



EVALUASI SURAKARTA SEBAGAI KOTA KREATIF BIDANG SENI PERTUNJUKAN

INTISARI

Kota Surakarta yang juga dikenal sebagai Kota Surakarta memiliki akar seni dan warisan budaya yang melahirkan beragam jenis kerajinan, seni pertunjukan dan kuliner yang menegaskan identitas kota sebagai kota budaya dan memperkuat branding “*Solo the Spirit of Java*”. Budaya merupakan basis dalam mencapai tujuan tata ruang dalam wujud kota kreatif. Penguatan brand Surakarta sebagai kota kreatif berbasis budaya telah diakui secara Nasional dengan penetapan Surakarta sebagai kota kreatif bidang seni pertunjukan pada tahun 2019. Eskalasi pengakuan Surakarta sebagai bagian dari jejaring kota kreatif dunia (UCCN) bidang kerajinan dan kesenian rakyat merupakan langkah dalam memperkuat branding kota Surakarta di mata dunia, sehingga diperlukan evaluasi berdasarkan teori dan kriteria kota kreatif. Penelitian ini memiliki tujuan (1) Mengetahui capaian Kota Surakarta sebagai kota kreatif bidang seni pertunjukan, (2) Mengetahui pengaruh faktor-faktor yang berperan pada capaian Kota Surakarta sebagai kota kreatif bidang seni pertunjukan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deduktif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan antara hasil dokumen dan literatur dengan hasil wawancara. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* melalui wawancara *stakeholder* kunci. Evaluasi kota kreatif dirumuskan berdasarkan capaian kota kreatif, dengan mengacu pada bangunan kota kreatif, dimana elemen kota kreatif berlaku sebagai pondasi kota kreatif, proses kota kreatif berlaku sebagai pilar kota kreatif, sedangkan prinsip dan kriteria kota kreatif sebagai atap kota kreatif. Lokasi penelitian dipilih kota Surakarta, sebagai pusat budaya Jawa dengan warisan seni budaya yang menjadi pondasi kokoh dari kota kreatif.

Evaluasi capaian Surakarta sebagai kota kreatif memberikan hasil capaian baik secara keseluruhan. Pilar kreasi, produksi dan distribusi masuk dalam kategori capaian baik, sedangkan konsumsi dan konservasi masuk dalam kategori capaian sedang. Pengaruh faktor internal dan eksternal yang berperan dalam capaian kota kreatif masuk dalam kategori pengaruh kuat secara keseluruhan. Variabel motivasi, aspek pembeda, dan kolaborasi masuk dalam kategori pengaruh kuat sedangkan variabel kolaborasi masuk dalam kategori pengaruh sedang.

Kata kunci: seni pertunjukan, budaya, branding, kota kreatif, evaluasi



EVALUATION OF SURAKARTA AS A CREATIVE CITY PERFORMING ARTS

ABSTRACT

Surakarta has artistic and cultural heritage that emphasize the city branding as the spirit of Java. Culture is the basis for achieving Surakarta's city planning which is defined as creative city. The escalation of Surakarta's recognition as part of the world creative city network (UCCN) in the field of crafts and folk arts is a step in strengthening Surakarta's, so an evaluation based on the theory and criteria of a creative city is needed. This study aims to (1) Identify the achievements of Surakarta as a creative city of performing arts, (2) Identify the influence of factors that play a role in the achievement of Surakarta as a creative city of performing arts.

This research uses a qualitative approach with a deductive method. Data collection techniques used triangulation techniques by comparing the results of documents, literature with the results of interviews through key *stakeholder*. Creative city evaluation is formulated based on the achievement of creative city building. The research location is Surakarta, as the center of Javanese culture.

Evaluation of Surakarta's achievements as a creative city provides good achievement results in general. The pillars of creation, production and distribution fit into the good achievement category, while consumption and conservation fit into the medium achievement category. The influence of internal and external factors that play a role in the achievement of creative city categorized as strong influence in general. Motivation, differentiating aspects, and collaboration variables fit into the strong influence category while collaboration variables fit into the moderate influence category.

Kata kunci: performing arts, cultural, branding, creative city, evaluation