

Kontribusi Industri Kreatif Kriya dan Peran Perguruan Tinggi Seni dan di Asia Tenggara pada Era Revolusi Industri 4.0 ¹

Oleh. Dr.Yulriawan Dafri ²

Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta

ABSTRAK

Industri kreatif tidak bisa dilepaskan dari lingkup dunia usaha yang mencakup berbagai aspek ekonomi yang menjadi urat nadi tumbuh kembangnya usaha-usaha mikro dan makro masyarakat di Indonesia maupun di negara kawasan Asia Tenggara. Ekonomi kreatif diartikan sebagai segala bentuk kegiatan ekonomi yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, serta talenta dalam mengelola potensi hasil budaya dan lingkungan.

Kehadiran industri kreatif, banyak disebabkan oleh adanya perubahan dan tuntutan gaya hidup masyarakat yang berada di negara maju seperti di kawasan Asia Tenggara maupun masyarakat dunia. Perubahan gaya hidup tersebut melahirkan berbagai permintaan dan tuntutan yang harus dipenuhi. Hal ini mendorong tumbuhnya industri kreatif di segala bidang. Dalam era dimana perkembangan di bidang teknologi dan peradaban manusia yang semakin maju, kebutuhan manusia menjadi semakin kompleks. Dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 ini, dibutuhkan kerja keras dan kerjasama dari masing-masing pengambil kebijakan dalam menghadapi pasar yang semakin bebas. Ditambah lagi dengan karakter revolusi industry 4.0 yang memungkinkan segala sesuatu dibuat dengan *internet of things* ke dalam system *smart factory*.

Industri Kreatif telah menjadi tulang punggung terbentuknya industri rakyat yang mampu memberikan peluang kerja dan kontribusi nyata dalam memperkuat perekonomian negara. Pada akhirnya industri kreatif juga mampu memenuhi kebutuhan kehidupan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan serta membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran.

Peran dunia pendidikan tinggi seni khususnya di Asia Tenggara adalah sebagai embrio para talenta muda, pekerja seni, seniman dan intelektual kreatif yang memiliki pola pikir akademis. Selain itu juga sebagai motor penggerak dalam mengembangkan kreativitas masyarakat,

¹ Disampaikan pada Internasional Symposium, “Art, Crafts and Design in Southeast Asia: Facing The Challenges of 4th Revolution Industry “ pada Tgl 27 June 2018 at National Art Gallery, Kuala Lumpur- Malaysia.

² Ketua Jurusan Kriya ISI Yogyakarta dan Staf Pengajar di Jurusan Kriya ISI Yogyakarta – Indonesia.

menciptakan inovasi-inovasi baru, mengaplikasikan sebuah temuan serta memanfaatkannya dalam mendukung dunia industri kreatif yang ada.

Kata kunci: Industri kreatif, kreativitas, revolusi industry, dan perguruan tinggi seni

PENDAHULUAN

Industri kreatif sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Semenjak dimulai di Inggris, ekonomi atau industri kreatif kini banyak diadopsi negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Dengan komposisi jumlah penduduk usia muda sekitar 43 persen (sekitar 103 juta orang), Indonesia memiliki basis sumber daya manusia cukup banyak bagi pengembangan ekonomi kreatif. Industri Kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan (www.cs.insyiah.ac.id).

Sub sector kriya merupakan satu dari 14 sektor industri kreatif lain yang berhasil dipetakan. Industri kriya tidak bisa dilepaskan dari lingkup dunia usaha yang mencakup berbagai aspek ekonomi yang menjadi urat nadi tumbuh kembangnya usaha-usaha mikro maupun makro masyarakat terutama di daerah-daerah yang memiliki sumber daya alam, lingkungan, *local wisdom*, dan sumber daya manusia yang dapat diandalkan. Kenyataannya industri kriya selalu mampu bertahan disaat perekonomian dunia sedang tidak menentu. Apalagi dikaitkan dengan situasi pertumbuhan perekonomian di bidang ini yang semakin memperlihatkan perannya dalam menyokong tumbuh kembangnya pusat kerajinan serta kegiatan industri kecil maupun menengah di Indonesia.

Istilah kriya terkait erat dengan produk fungsional praktis yang sudah sangat dikenal sejak masa lalu dan telah banyak membanjiri pasar lokal maupun regional. Produk yang beredar tersebut pada saat ini bukan produk fungsional semata namun sudah menjamah pada produk-produk lain seperti elemen interior dan eksterior dan menjadi trend di masyarakat yang pada akhirnya memberikan sumbangan positif bagi pertumbuhan perekonomian negara. Perekonomian yang dimaksud di sini tentu saja terkait dengan industri kreatif yang ada yaitu ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif diartikan sebagai segala bentuk kegiatan ekonomi yang berbasis kreativitas, keterampilan, talenta dalam mengelola potensi budaya, hasil budaya, dan lingkungan yang bertujuan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja baru (Howkins, 1998: 40-44).

Tidak dapat dipungkiri, industri kreatif di sektor kriya tumbuh semakin menjamur di berbagai aspek kehidupan manusia. Industri tersebut melahirkan berbagai macam jenis produk, dengan memanfaatkan berbagai material, penerapan teknologi serta didukung oleh uniknya ide dan kreativitas para pembuatnya. Tumbuhnya industri kreatif sektor kriya ini ternyata tidak saja didominasi oleh pengrajin, pengusaha, tetapi juga mahasiswa dan para pendidik di bidang seni yang sangat potensial dan memiliki *concern* dalam bidang ini.

Di Indonesia, peran pemerintah dan departemen terkait termasuk perguruan tinggi dan pelaku bisnis diyakini dapat mempercepat tumbuh kembangnya industri ini. Semuanya harus disinergikan agar industri kreatif khususnya sektor kriya dapat senantiasa memberikan sumbangan positif utamanya pada aspek pertumbuhan ekonomi secara berkesinambungan.

PEMBAHASAN

Perkembangan Kriya di Indonesia

Kriya sebaiknya dilihat sebagai sesuatu yang terus bergerak dan fleksibel, bukannya dalam lingkup sempit terutama oleh batasan-batasan pengkategorian. Kriya itu sederhana namun bersifat terbuka. Keterbukaan itu tak lekang oleh waktu dan akan terus terjadi. Ia awalnya adalah pengaplikasian dari ketrampilan dan pengetahuan material pada objek atau produk berukuran relatif kecil. Selanjutnya akan berkembang dan memungkinkan kreator atau kriyawannya merambah beragam aktivitas yang jauh melampaui kapasitas dari apa yang disebut kriya itu sendiri (Adamson, 2010:3).

Perkembangan yang ada pada kriya menurut sebagian praktisi dilihat karena eksistensi kriya yang sebaiknya tidak semata-mata dilihat sebagai bagian dari seni rupa, tidak juga sebagai sesuatu yang hanya berdasarkan pada tradisi (Adamson, 2010:4). Masalah tradisi ini tidak hanya merupakan fenomena kriya di salah satu negara atau benua saja, melainkan juga terjadi di belahan bumi bagian Barat maupun Timur. Sampai saat ini tiap perbincangan atau wacana tentang kriya, dimanapun itu, tidak terlepas dari aspek tradisi. Di Indonesia, masyarakat pada umumnya selalu mengaitkan kriya pada sesuatu yang bersifat tradisional, berakar dari tradisi dan bersifat lokal. Masyarakat juga tidak dapat membedakan atau lebih tepatnya tidak menyadari adanya perbedaan antara kriya dan kerajinan. Bagi mereka apa yang tertanam dalam pikiran tentang kriya selalu berkisar tentang benda yang sederhana, berukuran kecil, dan objek yang fungsional praktis.

Fariello, seorang profesor berbasis sejarah seni mempertanyakan kevalidan pernyataan tersebut dilihat dari konteks kekinian. Ia berkeyakinan bahwa seperti halnya seni murni, kriyapun sekarang mewujud dalam produk atau karya yang canggih, menginspirasi, menantang, dan menarik (2011:26). Pada realitanya, seiring dengan perkembangan dunia seni rupa yang pesat, kriya juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Perubahan terjadi baik dalam hal bentuk, material yang dipakai, fungsi dan ukuran. Dari segi fungsi, karya kriya yang sejatinya memiliki fungsional praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia bergeser memiliki fungsi sosial juga.

Di Indonesia, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, karya kriya yang lekat pada pikiran masyarakat adalah kriya berbasis tradisi yang pembuatan dan produknya berdasarkan pada bahan yang tersedia di lingkungan tempat tinggalnya. Jenisnya seperti anyam anyaman, gerabah, perkakas logam dan topeng kayu. Hasil produksi kriya tradisi itu masih eksis sampai sekarang dan akrab dengan kehidupan masyarakatnya, utamanya di daerah rural. Lain halnya di kawasan urban. Seni kriya, seperti halnya yang terjadi di belahan dunia Barat mengalami berbagai perkembangan seiring dengan yang terjadi pada dunia seni rupa secara luas. Saat ini masyarakat juga mulai mengenal adanya kriya kontemporer, kriya modern, kriya heritage, kriya desain dan kriya lain yang mengisyaratkan situasi terkini. Pendek kata kriya sudah sangat “cair”, ia dapat berbaur dalam wilayah manapun dan berfungsi tidak saja untuk kepentingan karya seni tetapi sudah dapat memenuhi dan menjawab permintaan masyarakat di berbagai aspek kehidupan.

Revolusi Industri dan Tantangan Kriya di Indonesia

Kriya dan industri kreatif adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Dikutip dari pernyataan Triawan Munaf, Kepala Badan Ekonomi Kreatif bahwa dalam setahun terakhir, ekonomi kreatif telah menyumbang Rp 642 triliun atau 7,05 persen dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Saat ini baru tiga subsektor yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen; fesyen 27,9 persen; dan kriya 14,88 persen. Terlihat bahwa kriya berperan penting pada dinamika industri kreatif di Indonesia dan kedepan diharapkan akan memberikan sumbangsih yang lebih besar.

Di beberapa negara maju, peranan industri kreatif terlihat sangat signifikan. Pertumbuhan industri sektor ini telah mampu menyumbangkan pendapatan negara-negara tertentu yang tidak sedikit jumlahnya. Di Inggris industri kreatif telah tumbuh rata-rata 9 % per tahun, jauh di atas pertumbuhan ekonomi negara itu yang hanya 8,2 %. Di Korea Selatan sejak tahun 2005, industri kreatif telah berkembang dengan pesat dan mampu menyumbang pendapatan lebih besar dari pada manufaktur, sementara di Singapura ekonomi kreatif menyumbang 20% bahkan lebih terhadap pendapatan negara ini (www.cs.unsyiah.ac.id). Hal sama terjadi di Indonesia. Dari data yang diperoleh disebutkan bahwa selama kurun waktu tahun 2002-2016 kontribusi industri kreatif terhadap ekonomi Indonesia secara menyeluruh mencapai angka Rp. 106,64 triliun atau naik rata-rata 6,3%. Angka ini sepuluh kali lipat jika dibandingkan dengan kontribusi sektor listrik, gas, dan air bersih. Selain itu, sektor industri kreatif mampu menyerap 4.9 juta tenaga kerja (Ekonomi-Kreatif.Blogspot.com). Begitu signifikannya kontribusi sektor ini sehingga mendorong pemerintah memberikan perhatian besar untuk menumbuh kembangkan dan menggalakkan sektor industri ini di masa-masa datang.

Produk kriya mampu menjadi refleksi masyarakat pembuatnya, dalam hal ini para kriyawan di Indonesia. Produk kriya Indonesia dikenal oleh para penggunanya, baik di dalam maupun luar negeri memiliki karakteristik yang unik, ini tentu saja dipengaruhi oleh beragamnya kekayaan budaya yang ada di Indonesia dan tidak dimiliki oleh negara lain. Keragaman dan perubahan budaya ini menjadi salah satu faktor penting dalam melahirkan karya kriya yang beranekaragam dan memiliki nilai seni yang tinggi. Seperti yang dikatakan Spardley, bahwa salah satu sebab berubahnya sebuah budaya karena adanya subjek yang mengubahnya, dan itu dapat terjadi kapan saja (Spradley, 1972: 65-83). Proses ini terjadi ketika budaya luar masuk dalam tatanan budaya lokal dan memasuki system sosio-kultural yang sudah ada dan menjadi sesuatu yang baru.

Kebutuhan dan permintaan berbagai jenis produk kriya menjadi faktor yang tidak bisa dilepaskan dari perkembangan suatu budaya. Pemenuhan kebutuhan untuk kepentingan interior rumah tinggal, eksterior, arsitektur, bangunan hotel, tempat hiburan (Soedarsono, 2006: 53-70), hospital, ruang publik, dan souvenir-souvenir sebagai pelengkap identitas sosial semakin banyak harus diciptakan. Selain faktor keragaman budaya, karya kriya Indonesia juga terkenal dengan aspek “buatan tangan” dan bersifat *exquisite*. Aspek inilah yang amat diunggulkan dan dapat dimanfaatkan untuk menambah nilai jualnya (www.kotakreatif.id). Dimensi buatan tangan pada karya kriya Indonesia dapat digarap lebih serius dengan menyertakan konten yang mendukung. Konten tersebut dapat berupa kekayaan dan kearifan budaya lokal yang diwariskan oleh para pendahulu bangsa. Masalahnya adalah bagaimana menyelaraskan kearifan lokal dan trend terkini untuk

dapat menciptakan karya/produk kriya yang berkualitas dan *sophisticated*.

Kota Bali, Yogyakarta, Bandung dan Jakarta adalah sebagian kota-kota dengan industri kriya yang berkembang pesat dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia. Kota-kota ini menjadi tolak ukur perkembangan industri kreatif kriya di Indonesia. Perkembangan yang sangat cepat ini dipengaruhi oleh masuknya budaya asing dan adanya interaksi sosial masyarakat dalam tatanan sosio-kultural yang tidak bisa dibendung. Pengaruh eksternal yang kuat memberikan kontribusi dalam terbentuknya budaya baru yang lebih modern dan mengglobal. Tak terbatas oleh ruang dan waktu. Alhasil karya atau produk kriya yang dihasilkan dari kota-kota tersebut dikenal luas. Produk kriya unggulan amat beragam baik dari segi material, bentuk (desain) dan inovasinya. Mulai dari batik, tenun, lurik, perhiasan, elemen interior, kerajinan kulit, kayu dan lainnya. Masing-masing produk terbukti mampu bersaing di pasar internasional dengan adanya peningkatan ekspor yang ada.

Hal yang sama terjadi di wilayah budaya lain seperti di Surabaya, Papua, Kalimantan di Tenggara, Toraja, Aceh, Nias, Padang, dan daerah budaya lainnya di Indonesia. Perkembangan sektor kriya tidak saja dipengaruhi oleh kekuatan budaya lokal yang ada dan berkembang di wilayah-wilayah tersebut, tetapi juga sangat dipengaruhi tradisi yang sudah mengakar yang menjadi kekuatan masing-masing daerah untuk terus dipertahankan. Selain itu tentu saja perubahan dalam segala aspek termasuk di dalamnya perubahan kebutuhan dan keanekaragaman produk kriya sangat dipengaruhi oleh *lifestyle* dan budaya luar yang masuk dalam budaya lokal. Pengaruh eksternal ini berperan besar dalam

melahirkan budaya baru yang melahirkan persepsi baru, tatanan, formulasi dalam menghasilkan berbagai macam produk kriya yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan perkembangan di pasaran yang semakin hari semakin kompleks. Perubahan sistem kebudayaan menyebabkan perubahan pada objek budaya yang dihasilkan, termasuk di dalamnya produk industri kreatif kriya. Sistem budaya ini merupakan sistem belajar dalam masyarakat (Hassan, 2015).

Industri dan produk kriyapun mau tidak mau akan menyesuaikan diri selaju dengan perkembangan teknologi yang ada, khususnya revolusi industry 4.0. Revolusi industry 4.0 yang identik dengan internet of things dan smart factory akan mempengaruhi berbagai industri tidak terkecuali kriya. Segala hal terkait dengan dimensi kriya mulai dari material, teknik, alat, dan filosofi harus segera beradaptasi dengan perubahan yang ada. Salah satu tantangannya adalah bagaimana menempatkan nilai-nilai keunikan dan keluhuran filosofi kriya dengan kecanggihan revolusi industry 4.0 yang ada sekarang. Apakah kita akan menyatukan, mempertentangkan (*juxtapose*), sekedar menempelkan atau dengan penuh pertimbangan mencoba mensinergikannya untuk menghasilkan karya terbaik dan diminati. Tentu saja ada banyak cara yang dapat dilakukan, namun semua itu harus segera dilakukan agar tidak jalan di tempat dan tertinggal jauh di belakang.

Kesimpulannya, semua proses belajar dalam aspek budaya, inudstri dan teknologi ini mempengaruhi pemikiran, tindakan, serta hasil budaya material yang diciptakan termasuk dalam menciptakan produk-produk kriya.

Peran Perguruan Tinggi (Seni) di Asia Tenggara

Perguruan Tinggi Seni diharapkan menjadi salah satu partner bagi perkembangan industri kriya. Perguruan Tinggi dapat berperan lebih besar dalam mengelola subsektor kriya dengan menyediakan berbagai fasilitasi yang relevan. Contohnya seperti menyediakan fasilitasi kerja sama antara desainer, akademisi, pemerintah, media, komunitas, dan manufaktur sehingga terbentuk kolaborasi antar pelaku subsektor (www.kotakreatif.id). Kolaborasi ini merupakan sesuatu yang krusial untuk dilakukan sehingga karya atau produk yang dihasilkan terlihat matang dan melalui proses yang menyeluruh. Hal ini sudah dilakukan oleh pemerintah di negara maju dengan menyediakan pusat riset bidang kriya untuk mendukung industrinya. Indonesia, dengan kekayaan kultur seperti yang disebutkan di atas akan mampu menghasilkan karya kriya yang mumpuni dengan adanya sinergi tersebut. Ditambah dengan sumber material sebagai bahan utama pembuatan karya kriya yang berlimpah, maka keunggulan produk kriya merupakan keniscayaan.

Peran Perguruan Tinggi sebagai gudang lahirnya para talenta muda, pekerja, seniman, dan intelektual kreatif yang memiliki pola pikir akademis, akan menjadi motor penggerak dalam mengembangkan daya kreativitas masyarakat dan sebuah bangsa. Selain itu juga mampu menciptakan inovasi-inovasi dalam hal kekayaan intelektual, mengaplikasikan sebuah teknologi serta memanfaatkan pengetahuan baru dalam mendukung dunia industri kreatif. Hal ini berlaku tidak saja di Indonesia tetapi juga pada negara-negara di kawasan Asia Tenggara. Untuk semakin memperkuatnya, perlu dibentuk hubungan kemitraan yang strategis secara bersama-sama dalam mendukung dan membangun

pendidikan seni budaya dan industri kreatif di kawasan ini. Keanekaragaman sub-budaya, rasa toleransi, dan keterbukaan pada setiap orang dan dengan ide-ide baru yang bermunculan merupakan bagian dari atmosfer dunia Perguruan Tinggi di kawasan Asia Tenggara yang hadir seiring dengan karakteristik identitas dari negara masing-masing. Bahkan jika memungkinkan Perguruan Tinggi Seni yang terlibat dalam wacana ini bisa memfokuskan pada pembuatan asosiasi kriya Asia Tenggara, program-program baru yang terkait dengan kemitraan dan kolaborasi, guna mendukung munculnya ide dan konsep dasar untuk membangun kawasan industri kreatif baru dan menjadi salah satu kawasan penting tidak saja bagi negara-negara di Asia Tenggara tetapi juga di Asia pada umumnya.

Perguruan Tinggi dituntut menciptakan sumber daya manusia, memberi pembinaan, pelatihan dan pendampingan langsung, juga diharapkan menjadi jembatan untuk mencari sumber-sumber dana untuk membuka usaha sekaligus mengarahkan pada peluang pasar yang terbaik. Tujuannya untuk menumbuhkan usaha industri kreatif ini agar lebih bisa bersaing tidak saja di tataran local dan regional namun juga dalam tataran internasional. Pada akhirnya, industri kreatif akan menjadi ujung tombak dalam membangun perekonomian masyarakat melalui kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat Asia Tenggara.

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, University Teknologi Mara, Silpakorn University, Lassale College of The Arts dan tentu Perguruan Tinggi Seni lainnya di Asia Tenggara dapat menjadi sebuah pusat inkubasi dan jembatan di antara akademisi, pelaku usaha, perajin serta pemerintah dimasing-masing negara sebagai badan yang memfasilitasinya. Ketiga sektor ini diyakini mampu

menjadi pilar-pilar penopang industri kreatif khususnya subsektor kriya untuk menghasilkan produk kriya yang inovatif, *distingtif* dan mampu bersaing di pasaran dunia. Sinergi yang kuat diantara beberapa Perguruan Tinggi tersebut dan pemangku kebijakan menjadi sesuatu yang tak terelakkan. Selain itu perpaduan antara kepekaan sosial dan penghormatan pada tradisi menjadikan kriya sebagai sebuah identitas yang unik.

Indonesia dan negara Asia Tenggara lainnya, dengan memiliki potensi yang tak terbatas baik dari segi seni tradisi, budaya, keragaman ras, etnik, material serta kriyawan yang ada sejatinya merupakan surga bagi tumbuh kembangnya dunia usaha kriya baik di pasar lokal sendiri maupun global. Langkah selanjutnya adalah memaksimalkan segala potensi yang ada tersebut dengan kebijakan yang saling menguntungkan bagi negara-negara yang berada kawasan Asia Tenggara.

KESIMPULAN

1. Dari uraian tersebut di atas, maka dapatlah disimpulkan bahwa potensi local kriya yang dimiliki bangsa Indonesia pada khususnya dan bangsa lain yang ada di kawasan Asia Tenggara masih sangat banyak dan beraneka ragam. Masing-masing kawasan memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda, namun potensi yang ada belum dieksplorasi secara maksimal. Kenyataannya potensi tersebut dapat dijadikan modal kuat dalam pengembangan sektor industry kreatif, tidak saja di Indonesia tetapi juga di seluruh kawasan negara-negara Asia Tenggara.
2. Terdapat benang merah antara lahirnya atmosfir dunia industri kreatif dengan datangnya pengaruh arus globalisasi di segala

bidang yang memberikan warna tersendiri dalam dunia perekonomian dan kreativitas di Indonesia. Globalisasi mengakibatkan adanya perubahan budaya di kota-kota besar yang berimbas pada semakin kompleksnya permintaan yang harus diwujudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu guna menghadapi revolusi industri 4.0 ini, maka dipandang perlu adanya kemitraan dan kerjasama, pembentukan asosiasi kriya yang dapat memberikan solusi atas persoalan-persoalan yang terkait dengan industry kriya baik di tingkat local maupun regional. Selain itu juga untuk semakin meningkatkan kualitas produk kriya yang berkarakter local namun bercitarasa global.

3. Peran dunia pendidikan khususnya dalam bidang seni dan budaya melalui perguruan tinggi, pemerintah, dan instansi terkait harus lebih ditingkatkan. Harus ada kerjasama yang sinergis untuk menumbuh kembangkan potensi industri kreatif yang sudah ada selama ini. Peran dunia pendidikan, khususnya Perguruan Tinggi Seni yang ada di kawasan Asia Tenggara adalah sebagai wadah formal dalam mendidik, menularkan ilmu pengetahuan, melahirkan generasi kreatif yang cerdas, serta mencetak anak-anak muda sebagai intelektual kreatif yang berdedikasi. Perguruan Tinggi Seni memiliki peran krusial dalam mengembangkan pendidikan seni budaya dan menjadi eksekutor dalam menentukan perkembangan dunia industri kreatif di berbagai wilayah dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif di era revolusi industry 4.0.

PUSTAKA ACUAN

- Adamson, Glenn, 2007. *Thinking Through Craft*, New York: Oxford Press.
- Bandem, I Made, *Urban Culture Research: Yogyakarta Art Festival: A medium and Strategy for Culture Development*, Yogyakarta: UCRC Yogyakarta.
- Cummings, Neil and Lewandowska, Marysia, 2000. *The Value of Things*, Switzerland: Basel-Boston-Berlin, Birkhauser-Publishers for Architecture
- Haryono, Timbul, 2001. *Logam dan Peradaban Manusia*, Yogyakarta: Philosophy Press.
- Koentjaraningrat, 1986. "Peranan Local Genius Dalam Akulturasi", dalam *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Soedarsono, R.M, 2006. *Urban Culture Research: Tourism and Education*, Yogyakarta: UCRC Yogyakarta, Faculty of Cultural Science, Gadjah Mada University.
- Spradley, James P, 1972. *Culture and Cognition*, USA: Chandler Publishing Company.
- Soeroto, Myrtha, 2003. *Dari Arsitektur Tradisional menuju Arsitektur Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Webtografi

- Perkembangan Industri Kreatif, artikel ditulis oleh Togar M.Simatupang dan diperoleh melalui situs internet www.cs.unsyiah.ac.id, diunduh pada 28 Mei 2018.
- Sejarah Ekonomi Kreatif di Indonesia, diperoleh melalui situs internet kotakreatif-id.blogspot.com, diunduh pada 25 Mei 2018.