

Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif

Arif B. Setyawan¹, Budi Purnomo², C. Sugeng Mulyadi³

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

²Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

³Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

ABSTRAK

Kota Surakarta merupakan kota yang sarat akan nilai budaya yang potensial untuk dikembangkan menjadi kota wisata kreatif. Wisata kreatif merupakan sebuah konsep pariwisata yang mengubah pola pikir wisatawan dari *buying product* menjadi *buying experience*. Kota yang kreatif berisi orang-orang yang punya kombinasi pengetahuan begitu mendalam tentang kotanya, dimana banyak orang dengan kualitas yang berbeda diizinkan untuk mengembangkan diri. Penulis mengamati bahwa aspek diatas tepat untuk mendeskripsikan kota Surakarta saat ini. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah Kota Surakarta merupakan kota yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk dapat dikembangkan menjadi kota wisata kreatif. Akar budaya yang kuat yang menjadi latar belakang pengembangannya. Untuk dapat mengembangkan Kota Surakarta menuju kota wisata kreatif maka perlu melakukan upaya pengembangan, yaitu dengan melakukan pengembangan terhadap tiga aspek penting dalam pengembangan konsep kota kreatif yaitu; pemeliharaan dan pengembangan potensi ekonomi kreatif, pemeliharaan *creative class*, serta perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif. Jika hanya mengandalkan bangunan bersejarah perkembangan kota akan stagnan, oleh karena itu sangat penting dilakukan pengembangan kota yang berbasis kreativitas agar Kota Surakarta dapat berkembang menuju kota wisata kreatif.

Kata kunci: Upaya Pengembangan, Surakarta, Kota Wisata Kreatif

PENDAHULUAN

Sesuai undang-undang tentang kepariwisataan No 10 tahun 2009 dikatakan bahwa tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Walikota Solo pernah menggelorakan slogan “Solo Kreatif, Solo

Sejahtera”, slogan itu menyiratkan keinginan Pemkot untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kota Solo, terutama melalui program-program pembangunan yang kreatif. John Howkins penulis buku “*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*” mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan.

Sebagai kota yang mempunyai latar belakang budaya yang kuat, Solo menjadi salah satu destinasi wisata berbasis budaya yang menarik untuk dikunjungi, oleh karena itu pengembangan pariwisata berkonsep *creative tourism* diperlukan

untuk kemajuan pariwisata di Kota Solo. Kreativitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global. Bentuk-bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan “pasarnya sendiri, dan dapat menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis. Solo memiliki berbagai aset wisata kreatif yang menarik, seperti: Festival & Seni Pertunjukan, Bangunan Bersejarah, Seni Kerajinan, hingga *Fashion*.

Oleh karena itu untuk mengetahui lebih jauh potensi Kota Solo untuk dapat dikembangkan menjadi kota wisata yang berbasis *creative tourism* dan sekaligus mengembangkan Kota Solo agar mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya maka perlu dilakukan pengembangan kota yang berbasis kota wisata kreatif.

LANDASAN TEORI

Definisi Kreatif

Kata kreatif merupakan bentuk kata serapan dari bahasa Inggris “*creative*”, yang juga merupakan perubahan kata dari kreasi atau “*create*” dalam bahasa Inggris. “*create*” ini sendiri berasal dari bahasa Latin, “*creare*” yang berarti “*to make, produce*”, yang berhubungan dengan kata “*crecere*” yang berarti “*arise, grow*” (*Online Etymology Dictionary*). Kata *creative* sendiri pertama kali dipakai secara literal pada tahun 1678 sebagai perwujudan seni yang bermakna “*imaginative*”. Berikut adalah beberapa pengertian kreatif, kreasi, maupun kreativitas dari berbagai sumber, dari sini dapat ditarik kesimpulan apa sebenarnya pengertian dari kreatif itu sendiri.

Kreasi 1. hasil daya cipta, hasil daya khayal (penyair, komponis, pelukis, dsb). 2. hasil buah pikiran atau kecerdasan akal manusia, berkreasi mencipta, menghasilkan sesuatu sebagai hasil buah pikiran mengkreasi, menciptakan, melancarkan. **Kreatif** 1. memiliki daya

cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan. 2. Bersifat (mengandung) daya cipta. **Kreativitas** 1. kemampuan untuk mencipta, daya cipta. 2. perihal berkreasi (Kamus Bahasa Indonesia, 2008: hal 817).

The ability to make or otherwise bring into existence something new, whether a new solution to a problem, a new method or device, or a new artistic object or form. (Britannica Online Encyclopedia).

I marked by the ability or power to create, given to creating (the creative impulse) 2 having the quality of something created rather than imitated, imaginative (the creative art). (Merriam Webster Online Dictionary).

Dari pengertian diatas terlihat bahwa kata kreatif dihubungkan dengan kemampuan atau kegiatan menciptakan, menghasilkan sesuatu yang baru, atau menghasilkan sesuatu yang bukanlah hasil tiruan atau imitasi. Jadi bisa dianggap dalam prosesnya, kreativitas akan menghasilkan sesuatu yang berbeda dari yang sebelumnya.

Definisi Pariwisata

Menurut undang-undang nomor 9 tahun 1990 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dalam bidang tersebut. Pada dasarnya usaha-usaha pariwisata yang terkait dalam kegiatan wisata berupa jasa pelayanan seperti akomodasi, restoran, transportasi, obyek dan daya tarik wisata serta souvenir.

Undang-undang RI No 10 tahun 2009 mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Richardson and fluker (2004) Tourism comprises the activities or persons, travelling to and staying in place

outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.

Menurut Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Wisata Kreatif

Menurut Henky Hermantoro penulis buku "*Creative Based Tourism*", Wisata Kreatif adalah Suatu kegiatan wisata yang dapat merubah pola pikir wisatawan dari *buying product* menjadi *buying experience*. Dari *mass tourism* menjadi *responsible tourism*, wisatawan kemudian menjadi bagian dari manusia kreatif yang dapat berkolaborasi dengan budaya setempat. Mereka kemudian menjadi prosumen (produsen sekaligus konsumen), dan wisatawan tidak lagi hanya pasif melihat budaya lokal.

Ekonomi Kreatif

Landry (1995) menyatakan bahwa ekonomi kreatif menyandarkan aktivitasnya pada proses penciptaan dan transaksi nilai. John Howkins (2002) mengeksplorasi hubungan antara kreativitas dan ekonomi. Bagi Howkins, Ekonomi Kreatif mempresentasikan transisi ide dan ekspresi kreativitas menjadi suatu produk yang memiliki nilai komersial yang juga merupakan *intellectual property*. Yang termasuk dalam *intellectual property* antara lain *design*, arsitektur, *fashion*, periklanan, percetakan dan penerbitan, televisi dan radio, kuliner, seni rupa dan kriya, film, video, animasi, musik, fotografi, piranti lunak, hiburan interaktif, mainan, seni pertunjukan, serta riset dan pengembangan.

Creative Class

Sumber daya manusia merupakan hal yang penting dalam pengembangan Kota Kreatif (Landry, 2006: hal. 338). *Creative class* yang membangkitkan kekritisian dalam kehidupan berkota, bagaimana mereka berperan dalam menemukan solusi kreatif untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi sehari-hari dalam kehidupan berkota. Florida (2005) menyatakan *Creative class* perlu dipelihara dengan memberikan lingkungan yang kondusif bagi mereka untuk kegiatan pengembangan kreativitas.

Hildebrand Frey (1999: hal 47-49) menyebutkan beberapa hierarki kebutuhan manusia menurut Maslow (*Maslow hierarchy of human needs*) yaitu penyediaan kebutuhan fisik yang memberi rasa aman, lingkungan sosial yang kondusif, kesempatan untuk menjadi kreatif, dan lingkungan yang menyenangkan secara estetis. Disini terlihat keterkaitan antara kebutuhan manusia dengan lingkungannya sebagai wadah berhabitasi.

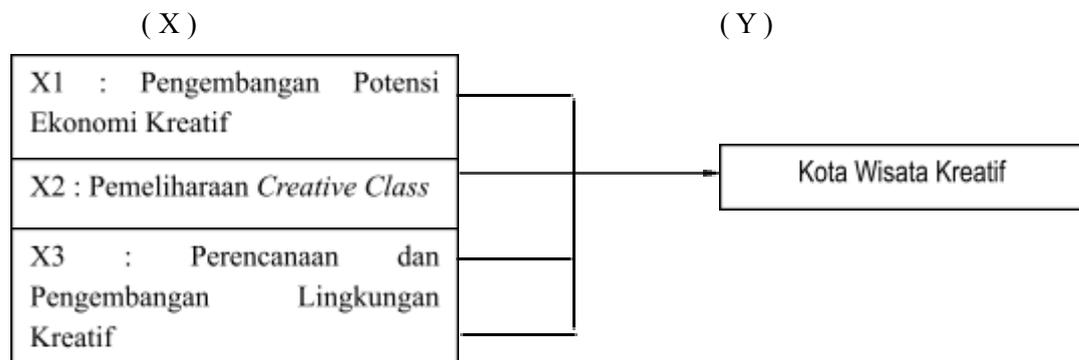
Kota Kreatif

Charles Landry dalam bukunya "*The Creative City*", 2000 menjelaskan bahwa *creative city* atau Kota Kreatif adalah sebuah tempat di mana orang merasakan bahwa mereka bisa berpikir, bertindak, berencana dengan imajinasi, kota yang berisi orang yang punya kombinasi pengetahuan begitu mendalam tentang kotanya, industrinya, seni budaya, bisnisnya. Kota di mana ada banyak orang dengan kualitas yang berbeda, diizinkan untuk mengembangkan diri.

Richard and Wilson (2008) Kota kreatif adalah sebuah kota yang erat kaitannya dengan wisata budaya. Kota kreatif merupakan bentuk generasi baru dari pariwisata perkotaan, dimana kota yang dapat menciptakan lingkungan dan atmosfer yang kreatif.

KERANGKA PEMIKIRAN
PENGEMBANGAN KOTA KREATIF
KREATIF

KOTA WISATA



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa upaya pengembangan kota Surakarta menuju kota wisata kreatif yang meliputi variabel independen antara lain pengembangan potensi ekonomi kreatif, perencanaan *creative class*, dan perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif berpengaruh terhadap terwujudnya kota Surakarta sebagai kota wisata kreatif yang dapat ditarik sebagai variabel dependen yaitu kota wisata kreatif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hal ini disebabkan konsep pengembangan Kota Kreatif merupakan bahan kajian yang sangat kualitatif. Hasil dari penelitian ini nantinya berupa analisa data-data kualitatif yang akan penulis gunakan untuk mendeskripsikan tentang upaya pengembangan kota Surakarta menuju kota wisata kreatif.

Populasi dan Sampel

Di dalam penelitian pengambilan sampel dan populasi bukanlah suatu yang mutlak, artinya yang akan diambil menyesuaikan dengan kebutuhan di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, sampel bukanlah yang mewakili populasi

tetapi berfungsi untuk menggali serta menemukan sejauh mungkin informasi yang penting. Dalam memilih sampel sekreatif mungkin dan berikutnya dapat dipilih untuk memperluas informasi yang telah diperoleh. Untuk itu dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel "*purposive sample*" atau sampling bertujuan, yaitu sampel yang ditarik dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian (Moleong, 1998: 165).

Adapun informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Staff bagian Promosi dan Informasi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surakarta.
2. Pelaku wisata yang berhubungan dengan industri potensi ekonomi kreatif kota Solo.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi dengan mengadakan:

- a. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan staff bagian promosi dan informasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta serta para pelaku industri kreatif di kota Surakarta.

b. Observasi

Dalam penelitian ini penulis mengobservasi hal-hal yang melatarbelakangi pengembangan kota solo sebagai kota wisata kreatif, mulai dari bangunan bersejarah, *event-event* budaya, festival, serta aset wisata kreatif lainnya.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini yang didokumentasi penulis adalah berbagai macam sumber tertulis serta gambar-gambar yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian penulis.

d. Penelusuran Data *Online*

Sehubungan dengan metode ini penulis mengumpulkan data-data dengan menelusuri tema-tema untuk mendapatkan berbagai informasi yang berhubungan dengan penelitian penulis.

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil dari wawancara yang biasa dilakukan oleh penulis, kata-kata dan tindakan subyek merupakan data utama dalam penelitian ini. Sumber data utama diperoleh melalui pencatatan tertulis atau melalui perekaman *hand record/flash record* dan pengambilan foto.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data telah mengalami pengolahan lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak tertentu atau dengan kata lain merupakan data yang diperoleh bukan secara langsung dari sumbernya. Sumber data sekunder adalah data tertulis seperti buku, arsip, dokumen dan kepustakaan yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa interaktif, yaitu bahwa ketiga komponen aktivitasnya berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data berbagai proses siklus. Dalam bentuk ini peneliti tetap bergerak di antara tiga komponen analisis, yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (*Analisis Data Kualitatif* 1992:16-21)

HASIL PENELITIAN

Konsep Kota Kreatif

Sebuah gagasan konsep kota kreatif merupakan respon terhadap permasalahan atau krisis urban yang dihadapi oleh sebuah kota saat menghadapi transisi dalam menghadapi globalisasi ekonomi. Ideologi dari konsep kota kreatif adalah perbaikan lingkungan urban dan menciptakan atmosfer kota yang inspiratif. Kota kreatif dianggap sebagai konsep pengembangan kota yang mendukung sekaligus merangsang kualitas sumber daya manusia. Banyaknya kemunculan gagasan pembangunan perkotaan saat ini merupakan reaksi terhadap permasalahan perkotaan global yang sudah sedemikian kompleks. Salah satunya yang telah populer adalah konsep kota kreatif (*The Creative City*). Konsep ini lahir dari pandangan beberapa ahli mengenai ketidakberhasilan paradigma pembangunan lama dalam memecahkan permasalahan perkotaan. Hal ini ditegaskan oleh Landry (2008), sebagai berikut:

“We cannot solve 21st-century problems with 19th-century mindsets: the dynamics of cities and the world urban system have changed too dramatically”.

Munculnya gagasan kota kreatif ini kemudian disebut sebagai cara kota-kota di dunia beradaptasi dalam menghadapi abad ke-21. Dalam konsep

pengembangan kota kreatif terdapat tiga aspek penting, yaitu: pengembangan potensi ekonomi kreatif, pemeliharaan *creative class* (golongan atau individu kreatif), serta perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif.

Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif

1. Upaya yang dapat dilakukan untuk dapat mengembangkan potensi ekonomi kreatif kota Surakarta:

- a. Memberikan dana kepada UKM-UKM yang bergerak dibidang industri kreatif di kawasan kota Surakarta sebagai modal pengembangan.
- b. Memberikan ruang yang lebih untuk industri-industri kreatif di Surakarta dengan mengadakan pameran-pameran atau *event* khusus industri kreatif dan memasukkan ke dalam kalender *event kota* Surakarta.
- c. Para pelaku seni dan industri kreatif bekerjasama dengan biro dan travel di Soloraya membuat paket-paket wisata yang menggabungkan seni pertunjukan dan pameran dalam sebuah *event* wisata di hotel-hotel yang berada di kota Solo.
- d. Pemkot Solo berkomitmen untuk menjadikan Solo sebagai kota MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*), sehingga akan bersinergi dengan pembangunan ekonomi kreatif. Program MICE seharusnya diikuti dengan pertumbuhan industri kreatif sehingga *multiplier effect* dari MICE dapat ditangkap dengan produk barang atau jasa industri kreatif.

2. Melakukan pemeliharaan terhadap *creative class* (golongan atau individu kreatif):

- a. Mengumpulkan komunitas-komunitas kreatif di kota Solo, memberikan pelatihan, dan memberikan ruang kepada mereka untuk tampil di *event* kota.
- b. Mengadakan ekstrakurikuler seperti tari, dalang, gamelan, dan lain-lain di sekolah-sekolah, sehingga anak-anak sekolah akan lebih mengenal budaya Kota Solo dan regenerasi akan tetap terjaga.
- c. Mengangkat *event-event* budaya daerah menjadi *event kota* dan memasukkannya ke dalam *calendar event Kota Solo*. Sehingga kreativitas masyarakat akan terus berkembang dan para wisatawan tidak jenuh menikmati *event-event* yang sudah ada.
- d. Pemerintah kota Solo perlu memberikan ruang yang cukup untuk berkembangnya ide-ide kreatif masyarakat yang dieksplorasi dari potensi yang ada di Solo bahkan ide yang di luar kebiasaan (*out of the box*) perlu digali sehingga ada temuan baru yang genuine (asli) produk Wong Solo serta dapat dijual baik ke pasar lokal, nasional bahkan internasional.

3. Merencanakan dan mengembangkan lingkungan kreatif :

- a. Salah satu langkah strategis dalam untuk mewujudkan lingkungan kota yang lebih baik adalah dengan mengembangkan kota yang ramah lingkungan yang modern dan dapat diterima oleh semua pihak yaitu pemerintah dan masyarakat kota.
- b. Program STP (Solo Tanpa Polusi). Penggunaan sepeda sebagai sarana mobilitas utama di dalam kota, misalkan satu kali dalam seminggu. Pemerintah memiliki peran penting bagaimana menjadikan bersepeda sebagai

pilihan utama warga masyarakat. Pemerintah dapat menggalakkan program *Bike for Solo* (BFS).

- c. Menggalakkan kampanye publik (*public campaign*) untuk mengajak masyarakat mengubah lingkungan Solo menjadi kota yang lebih baik. Kampanye publik ini juga dapat ditunjukkan melalui contoh nyata, sebagaimana yang dilakukan oleh komunitas-komunitas peduli lingkungan dan kesehatan yang ada di kota Solo seperti komunitas forum Solo hijau, Biopori, *Earth Hour*, *Healthy food healthy life* dan komunitas lainnya.
- d. NCFD (*new car free day*). Perlunya peningkatan pada program yang telah terlaksana setiap minggunya di kota Solo ini. Peningkatan yang dilakukan seperti adanya agenda bulanan khusus atau kegiatan pada hari-hari khusus yang mana berfokus pada lingkungan. Misalnya, pada hari bumi dilakukan kegiatan penanaman pohon di taman kota kemudian, pada hari habitat dunia dilakukan kegiatan pelepasan ikan dan burung di sungai Bengawan Solo. NCFD bukan hanya sebagai tempat berkumpulnya warga kota untuk berolahraga dan mengurangi polusi setiap minggunya tapi diharapkan juga bisa menjadi wadah bagi komunitas masyarakat yang menginginkan lingkungan kota Solo menjadi lebih baik.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian upaya pengembangan kota Surakarta menuju kota wisata kreatif menunjukkan bahwa kota Surakarta mempunyai potensi yang sangat besar untuk dapat dikembangkan menjadi kota wisata yang kreatif, akar budaya yang kuat menjadi latar belakang pengembangannya. Kota Solo

mempunyai aset industri kreatif yang dapat dikembangkan yang seperti fashion, kerajinan, dan pertunjukan. Selain itu kota Solo dikenal sebagai kota budaya, banyak sekali event-event yang berbasis budaya yang teragendakan di *calendar event* kota yang digelar setiap tahunnya. Budaya merupakan bahan baku dari ekonomi kreatif, kota Solo adalah kota yang mempunyai potensi budaya dan pariwisata yang dapat diwujudkan dalam konsep kota wisata kreatif.

Gagasan ekonomi kreatif yang telah diterapkan secara spesifik untuk perekonomian kota telah memunculkan konsep "*creative city*". Beberapa kota cenderung dibangun di atas infrastruktur sosial dan budaya yang kuat, banyaknya pekerja kreatif, dan menarik bagi investasi fasilitas budaya yang mapan. Landry (2000), dalam bukunya mengemukakan bahwa kota memiliki sumber daya yang penting, yakni *their people*. Selain itu, menurut Landry (2000), sumber daya budaya merupakan aset berharga yang dapat diubah menjadi keuntungan ekonomi dengan cara eksploitasi secara kreatif dan bertanggung jawab. Saat ini kota kreatif dianggap sebagai konsep pengembangan kota yang mendukung sekaligus merangsang kualitas sumber daya manusia. Terdapat tiga aspek penting dalam pengembangan konsep kota kreatif yaitu; pemeliharaan dan pengembangan potensi ekonomi kreatif, pemeliharaan *creative class* (golongan atau individu kreatif), serta perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif. Melihat potensi kota Solo saat ini, dengan melakukan pengembangan konsep kota kreatif di atas kota Solo dapat berkembang menuju kota wisata kreatif.

PENUTUP **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif ini, dapat diambil kesimpulan bahwa Kota Surakarta merupakan kota dengan latar belakang budaya yang kuat yang sangat potensial untuk dapat dikembangkan menuju kota wisata kreatif. Kesimpulannya sebagai berikut:

1. Latar belakang pengembangan kota Surakarta menuju kota wisata kreatif
 - a. Surakarta mempunyai akar budaya yang kuat
 - b. Surakarta merupakan kota pertunjukan seni dan festival
 - c. Surakarta memiliki aset wisata kreatif
2. Pengembangan terhadap persyaratan fisik untuk mewujudkan kota Surakarta menuju kota wisata kreatif
 - a. Ruang publik (*public space*)
 - b. Museum, *gallery*, dan perpustakaan
 - c. Ruang pertunjukan (*Performing Space*)
3. Pengembangan potensi ekonomi kreatif, pemeliharaan *creative class*, dan perencanaan serta pengembangan lingkungan kreatif.

Saran

Dari hasil penelitian tentang Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif, penulis menarik saran:

1. Untuk bisa menjadi kota wisata kreatif, dibutuhkan kerjasama yang baik antara pemerintah kota Surakarta, komunitas, serta profesional.
2. Kreatif adalah sebuah proses, tidak bisa muncul begitu saja secara instan, dan proses kreatif itu sendiri bisa dari cara melihat, cara berpikir, dan cara bertindak. Sedangkan untuk membentuk *brand kota* yang kreatif, bisa dimulai dengan cara mengidentifikasi dan mengenali ciri khas kota Surakarta sendiri, jangan

meniru dari kota lain, karena apa yang sukses di sebuah kota, belum tentu cocok dan pas untuk diterapkan di kota lainnya.

3. Merealisasikan slogan “Solo Kreatif, Solo Sejahtera”, dimana tidak hanya membangun sebuah kota, tetapi juga mensejahterakan masyarakatnya.
4. Melakukan pengembangan terhadap tiga aspek penting dalam pengembangan konsep kota kreatif yaitu; pemeliharaan dan pengembangan potensi ekonomi kreatif, pemeliharaan *creative class* (golongan atau individu kreatif), serta perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif. Dengan melakukan tiga pengembangan tersebut kota Surakarta akan sangat berpotensi untuk berkembang menuju kota wisata yang kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amesta. 2014. Aktivasi Kota Kreatif di Indonesia. (Online) diakses tanggal 20 Februari 2015 pukul 20.00
- Budi Brahmantyo. *Memposisikan Pariwisata Dalam Wacana Industri Kreatif*.<<http://www.pariwisata.kreatif.co.id>> (diakses tanggal 24 februari 2015 pukul 20.00).
- Budi Purnomo. 2015. Metode Penelitian Pariwisata. Yogyakarta: K-MEDIA.
- Charles Landry. 2000. *Creative City* (Online) diakses Tanggal 26 Februari 2015 pukul 21.40
- Charles Landry. 2006. *The Art Of City Making*(Online) diakses Tanggal 26 Februari 2015 pukul 21.47
- Clegg, Brian dan Paul Birch. 2001. *Instant Creativity* (edisi terjemahan). Erlangga
- Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika.*Slogan Surakarta*

- <http://www.kotaSurakarta.com> (diakses tanggal 24 februari 2015 pukul 20.00).
- Happy Marpaung. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Henky Hermantoro. 2012. *Creative Based Tourism*. (Online) diakses tanggal 17 Februari pukul 21.26
- Hildebrand W. Frey. 1999. *Designing the City*. (Online) diakses tanggal 26 Februari 2015 pukul 21.51
- John Howkins. 2002. *The Creative Ideas: How People Make Money From Ideas*.
- Kerangka Acuan Kerja (KAK) Penyusunan Profil Ekonomi Kreatif KotaSurakarta Tahun 2013
- Koen Mayers. 2009. Definisi Pariwisata. (Online) diakses tanggal 17 Februari 2015 pukul 21.26
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis*.
- Moleong, Lexy.J. 1986. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosda Karya.
- Parrish, David. 2009. *Bisnis Kreatif* (edisi terjemahan). Rumpun.
- Richardson and Martin Fluker. 2004. *Understanding and Managing Tourism*. Bandung: Angkasa
- Undang – Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.
- Wikipedia. Kota Surakarta <<http://www.kotaSurakarta.co.id>> (diakses tanggal 24 Februari 2015 pukul 20.00).

www.google.com

www.portalinformasi.kotaSurakarta.com