

Industri Kreatif dan Pendidikan Seni¹

Oleh. Dr. I Ketut Sunarya, M.Sn
Dosen Program Studi Pendidikan Kriya, FBS
Universitas Negeri Yogyakarta

A. Latar Belakang Masalah

Kompas dalam tulisannya mengajak pembaca untuk menengok negara-negara yang bangkit dalam kekuatan baru seperti China dan India, mereka memiliki basis ekonomi yang lebih mapan dibanding dengan kita (Indonesia). Kompas menyoroti tentang kemajuan industri dan ekonomi kreatif di kedua negara tersebut selama beberapa tahun terakhir terbilang maju pesat. Investasi perusahaan multinasional tersebar mulai dari perusahaan sekelas *Microsoft*, *Dell*, *Lenovo*, maupun perusahaan dan usaha turunannya menjadikan tempat itu sebagai surga investasi. Dengan demikian investasi yang tertanam itu juga memerlukan dukungan sektor jasa informasi lainnya yang mengikuti, seperti keahlian animasi, desainer, konsultan, pakaging, dsb. Dengan kata lain, industri dan ekonomi kreatif di China dan India merupakan salah satu bukti bahwa bidang tersebut di kedua negara itu merupakan industri yang antikrisis. Dengan menggalakan industri kreatif, China berhasil membuat model pembangunan yang mandiri. Dimulai dari Kota Shenzhen yang awalnya merupakan daerah atau desa nelayan, dengan memasukkan sistem pasar pada daerah “zona ekonomi khusus” itu, Shenzhen saat ini menjelma menjadi model pembangunan China (selain Shanghai yang dianggap sebagai ikon keberhasilan pembangunan China), dan sukses menciptakan efisiensi dalam bidang manufaktur dengan biaya yang sulit ditandingi. Sehingga tidak mengherankan jika banyak yang berpendapat bahwa keberhasilan reformasi dan ekonomi di China dikarenakan sistem kapitalisme, padahal sistem tersebut merupakan salah satu dari banyak faktor keberhasilan reformasi di China (I Wibowo, Kompas, 6, 2009).

Faktor lain yang menentukan keberhasilan pembangunan di China antara lain: pendidikan, sistem kesejahteraan sosial, serta arah kebijakan yang

¹ Dibacakan dalam Seminar Nasional, “ Inovasi Batik Dalam Menghadapi Tantangan Global Industri Kreatif”, 30 November 2017, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

mendukung secara konstruktif bagi segenap rakyatnya. Tercermin pergerakan kemajuan dalam peningkatan kualitas hidup, penyediaan pelayanan kesehatan, perumahan, listrik, serta air bersih yang ditata dengan bagus dan murah bagi rakyatnya. Demikian juga perkembangan di negara India, dengan pendidikan dan keterampilan spesifik yang diinvestasikan oleh pemerintah India, negara tersebut berhasil mengurangi banyak pengangguran dan menjadikan negara Bollywood tersebut sebagai negara yang berhasil mengimplementasikan industri dan ekonomi kreatif sebagai penopang pembangunan nasional mereka. Pada dewasa ini, banyak ilmuwan dan tenaga kerja bidang jasa, desain, konsultan yang tumbuh dan berkembang di India. Benang merah keberhasilan di kedua negara tersebut (China dan India) pada dasarnya terletak pada bagaimana reformasi yang mereka lakukan pada bidang pendidikan. Lebih spesifik lagi, kemajuan bidang pendidikan didukung dengan mengarahkan pada sektor yang sedang trend dan berkembang, yakni bidang industri dan ekonomi kreatif. Mengingat ekonomi kreatif global diperkirakan akan terus tumbuh dan berkembang memenuhi jagat raya ini.

B. Kenapa Industri Kreatif ?

Faisal Afiff (2012) menegaskan munculnya konsep ekonomi kreatif, sebagaimana dikatakan Howkins bahwa ekonomi baru telah tumbuh di seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti dan desain. Alvin Toffler (1981) dalam bukunya berjudul *Future Shock* membagi gelombang peradaban ekonomi dunia menjadi 4 gelombang peradaban, yakni peradaban ekonomi pertanian, kedua peradaban ekonomi industri, ketiga peradaban ekonomi informasi, dan keempat peradaban ekonomi kreatif. Peradaban yang diawali dari pengolahan sumber daya alam, peradaban tukar menukar kebutuhan manusia, peradaban menyerap informasi, dan peradaban menggali sumber ide tiap individu manusia itu sendiri. Gelombang keempat kini sedang menjadi trend dunia dan merupakan peradaban menggali ide atau gagasan terkait dengan kebutuhan kehidupan. Dalam gelombang peradaban ini setiap individu dituntut mengemas berbagai produk tampilannya yang bersumber dari kekuatan dalam dirinya. Di dalam gelombang peradaban ke empat ini tidak menutup kemungkinan terjadinya saling pengaruh dan mempengaruhi,

saling curi serta saling intip ide. Keunggulan masing-masing individu ditentukan seberapa jauh setiap individu mampu mengolah ide mereka dan seberapa jauh mampu mempengaruhi orang lain dalam setiap tampilan produknya.

Kita (Bangsa Indonesia) kaya akan berbagai keunggulan dengan ragam serta keunikannya, kiranya semuanya itu harus dijaga, diasuh dengan sebaik-baiknya secara bertanggung jawab. Di era globalisasi ini kecakapan kompetitif sangat dibutuhkan oleh setiap individu. Sebagai warga terdidik kita tidak boleh menjadi objek, namun harus dapat memainkan diri kita sendiri sebagai subjek, artinya tidak saja menjaga survival negara, namun kita harus dapat berkontribusi membesarkan Indonesia serta negara-negara Asean di kancan dunia.

Dalam UUD 1945 tercantum pada Pasal 32 menegaskan bahwa (1) Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya. Pasal yang menunjuk pada masyarakat Indonesia yang sangat majemuk dengan keanekaragaman budaya yang kompleks, dan kebudayaan bangsa adalah hasil usaha manusia sebagai buah usaha budi-daya rakyat Indonesia seluruhnya dan seutuhnya, baik lama dan asli sebagai puncak-puncak di daerah-daerah seluruh Indonesia. Artinya kebudayaan harus menuju kearah kemajuan adab dan persatuan, dengan tidak menolak bahan-bahan baru dari kebudayaan asing yang dapat memperkaya gayaragam kebudayaan bangsa serta mempertinggi derajat kemanusiaan bangsa Indonesia. Diturunkan juga pada Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang tertuang pada pasal pertama menyebutkan Mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif, yakni pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia, dengan sasaran, arah dan strategi yang telah dirancang. Dimana arah pengembangan ekonomi kreatif bangsa adalah peningkatan jumlah sumber daya manusia (SDM) kreatif yang berkualitas secara berkesinambungan dan tersebar merata di wilayah Indonesia. Nampaknya dalam perkembangan lebih lanjut peran penting intelektual sebagai pemicu

kreativitas sangatlah besar. Hal tersebut disebabkan oleh kebutuhan inovasi yang harus terus menerus dilakukan agar industri kreatif dapat sustain (Sigit Hermawan, 2012).

Dalam perjalanan semua anak bangsa harus bergerak menjawab kehidupan masa kini, dan bangkit mengisi setiap inci undang-undang dalam bentuk berbagai karya baru dalam tujuan ritual, sosial, ekspresi, dan ekonomi. Melahirkan karya Indonesia yang kreatif, unik, dan menarik sekaligus menjadi *branding* kita. Mengingat kekayaan bangsa yang berlimpah belum tergarap secara maksimal, mari jadikan Indonesia sebagai pusat industri kreatif dunia, dan menjadikan Indonesia sebagai ungkapan kreativitas yang potensial dan handal guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa. Sejak dahulu Indonesia dikenal dengan sebutan negara kaya, kaya akan sumber daya budaya (SDB), sumber daya alam (SDA), dan sumber daya manusia (SDM). Untuk itu kita harus mau mereformasi diri dan bangkit, berjuang dalam mengisi pembangunan bangsa, karena mengisi pembangunan merupakan tugas bersama. Tugas kita sebagai pendidik harus selalu siap dan bergerak mengikuti mengisi zaman ini, dan dalam rangka mengemban tugas memberikan yang terbaik untuk anak didik kita. Ditegaskan oleh Muhadjir (2012: 5) bahwa pendidik masa depan adalah manusia yang berbekal pengetahuan sesuai percepatan perkembangan ilmu yang ada di masyarakat.

C. Industri Kreatif dan Pendidikan Seni

Industri kreatif atau ekonomi kreatif belakangan ini menjadi isu yang cukup menarik dibahas dalam dunia pendidikan seni baik melalui simposium, seminar, dan juga diskusi-diskusi lainnya yang berskala nasional maupun Internasional. Pembicaraanyapun sangat beragam dari pendidik, pengusaha atau para pelaku ekonomi dan industri sampai pemerintah, seniman, kriyawan, dan disainer. Daya tarik tema ini menjadi bukti bahwa pendidikan seni memiliki peran yang sangat sentral di dalamnya, bukankah kreativitas dan inovasi merupakan “ruh” dari seni itu sendiri, dan cara kerja kreatif merupakan cara kerja utama dalam aktivitas seni, demikian ditegaskan Piliang (2010). Secara lugas Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan

outputnya adalah gagasan (Wawancara Donna Ghelfi dengan Howkin Dalam Acara The Recond World Intellectual Property Organization (WIPO), 2005). Menerapkan kreatifitas dalam setiap pekerjaan yang dilakukan merupakan kegiatan yang menghadirkan presedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja ke arah yang lebih baik (Faisal Afiff, 2012).

Oleh sebab itu pendidikan seni yang ada di FBS UNY dan telah bersepakat menuju WCU (Word Class University) masuk dalam pasar bebas, luluh dalam putaran global. Dalam putaran tersebut kita tidak harus diam dan mengikuti putaran begitu saja, namun harus bisa memutar dunia industri ini dengan kencang, artinya para cendekiawan perguruan tinggi ke depan harus mampu menarik mereka “jangan *londo minded*”, mari kita rubah *mindset* pikiran kita, kata Dimiyati (2017). Pembangunan industri kreatif memerlukan pembangunan manusia secara lebih menyeluruh, menyangkut aspek mental, etos, perilaku, kebiasaan, cara kerja, tata nilai, dan etika. Pendidik seni kiranya harus menjawab dengan pasti tulisan Sudarmaji (1974) yang mengatakan bahwa akademisi-alademisi seni rupa di Indonesia hanyalah merupakan laboratorium atau agen pemikiran seni rupa Barat. Karya yang dihasilkan selama ini jauh dan acuh dalam kehidupan umat manusia. Artinya karya seni diciptakan ke depan tidak semata-mata untuk kepuasan pribadi penciptanya (*l'art for l'art*) namun juga memberikan manfaat positif bagi kehidupan masyarakat (Gustami, 2007). Pendidik seni sudah harus berpikir untuk melahirkan *pseudo art* yakni karya seni ke arah layanan publik, yakni ke arah terpenuhinya sarana kebutuhan praktis dan ekonomi. Disinilah Pendidikan Seni memiliki peluang besar memainkan peran ganda yang sangat strategis, disatu pihak mempunyai peran sentral dalam pengembangan industri kreatif. Di pihak lain pendidikan seni juga dapat berperan dalam membangun karakter bangsa dengan menumbuhkan karakter-karakter yang mendorong kreativitas dilingkungan pendidik seni (Piliang, 2010). Kita (Indonesia) memiliki karakter budaya kuat, dan apa yang telah dicapai oleh nenek moyang sudah saatnya digali kembali dengan sungguh-sungguh dan sepenuh hati. Sebenarnya banyak temuan yang kita punya dan harus diungkap bersama serta dilakukan dengan bijak, namun seringkali kita kurang percaya diri, demikian

ditegaskan Dimiyati (Dirjen Dikti dan juga Ketua Badan Pertimbangan UNY di Ruang Rapat UNY, 17 November 2017).

Martin (2006) dalam bukunya berjudul *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life* memberikan inspirasi betapa penting mengubah sikap pesimisme menjadi sikap optimisme. Karena optimisme dapat membantu meningkatkan emosi positif yang mana dapat membuat kita menggunakan kemampuan dan kekuatan secara efektif, yang pada akhirnya optimisme sangat berharga untuk kehidupan yang berarti (2006, IV). Dalam Psikologi Positif, kehidupan kita akan terus mendatangkan kebahagiaan dan kesenangan, sekiranya kita berpikir dan bertindak selalu bertumpu pada kekuatan, potensi, dan kemampuan yang kita miliki. Mengeksplorasi segala potensi untuk menjawab dan memenuhi tujuan dan cita-cita bangsa. Bukankah digulirkannya program otonomi daerah oleh Pemerintah Pusat merupakan gerakan membangkitkan potensi yang ada di setiap daerah di Indonesia, maka menjadikan unggulan tiap daerah bangkit kembali merupakan gerakan menghidupkan rasa percaya diri dalam rangka mengisi era perputaran industri kreatif saat ini.

Di negara maju, industri kreatif sangat tergantung pada kreativitas, keterampilan, dan juga bakat tiap individu. Sedangkan di Indonesia industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi serta daya cipta individu (Dina dkk. Tt: 5). Suparwoko mengatakan bahwa sampai saat ini hampir sebagian wilayah di dunia terhubung pada era ekonomi informasi, tantangan globalisasi menjadi semakin nyata, dan daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Pendidikan seni ke depan harus tanggap dan mampu membaca zaman yaitu kreatif dalam pembelajaran seni itu sendiri dan kreatif dalam penciptaan karya seni. Suryana (2013) menegaskan lima keterampilan (skill) dan kecakapan untuk membentuk dunia pendidikan terkait ekonomi kreatif, yakni 1. Keterampilan konseptual (conceptual skill), 2. Keterampilan mengorganisir, 3. Keterampilan manajerial, 4. Keterampilan kewirausahaan, dan ke 5. Keterampilan personal dalam berelasi. Keterampilan konseptual yaitu kemampuan untuk membangun dan mengembangkan konsep,

seperti membuat perencanaan usaha dan perencanaan produk. Selanjutnya adalah kemampuan mengorganisasi sumberdaya (kemampuan menjadi pemimpin), berikutnya adalah kemampuan mengelola sumber daya serta pinansial (modal), serta kemampuan untuk berkreasi atau berinovasi dalam menciptakan produk dan terakhir yakni pintar dalam berkomunikasi termasuk bersimpati untuk membangun jejaring (hubungan) dengan berbagai lembaga. Kelima keterampilan ini secara mendasar kiranya harus diberikan lembaga yang mempunyai visi dalam melahirkan penggerak dan calon ekonomi kreatif ke depan.

D. Ekonomi Kreatif pada Karya Batik Mahasiswa UNY

Howkins (2001) berpendapat kreativitas muncul apabila seseorang berkata mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu. Artinya kreativitas memiliki konsep mengintensipkan informasi, ide, dan pengetahuan berbasis membangkitkan kembali jiwa masa lalu ataupun menciptakan sesuatu yang baru. Mack (2013) mempertegas kembali bahwa kesenian lokal merupakan kristalisasi dari sifat, kekuatan, dan jiwa bangsa itu sendiri, sehingga hal ini penting digali dan dihidupkan kembali sebagai pondamen kehidupan di masyarakat Indonesia. Jenis-jenis seni dari Barat bisa saja menjadi bahan ajaran dan sumber reprensi asal sebelumnya dikembangkan terlebih dahulu landasan representasi mental yang kuat dalam kesenian lokal. Sehingga diharapkan ke depan hadir medan kreatif yang bersifat dinamis, komprehensif, dan membuka diri terhadap berbagai perubahan radikal, namun mampu mengolah kembali menjadi diri sendiri, artinya menghadirkan orijinalitas pribadi.

Penggagas industri kreatif mengkaitkan kreativitas dengan “nilai ekonomi”, kreativitas untuk tujuan ekonomi, yaitu menghasilkan nilai tambah dan keuntungan ekonomi (*profit*) kata Amir Piliang (2010). Konsep inipun kini menggejala di dalam dunia pendidikan “*last but not least*”, demikian ditegaskan Richard Florida (dalam Faisal Afiff, 2012). Dikatakan bahwa, insan kreatif bertalenta sudah seharusnya muncul dari mereka yang berlatar belakang akademik apalagi dalam pendidikan seni. Ditegaskan Piliang (2010) bahwa pendidikan seni

harus mencurahkan perhatian dan enerjinya lebih besar pada pengembangan sektor-sektor industri kreatif yang terus tumbuh, dan menjadi pelopor dalam menstimulasi kreativitas.

Sambutan Presiden Joko Widodo (Pembukaan Temu Kreatif Nasional, 4 Agustus 2015) bahwa saya sangat yakin ekonomi kreatif nantinya akan menjadi pilar perekonomian Indonesia di masa yang akan datang. Kita perlu melakukan lompatan dari perekonomian yang sebelumnya mengandalkan sumber daya alam, mengandalkan pertanian, mengandalkan industri, mengandalkan teknologi informasi, menjadi perekonomian yang digerakan oleh industri kreatif. Dan kalau kita ingin bersaing di bidang industri, pasti kita kalah dengan Jerman atau kalah dengan China. Tetapi di bidang ini (maksudnya industri kreatif) kesempatan itu sangat terbuka lebar, yaitu bidang industri kreatif di bidang ekonomi kreatif. Dan kreatifitas akan mendorong inovasi yang menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi, tetapi pada saat yang bersamaan ramah terhadap lingkungan, serta menguatkan citra dan identitas budaya bangsa kita.

Berajak dari pendapat tersebut maka, merupakan tantangan bagi alumni, mahasiswa, tenaga pendidik, peneliti, karyawan ataupun seniman lulusan pendidikan seni ke depan untuk menghasilkan produk yang kreatif dan inovatif. Inovasi adalah produk kreativitas dan kreatif adalah jiwa produk, dan objek inovasi adalah nilai tambah suatu produk. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. Kebaharuan merupakan suatu konsekuensi dari implementasi praktis inovasi dan inovasi selalu baru, serta kunci dari inovasi adalah nilai tambah bagi pengguna. Nilai tambah di sini dapat diartikan dari keindahan secara visual (tampilan) ataupun fungsi dari produk (ergonomi produk) dan orisinalitas jelas menjadi parameter penting menghadirkan produk karya seni. John Howkins (2001) menegaskan bahwa *using my new product can inspire me to be creative, and so the cycle of creativity begins again*² (menggunakan produk baru, dapat menginspirasi kita untuk menjadi lebih kreatif dan selanjutnya siklus kreativitas dimulai lagi (Suryana, 2013). Seperti siklus kebaruan batik karya mahasiswa Program Studi Pendidikan Kriya di bawah ini.

² John Howkin mengutip pendapat Anita Roddick dalam bukunya berjudul *Capital of My Mind*, tahun 2001: 220.

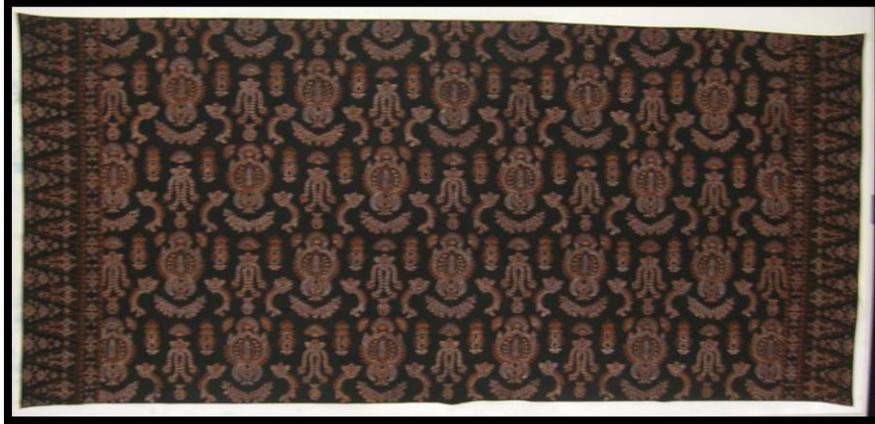


Kriya Sepatu dengan bahan Karung Goni berhiaskan batik Karya Ayu Nisa, S.Pd., dipresentasikan Ujian Tugas Akhir Karya Seni 2015, Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta



Kriya Sepatu bahan baku kulit kayu Lantung Karya Dwi Astuti, S.Pd., dengan hiasan teknik batik dipresentasikan Ujian Tugas Akhir Karya Seni 2015 Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta

Kriya Batik Karya Parjiati S.Pd, Konsep Kembar Mayang dan Ronce Melati.
Dipresentasikan dalam Ujian Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) 2016
Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta





Kriya Batik Karya Danti Risky Amalia, S.Pd., Konsep Malyoboro
Dipresentasikan Ujian Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) 2014
Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta





Kriya Batik, Karya Diyah Ayu Heryamin. S.Pd., Konsep Bunga Setaman pada Busana Pesta. Dipresentasikan Ujian Tugas Akhir Karya Seni 2016 Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta





Kriya Batik Karya Dwi Parjiati, S.Pd., Konsep Kembang Mayang pada Busana Pesta, 2017. Dipresentasikan Ujian Tugas Akhir Karya Seni 2015 Program Studi Pendidikan Kriya Universitas Negeri Yogyakarta





E. Penutup

Kiranya dengan *stock* ilmu seni yang telah dimiliki para intelektual pendidik seni akan mampu melahirkan ide, gagasan, inspirasi dan khayalan yang diwujudkan dalam bentuk desain, merek dagang, paten, haki dan juga royalti. Jika hal ini dapat berjalan dengan baik niscaya tujuan dan cita-cita pendidikan seni adalah lembaga yang ikut serta berkontribusi membangun Indonesia yang adil, makmur dan sejahtera, serta pada akhirnya mampu mengantarkan generasinya meraih hidup bahagia dunia dan akhirat.

Sumber Bacaan

Amir Piliang, Yasraf. 2010. "Pendidikan Tinggi Seni dalam Dinamika Industri Kreatif dan Perannya dalam Membangun Karakter Bangsa," *Pidato Dies ISI Yogyakarta*, Yogyakarta: Pidato Pelepasan Wisudawan ISI Yogyakarta.

Afiff, Faisal. 2012. Rangkaian Kolom Kluster I.

Ainur, Aan Fadia. "Pendidikan Ekonomi Kreatif, Solusi bagi Pengangguran", diambil dalam melalui <http://kompasiana.com>

BEKRAF. 2016. "Sambutan Presiden Joko Widodo pada Pembukaan Temu Kreatif Nasional", Sistem Ekonomi Kreatif Nasional.

Hermawan, Sigit. 2012. "Pengembangan dan Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Melalui Comprehensive Intellectual Capital Management", *Zona Keuangan*, Fakultas Ekonomi Universitas Batam.

Howkins, John. 2007. *The Creative Economy*, New York: Penguin Books.

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Mack, Dieter. 2013. "Pengembangan Model Pembelajaran Kesenian di Sekolah", *Paper International Seminar Cultural Arts Education 2013*. Surakarta: Visual Art Education.

Muhadjir, Noeng. 2012. "Redisain Sistem Pendidikan Guru dan Sistem Manajemen Guru", Yogyakarta: Ikatan sarjana Pendidikan Indonesia bekerjasama dengan UNY.

Peran Pemerintah dan Masyarakat di Industri Kreatif, Sunday May 2009, Published by van tw.

Suparwoko. tt. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata", *Jurnal Elektronik*.

Pengestu, Mari Elka. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.

Parris, David. 2015. *Membangun Industri Kreatif*, Yogyakarta: Zora Book

Seligman, Martin E.P. 2006. *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life*, The United States of America: Vintage Books.

Sudarmadji. 1974. *Seni Lukis Jakarta dalam Sorotan*. Jakarta: Pem. DKI.

SP. Gustami. 2007. *Butir-butir Mutiara Estetika Timur*, Yogyakarta: Prasista, Kanisius.

Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat.

Toffler, Alvin. 1971. *Future Shock*, The United States of America: Printing History. UUD 1945, Pasal 32.

Wijoyo, Evan Tjondro (kode 21060004). *Ekonomi Kreatif Mensejahterakan Masyarakat Melalui Pengembangan Industri Kreatif-Sektor Kerajinan* (Tulisan dalam bentuk Power Point).