan tiga kluster program, yaitu:

- a) Pembentukan Kolaborasi dan Kemitraan Strategis
- b) Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif
- c) *City Branding Management* Kabupaten Cilacap Kreatif

2) Program Jangka Menengah (5 tahun)

Program Jangka Menengah ini memiliki 3 (tiga) tahap yaitu:

- a) Pengembangan lokus dan infrastruktur ekosistem kreatif,
- b) Program pengembangan SDM kreatif (*Capacity Building*) dan
- c) Penguatan *Positioning City Branding* Cilacap di level nasional dan internasional.

3) Program Jangka Panjang (20 tahun)

Program Jangka Panjang dilakukan dengan tahapan:

- a) Penguatan Kelembagaan dan Kebijakan
- b) Pengembangan Infrastruktur Kreatif
- c) Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif Lokal
- d) Membangun Ekosistem Teknologi *Smart City*

e) Manajemen Data *Real Time* dengan *Command Centre* Terintegrasi

Dalam proses implementasi ketiga periode tahapan di atas, memerlukan dukungan kebijakan strategis yang memayungi langkah-langkah tersebut menjadi program kerja yang berkelanjutan.

Konsepsi penyusunan Program Jangka Pendek dengan durasi pencapaian satu tahun dimaksudkan untuk membangun kemitraan strategis antar pemangku kepentingan dengan melibatkan pengelola kawasan strategis nasional, kawasan industri dan komunitas kreatif yang dikoordinasikan oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap. Konsep pemodelan kolaborasi ini dituangkan melalui program kerja yang bersifat *quick wins* untuk sekaligus membangun *city branding management* sebagai sebuah ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif dengan subsektor unggulan di bidang Film, Animasi, dan Video. Aktivasi program dengan subsektor unggulan ini juga sekaligus harus bisa membuktikan kompetensinya sebagai **pendukung** bagi berkembangnya subsektor yang lain.

Konsep pemodelan aktivasi ruang dengan format festival atau *creative events* lainnya bisa dimungkinkan disusun sebagai *quick wins* untuk menjadi model purwarupa kolaborasi *hexa helix* dan sinergi festival yang melibatkan subsektor unggulan film, animasi, dan video dengan subsektor lainnya, seperti kuliner, seni pertunjukkan, seni rupa, fesyen dan musik. Kerja kolaboratif ini mencoba membangun narasi kota dengan melibatkan tema sejarah ruang dan lokus yang menjadi bagian dari sejarah Kota Cilacap.

5.1.1 Program Jangka Pendek (1 Tahun)

Tahap Program Jangka Pendek (1 Tahun) merupakan tahap akselerasi untuk target pencapaian komitmen dan dampak *quick wins* bagi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dengan subsektor unggulan

Film, Animasi, dan Video di Kabupaten Cilacap. Dalam tahapan ini terdapat 3 Langkah pencapaian yang masing-masing diikuti dengan program-program strategis pencapaiannya, yaitu:

Langkah 1: Pembentukan Kolaborasi Dan Kemitraan Strategis

a. Program Strategis:

- 1) **Akselerasi Peran Komite Ekonomi Kreatif (KEK)** Kabupaten Cilacap sebagai platform kolaborasi *hexa helix* (pemerintah, komunitas kreatif, akademisi, pengusaha, media dan agregator/lembaga keuangan) untuk pengembangan ekosistem ekonomi kreatif secara transparan, terukur dan memiliki target capaian sesuai *roadmap*. Mekanisme pemilihan Tim KEK membutuhkan akuntabilitas, transparansi, dan proses seleksi sehingga memungkinkan terpilihnya anggota Tim KEK yang layak dan patut dengan asesmen *fit and proper* test yang dilakukan oleh Tim independen (bisa melibatkan tim ahli, KEK provinsi Jawa Tengah, atau ICCN).
- 2) **Pembentukan Cilacap Kreatif sebagai organisasi jejaring lintas Komunitas Kreatif Cilacap** sebagai organisasi lintas komunitas kreatif di Kabupaten Cilacap. Nama dan kepengurusan ditentukan dengan kesepakatan dalam jejaring melalui mekanisme keorganisasian yang baik.
- 3) **Merintis kolaborasi berdampak dengan pemangku kepentingan strategis**. Kolaborasi melibatkan KODIM 0703 Cilacap, Pangkalan TNI AL di Cilacap, PT. PERTAMINA (PERSERO) Refinery Unit IV Cilacap, PT. Solusi Bangun Indonesia Tbk di Cilacap, PLTU Cilacap, PLTU PT. Sumber Segara Prima Daya, Pelabuhan Tanjung Intan, Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap, PT. KAI, dan Unit Penyelenggara Bandar Udara Kelas III Tunggul Wulung Cilacap untuk pengembangan ekosistem ekonomi kreatif.

- 4) **Membangun jejaring kolaborasi kreatif** dengan ICCN (Indonesia Creative Cities Network), JCS (Jogja Creative Society), Sleman Creative (Kabupaten Kreatif di Bidang Film, Animasi, Video yang bertaraf nasional/internasional), dan KATA KREATIF serta KNIU (Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO) untuk merintis Kabupaten Cilacap mengajukan diri sebagai Kabupaten Kreatif tingkat Nasional dan Internasional, khususnya di bidang Film.

b. Pemangku Kepentingan yang Terlibat dalam Tahapan ini adalah:

Bupati/Kepala Daerah, Sekretariat Daerah, BAPPEDA, Bagian Hukum SEKDA Cilacap, ICCN, KEK Provinsi Jawa Tengah, JCS, SC, KATA KREATIF, dan KNIU, KODIM 0703 Cilacap, Pangkalan TNI AL di Cilacap, PT. PERTAMINA (PERSERO) Refinery Unit IV Cilacap, PT. Solusi Bangun Indonesia Tbk di Cilacap, PLTU Cilacap, PLTU PT. Sumber Segara Prima Daya, Pelabuhan Tanjung Intan, Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap, PT. KAI dan Unit Penyelenggara Bandar Udara Kelas III Tunggul Wulung Cilacap.

Langkah 2: Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif

a. Program Strategis:

- 1) Penerbitan Payung Hukum Kebijakan Daerah (Peraturan Daerah/Peraturan Bupati) tentang Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap;
- 2) Pengesahan *Blueprint* (dokumen cetak biru) Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap Tahun 2024 sebagai bagian dari Rencana Strategis Daerah yang bisa diimplementasikan ke dalam beberapa Kebijakan Daerah yang bersifat operasional;
- 3) Pembuatan kebijakan untuk percepatan pelayanan, transparansi, dan pemberian insentif kepada investor di bidang pengembangan ekosistem ekonomi kreatif;

- 4) Penyusunan *digital database system* semua subsektor ekonomi kreatif yang ada aktivasinya di Kabupaten Cilacap untuk penguatan daya saing investasi ekonomi kreatif dan pengambilan Kebijakan Strategis Daerah yang berbasis data;
- 5) Peningkatan Daya Saing Produk Kreatif Unggulan melalui Pemasaran Produk dengan Tata Kelola Ruang dan *Events/Festival* Kreatif berskala Internasional

b. Pemangku Kepentingan yang Terlibat dalam Tahapan ini adalah:

BAPPEDA, DPKUKM, DISPORAPAR, BPS, Dinas Kominfo, Dinas PDK, BPPKAD, Tim KEK Kabupaten Cilacap, dan Cilacap Kreatif.

Langkah 3: City Branding Kabupaten Cilacap Kreatif

a. Program Strategis:

- 1) Penguatan identitas (*narasi/story telling*) Cilacap Kreatif *City* melalui Logo Cilacap Kreatif *City*, pembuatan *brand book* dan Penguatan Profile di Media Sosial dan *International Events*;
- 2) **City Branding Management**, tata kelola dan penguatan identitas Cilacap Kota Kreatif;
- 3) **Mengirimkan aplikasi (dossier)** Kabupaten Cilacap ke program KaTa Kreatif menjadi kota kreatif dengan subsektor unggulan film, animasi, dan video;
- 4) **Membuat Portal Kreatif Cilacap**, Membangun *platform digital* untuk mempromosikan karya-karya kreatif lokal serta menghubungkan pelaku kreatif dengan pasar;
- 5) **Kampanye yang terintegrasi**, Melakukan kampanye yang intensif dan terintegrasi di media *offline* dan *online* untuk meningkatkan *awareness* dan daya tarik Kabupaten Cilacap, potensi pengembangan ekonomi, potensi investasi dan produk serta jasa kreatifnya.

b. Pemangku Kepentingan yang Terlibat dalam Tahapan ini adalah:

Bupati/Kepala Daerah, Sekretariat Daerah, BAPPEDA, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, Dinas Komunikasi dan Informatika serta seluruh OPD pendukung, Tim KEK Kabupaten Cilacap, Cilacap Kreatif, ICCN dan JCS (Mitra Strategis).

5.1.2 Program Jangka Menengah (5 Tahun)

Program jangka menengah akan dilaksanakan mulai tahun 2025 sampai dengan tahun 2030. Program jangka menengah ini dimaksudkan untuk pengembangan lokus dan infrastruktur kreatif, kapasitas SDM dan penguatan *positioning* produk dan jasa Kabupaten Cilacap di tingkat nasional dan internasional. Pencapaian program jangka menengah melibatkan unsur pemerintah daerah, akademisi, komunitas, pelaku usaha, media dan lembaga keuangan yang saling bersinergi satu dengan lainnya.

Program ini memiliki 3 (tiga) tahap yaitu:

- 1) Pengembangan lokus dan infrastruktur ekosistem kreatif,
- 2) Program pengembangan SDM kreatif (*Capacity Building*) dan
- 3) Penguatan *Positioning City Branding* Cilacap di level nasional dan internasional.

Tahap pertama adalah pengembangan lokus dan infrastruktur ekosistem kreatif yang merupakan sasaran awal program jangka pendek. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah:

1. Pengembangan lokus kreatif *existing* dengan mengaktivasi Gedung Ex Pabrik Pemintalan Cilacap sebagai *Creative Hub* dan lokus-lokus pendukung lainnya dengan fokus pengembangan pada subsektor film, animasi dan video sesuai potensi unggulan ekonomi kreatif yang direkomendasikan dalam *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Cilacap;

2. Pengembangan jejaring kerja kolaboratif subsektor film, animasi dan video sebagai subsektor pendukung dan penunjang subsektor ekraf lainnya di Kabupaten Cilacap;
3. Pengembangan infrastruktur digital untuk mendukung ekosistem kota kreatif.

Program aktivasi Gedung Ex Pabrik Pemintalan Cilacap sebagai *Creative Hub* adalah membuat lingkungan kreatif yang dapat digunakan untuk pengembangan SDM kreatif, peningkatan kualitas produk kreatif, dan terbentuknya ruang pemutaran produk unggulan (film, animasi dan video) dan *display* produk kreatif pendukungnya dari subsektor lain. Lokus yang dipilih untuk kebutuhan tersebut adalah Ex Pabrik Pemintalan Cilacap, yang merupakan aset dari Kementerian BUMN dan rencananya akan dikerjasamakan pengelolaan dan aktivasinya oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap dan komunitas kreatif Kabupaten Cilacap. Lokasinya terletak di pusat kota Cilacap, sangat mudah terjangkau dan memiliki pendukung bangunan gedung, parkir dan infrastruktur yang sangat memadai sebagai *creative hub* penyangga ekosistem ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap.

Kegiatan yang dilakukan di lokasi ini adalah pengembangan *Creative Hub*, yaitu sebuah kawasan yang digunakan sebagai titik simpul (*hub*) aktivitas kreatif. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan adalah pusat pengembangan SDM kreatif dengan sarana pelatihan kerja di bidang film, animasi dan video termasuk pembuatan *creative content digital* serta menumbuhkan *creativepreneurship* melalui inkubator bisnis *creative start up*. *Creative hub* ini menyediakan tenaga instruktur, mentor dan modul pelatihan dengan kurikulum yang sistematis dan praksis. SDM yang mengikuti program pelatihan diharapkan mampu menjadi SDM kreatif dengan berbagai kompetensi skill dan pengetahuan kreatif.

Produk dan jasa kreatif akan selalu mengalami perubahan secara gradual dalam waktu tertentu sesuai dengan siklus *lifecycle* produk. Kondisi

terjadi akibat persaingan pasar produk kreatif sangat ketat mengikuti gaya hidup yang berkembang di masyarakat. Perubahan produk selalu menyertakan aktivitas inovasi di dalamnya. Pelaku usaha kreatif memerlukan pendampingan yang efektif untuk memberikan kurasi produknya. Sistem pengembangan *business model*, pengetahuan hulu hilir produksi, dan kuratorial produk perlu ditumbuhkan agar memperoleh hasil produk kreatif yang mampu bersaing di pasar.

Creative Hub ini juga dikembangkan menjadi ruang display produk kreatif yang terintegrasi dengan *creative events*. *Creative event* memiliki kemampuan mengundang konsumen baik *buyers* maupun *users* melihat hasil produk kreatif dan memberikan kesempatan apresiasi terhadap produk. Transaksi tidak akan pernah terjadi jika tidak ada tahapan interaksi dan munculnya ketertarikan. Inilah pentingnya integrasi antara *display* produk dengan *creative events*.

Tahap kedua adalah Program *Capacity Building*. Maksud tahapan ini adalah menciptakan SDM kreatif dan produk kreatif yang berdaya saing tinggi. Kegiatan dalam tahapan ini adalah:

- 1) Membuat program *capacity building* untuk SDM kreatif naik kelas menuju penciptaan industri kreatif berstandar nasional dan/atau internasional, dan
- 2) Kuratorial produk unggulan dan penguatan *creativepreneur* local;
- 3) Kebutuhan untuk kegiatan Program *Capacity Building* adalah pengembangan kurikulum workshop kreatif. Beberapa materi dalam kurikulum tersebut antara lain pengembangan produk kreatif, pengembangan model bisnis, strategi pemasaran dan branding produk, display produk untuk pameran dan perdagangan nasional dan internasional, dan strategi *pitching* dan *networking* internasional.

Tahap ketiga adalah penguatan *Positioning* Produk Cilacap di Jejaring Kerja nasional dan internasional yang memiliki sasaran hadirnya produk kreatif di bidang film, animasi dan video. Kegiatan yang akan dilaksanakan adalah :

1. Kuratorial produk unggulan di bidang film, animasi dan video;
2. Perintisan *event* nasional *Young Content Creator Festival*, yang melibatkan para pelaku, pengusaha, kreator di bidang pembuatan film, animasi dan video;
3. Rekognisi dan penguatan posisi peran Cilacap di jejaring kota kreatif nasional melalui ICCN (*Indonesia Creative Cities Network*), Kata Kreatif Kemenparekraf RI dan UCCN (*Unesco Creative Cities Network*).

5.1.3 Program Jangka Panjang (20 Tahun)

Untuk pengembangan ekosistem ekonomi kreatif berbasis kota kreatif di Kabupaten Cilacap jangka panjang dilaksanakan sampai 20 tahun dengan tujuan utama memfasilitasi integrasi dan sinergi antara unsur *hexa helix* (akademik, bisnis, komunitas, pemerintah, media dan institusi keuangan), memastikan bahwa Cilacap menjadi bagian dari jaringan kota kreatif nasional (KaTa Kreatif) dan global (*Unesco Creative Cities Network*).

a. Program Strategis

1. Penguatan Kelembagaan dan Kebijakan

- a) **Penguatan KEK (Komite Ekonomi Kreatif Daerah):** Penguatan KEK yang terdiri dari perwakilan akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media dan keuangan untuk merumuskan strategi, mengawal kebijakan pemerintah menjadi *strategic partner* dalam pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap;
- b) **Pengembangan Kebijakan Berbasis *Real Time Data*:** Melakukan penelitian dan pengumpulan data secara *digital* dan *real time* untuk merumuskan kebijakan yang relevan dan efektif dalam pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Cilacap.

2. Pengembangan Infrastruktur Kreatif

- a) **Pusat Kreatif Cilacap:** Membangun pusat kreatif yang dilengkapi dengan studio film dan video, ruang pameran, ruang kerja bersama (*co-working space*), dan fasilitas pendukung lainnya;
- b) **Ruang Kreatif Terbuka Hijau:** Mengembangkan ruang terbuka yang memadukan elemen ekologi mangrove dengan ruang publik untuk kegiatan kreatif;
- c) **Revitalisasi Aset Pemerintah,** terutama yang dalam kondisi mangkrak (tidak terpakai) untuk diaktivasi oleh jejaring lintas komunitas kreatif di Kabupaten Cilacap dengan dukungan sinergi *hexa helix* dengan kerjasama yang saling mendukung dalam konteks pengembangan kota maupun peningkatan pendapatan ekonomi daerah.

3. Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif Lokal

- a) **Pasar Kreatif Cilacap:** Mengadakan pasar kreatif yang menjual produk-produk lokal dari berbagai subsektor kreatif lainnya;
- b) **Memberikan Beasiswa Kreatif:** Menyediakan beasiswa bagi talenta lokal untuk belajar di institusi kreatif ternama di dalam dan luar negeri;
- c) **Dana Hibah Kreatif:** Menciptakan skema pembiayaan berupa hibah dan pinjaman lunak bagi usaha kreatif lokal;
- d) **Ekowisata Mangrove:** Mengembangkan ekowisata berbasis mangrove yang melibatkan komunitas lokal dan mendukung ekonomi kreatif;
- e) **Festival Investasi Kreatif:** Mengadakan festival tahunan yang mempertemukan pelaku industri kreatif dengan investor untuk mendukung pertumbuhan usaha kreatif.

4. Membangun Ekosistem Teknologi *Smart City*

- a) **Smart Creative Hub**: Mengembangkan *hub* teknologi yang menyediakan fasilitas dan dukungan untuk *start-up* dan usaha kreatif berbasis teknologi;
- b) **Platform Distribusi Digital**: Membangun *platform digital* untuk distribusi karya kreatif seperti film, video, dan konten digital;
- c) **Museum Literasi Digital Cilacap**: Membangun museum digital yang menampilkan karya kreatif berbasis literasi sejarah kota Cilacap melalui teknologi interaktif.

5. Manajemen Data *Real Time* dengan *Command Center* Terintegrasi

- a) **Command center** adalah ruang kendali yang mengontrol proses operasional tata kelola Kabupaten Cilacap dengan sistem *monitoring real time*, dengan dukungan fasilitas audio visual, sistem komunikasi *real time* berbasis data digital;
- b) **Sistem Evaluasi Berkelanjutan**: Mengembangkan sistem evaluasi yang komprehensif untuk memantau dan menilai keberhasilan program dan inisiatif kreatif;
- c) **Feedback Loop**: Menyediakan mekanisme untuk mengumpulkan masukan dari seluruh pemangku kepentingan untuk perbaikan berkelanjutan.

B. Pemangku Kepentingan yang Terlibat dalam Tahapan ini adalah:

Bupati, Wakil Bupati, Sekretariat Daerah, BAPPEDA, Bagian Hukum SEKDA Cilacap, ICCN, KEK Provinsi Jawa Tengah, JCS, KODIM 0703 Cilacap, Pangkalan TNI AL di Cilacap, PT. PERTAMINA (PERSERO) Refinery Unit IV Cilacap, PT. Solusi Bangun Indonesia Tbk di Cilacap, PLTU Cilacap, PLTU PT. Sumber Segara Prima Daya, Pelabuhan Tanjung Intan, Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap, PT. KAI, dan Unit Penyelenggara Bandar Udara Kelas III Tunggul Wulung Cilacap, Gubernur Jawa Tengah, serta Kementerian terkait.

Program-program ini bertujuan untuk membangun ekosistem kreatif yang berkelanjutan dan inklusif di Kabupaten Cilacap dengan memanfaatkan potensi lokal dan mengintegrasikan berbagai prinsip serta pendekatan yang telah diakui secara internasional dan nasional.

5.2. Rencana Strategis Pencapaian Tahapan dan Desain *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap

Rencana strategis dalam pencapaian tahapan *roadmap* dilakukan dengan mempertimbangkan aspek *feasibility* program, terutama terkait dengan skema anggaran maupun keterjangkauan program dengan pengelolaan potensi sumber daya yang ada. Untuk itu penyusunan skala prioritas akan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Daya ungkit program dalam meningkatkan dampak positif yang diproyeksikan akan muncul dan berpengaruh bagi penyelenggaraan program-program lainnya;
2. Urgensi program berdasarkan kemendesakan implementasi program guna menyelamatkan situasi atau potensi aset maupun sumber daya agar tidak mengalami kemunduran kinerja;
3. Relevansi program terhadap program-program kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap yang sudah tertuang dalam kebijakan anggaran, RKPD (rencana Kerja Pemerintah Daerah) Kabupaten Cilacap Tahun 2025, maupun Peraturan/Kebijakan Daerah Kabupaten Cilacap lainnya yang berlaku.

Berdasarkan ketiga kriteria di atas, maka upaya Pencapaian Tahapan dalam *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap Tahun 2024 dilakukan dengan strategi-strategi sebagai berikut:

1. Strategi penguatan *positioning* kelembagaan dalam ekosistem pelaku ekonomi kreatif sebagai upaya pemberdayaan para pelaku untuk bisa meningkatkan peran serta secara formal dengan legalitas yang diakui hukum yang berlaku;
2. Strategi membentuk kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap guna meningkatkan sinergi potensi dalam menghadapi tantangan permasalahan bersama;
3. Strategi penguatan daya saing konten Kabupaten Cilacap dalam investasi di bidang ekonomi kreatif maupun pengembangan daya tariknya sebagai lokus destinasi wisata kreatif unggulan dengan program *city branding management*;
4. Strategi revitalisasi dan aktivasi ruang Kota/Kabupaten Cilacap sebagai jejaring *creative hub* yang mampu membangun *creative events* dengan *multiplier effects design* pada semua subsektor ekonomi kreatif yang relevan;
5. Strategi pengembangan infrastruktur fisik ruang kota/kabupaten maupun infrastruktur digital untuk akselerasi distribusi dan konsumsi produk ekonomi kreatif melalui platform jejaring komunikasi digital dalam konsep *Smart City*;
6. Strategi penguatan narasi Kabupaten/Kota Cilacap melalui pengembangan konten kreatif melalui *creative festival* berskala nasional/internasional, *digital creative content* yang diviralkan dalam media komunikasi digital serta rekognisi produk ekonomi kreatif unggulan melalui program kurasi produk untuk *creative economy expo*;
7. Strategi penguatan ekosistem kebijakan daerah di bidang ekonomi kreatif dengan penetapan *Roadmap* dan *Blueprint* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif sebagai Kabupaten Cilacap Tahun 2024 menjadi Peraturan/Kebijakan Daerah untuk memastikan

implementasi program strategis pengembangan ekosistem ekonomi kreatif berlangsung secara sistematis dan berkelanjutan;

8. Peningkatan kompetensi dan kapasitas sumber daya manusia kreatif melalui pengembangan kurikulum pelatihan dan pengintegrasian konten ekonomi kreatif ke dalam kurikulum sekolah formal, baik di tingkat sekolah menengah hingga perguruan tinggi hingga perintisan akademi khusus bagi ekonomi kreatif, misal *Film Academy*, *Batik and Folk Arts Institute*, dan sebagainya;
9. Penguatan daya saing dan perlindungan hak atas kekayaan intelektual dari produk ekonomi kreatif melalui program fasilitasi pengajuan HAKI yang sesuai dengan karakteristik produk/jasa ekonomi kreatif;
10. Peningkatan antusiasme dan prestasi sumber daya manusia kreatif melalui pemberian apresiasi bagi *local champions* berprestasi;
11. Peningkatan daya saing dan daya tarik investasi daerah dengan perintisan program pemberian kemudahan birokrasi dalam pengurusan perijinan, pemberian insentif pajak pada pelaku ekonomi kreatif, dan pengembangan skema bantuan modal yang lebih *feasible* bagi para pelaku pemula (*start-up*) maupun komunitas kreatif lainnya;
12. Strategi penyusunan desain *platform* tata kelola *digital database system* bagi dokumentasi data ekosistem ekonomi kreatif untuk dipakai sebagai instrumen analisis bagi pengambilan kebijakan daerah yang berbasis data;
13. Strategi *City Branding* dengan pemberdayaan konservasi sumber daya dan bentang alam Kabupaten Cilacap sebagai lokus pembuatan produksi film bertaraf internasional hingga perintisan Kabupaten Cilacap sebagai Pusat Industri Perfilman;
14. Strategi optimalisasi pengerahan seluruh sumber daya baik pemberdayaan konservasi bentang alam maupun aktivasi sumber

daya manusia kreatif melalui pembentukan kultur daerah berbasis kreativitas secara sistematis dan berkelanjutan.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Konsep Pemodelan Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kota/ Kabupaten Kreatif berkelas Dunia dengan Subsektor Unggulan

Kabupaten Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif di Bidang Film, Animasi, dan Video berkelas dunia diproyeksikan akan memiliki kinerja dengan memenuhi tiga hal yang menjadi semangat Kota Kreatif, yaitu:

1. Fokus kepada pengembangan ide dan kreativitas baik dalam membangun ekosistem kebijakan, menghidupkan kolaborasi lintas sektoral dan lintas pemangku kepentingan, dan mewujudkan program kerja strategis dalam *Roadmap* Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Cilacap secara berkesinambungan;
2. Memberdayakan eksistensi dan ekosistem program kerja strategis dari seluruh komunitas kreatif (*bottom-up strategy*) secara umum, dan khususnya komunitas yang bergerak di bidang film, animasi, dan video agar dapat menjadi lokomotif bagi peningkatan laju perkembangan subsektor ekonomi kreatif lainnya;
3. Memastikan rantai nilai proses kreatif dari proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga proses konservasi karya kreatif dapat melaju dalam kerja kolaboratif yang berdampak dari seluruh pemangku kepentingan (*hexa helix*) di ekosistem ekonomi kreatif.

Semangat tersebut kemudian disarikan menjadi beberapa kata kunci bagi pengembangan program kerja Kabupaten Cilacap sebagai Kabupaten/Kota Kreatif, yaitu:

1. Mengarusutamakan ide, kreativitas, keterampilan, dan bakat komunitas kreatif untuk dapat berperan aktif dalam pembangunan daerah;

2. Mengapresiasi peran penting komunitas kreatif (*community leads*) dengan penyediaan program-program peningkatan kapasitas dan daya saing ekosistem ekonomi kreatif daerah (*government facilitates*);
3. Memperkuat daya saing potensi lokal (sumber daya manusia, budaya, dan komoditas ekonomi) dalam rantai nilai proses kreatif yang berdampak di tingkat nasional dan internasional;
4. Mengelola keunggulan dan identitas daerah dengan *City Branding Management* yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan warga dan daya saing ekosistem ekonomi kreatif daerah;
5. Memastikan penciptaan nilai tambah melalui pemanfaatan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi berlangsung secara sistematis dan berkelanjutan;
6. Menghidupi Program Pembangunan Daerah yang berkelanjutan, yang meliputi aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi yang sejalan dengan seluruh Agenda *Sustainable Development Goals* dari PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa); dan
7. Menjamin berlangsungnya pemenuhan setiap tahap dalam proses kreatif dengan konsekuensi berjejaring di tingkat nasional dan internasional dengan pengembangan ekosistem kebijakan daerah yang memayungi kepastian pengembangan ekosistem ekonomi kreatif berlangsung secara berkelanjutan.

Pemodelan Kabupaten Cilacap sebagai Kabupaten/Kota Kreatif dikembangkan dengan pelaksanaan program kerja strategis yang memenuhi kriteria utama kota kreatif sebagai berikut:

- 1. Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing Modal Kreatif (*creative capital*)**
 - a) Pemberdayaan dan peningkatan kapasitas serta kompetensi Komunitas Kreatif lokal;

- b) Mendudukan peran strategis dan keterlibatan potensi lokal daerah sebagai keunggulan dan identitas suatu kota/kabupaten dengan kemitraan dalam program kerja Pembangunan Daerah;
- c) Membentuk dan memberdayakan wadah kolaborasi berdampak antara pemerintah, komunitas kreatif, dunia usaha, akademisi, media, dan agregator (*local enabler*, Lembaga Keuangan)

2. Pengembangan dan Pemberdayaan Arena Kreatif (*creative space*)

- a) Menjamin terselenggaranya penciptaan dan sistem tata kelola ruang kreatif yang dapat menumbuhkembangkan kreativitas dan inovasi (contohnya: pusat kreatif, *science/technopark*, inkubator, *creatif hub*); dan
- b) Mengembangkan ruang publik sebagai pusat aktivitas, interaksi, dan kolaborasi kerja berdampak bagi lintas pelaku ekonomi kreatif (pemerintah, pelaku usaha/industri, akademisi, komunitas/forum kreatif, media, dan agregator).

3. Pemberdayaan Pemampu (*enabler*) berupa Peningkatan Infrastruktur dan Teknologi Informasi dan Komunikasi

- a) Membangun Kabupaten Cilacap sebagai sebuah Ekosistem Ekonomi Kreatif yang dapat mengintegrasikan sebagian atau seluruh rantai nilai proses kreatif baik proses kreasi, produksi, distribusi/pasar, konsumsi, hingga proses konservasi karya. Kabupaten Cilacap mengembangkan dirinya sebagai *creative hub* bagi ekosistem ekonomi kreatif secara umum dan khususnya di bidang film, animasi, dan video di tingkat lokal, nasional hingga global;
- b) Menjamin penyediaan sarana dan prasarana kota yang dapat mendorong tumbuh kembangnya kreativitas warga masyarakat;

- c) Membentuk sistematis dan integrasi Program Pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi.

6.2. Roadmap Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cilacap

Gambar 6.1
Program Jangka Pendek (1 Tahun)





Sumber: Analisis Tim Kajian Roadmap, 2024

Gambar 6.3
Program Jangka Panjang (20 Tahun)



Sumber: Analisis Tim Kajian Roadmap, 2024

Gambar 6.4
Program Jangka Panjang (20 Tahun)



Sumber: Analisis Tim Kajian Roadmap, 2024

DAFTAR PUSTAKA

BPS Kabupaten Cilacap. "Kabupaten Cilacap Dalam Angka 2023." 2023.

— "Pertumbuhan Ekonomi Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Cilacap Tahun 2023." n.d.

Casparis, J.G. de. *Prasasti Indonesia I-Inscripties Uit de Cuilenders-Tijd*. Bandung

ICCN (Indonesia Creative Cities Network). *Buku Putih Kota Kreatif: Ekosistem yang Mencipta*. ICCN (Indonesia Creative Cities Network), 2018.

Java geographisch, ethnologisch, historisch tweede deel / door Pieter Johannes Veth; Jan Frederik Niermeyer; Johannes Francois Snelleman

"Materi Presentasi KNIU (Komite Nasional Indonesia untuk Unesco." 2021.

"Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No. 5 Tahun 2021 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Tengah." n.d.

"Peraturan Presiden No. 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 – 2025." n.d.

"Peraturan Presiden No. 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2024." n.d.

"Peraturan Presiden No. 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024." n.d.

"Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif." n.d.

"Peraturan Presiden No.142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia." 2018.

"Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Cilacap Tahun 2025." n.d.

Situmorang, Nurarta (2009) *Citra Kabupaten Cilacap Dalam Arsip*. Jakarta: Arsip Nasional Republik Indonesia [ISBN 978-602-6503-14-5]

Teguh Hardi Raharjo, Ismiyati, dan Ahmad Jaenudin. "Analisis Sektor Unggulan Komparatif dan Kompetitif di Kabupaten Cilacap." *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi, Universitas Negeri Semarang, Vol. 15, No.1* (Februari 2023): halaman 19-35.

Tim Penyusun Pusat Data dan Informasi Kemenparekraf/Baparekraf RI. "Statistik Ekonomi Kreatif 2020." n.d.

"Undang-Undang Republik Indonesia No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif." n.d.