

HANDICRAFT:
HARYO SASONGKO
IKON GITAR BATIK
DUNIA

EXPERT:
DHENY PATUNGKA
MASTER OF DIGITAL ART
YANG MENDUNIA

KULINER:
BATIK KURING:
RESTORAN NUANSA BATIK
NUSANTARA

06 2016
Rp 45.000,00

ikreatif

TALENTA KREATIF INDONESIA MENDUNIA

→ MOH. RAMDHAN POMANTO
WALIKOTA MAKASSAR



MAKASSAR
PILAR KREATIVITAS
KAWASAN TIMUR INDONESIA

COMING SOON


KEMANG
PENTHOUSE



REACHING NEW HEIGHTS

Address
Jl. Pangeran Antasari No. 5
Cipete, Jakarta Selatan
DKI Jakarta

Member of


SENOPATI
penthouse

Developed by
PT Mahardika Gagas Sejahtera
Equity Tower 19 B, SCBD
Jakarta Selatan

www.kemangpenthouse.com

Pemimpin Umum/Perusahaan
Lukman Purnomosidi

Wakil Pemimpin Umum/Perusahaan
Imran Syamnir

Direktur Komersial
Jimmi Rachmat

Pengembangan Usaha
Dimas Ario Shakti M
Dwiki Randiputra

Senior Advisor
Hasnil Fajri

Pemimpin Redaksi
Erfendi Eka Putra

Wakil Pemimpin Redaksi
Zal Hanif

Redaktur Pelaksana/Editor
Rusli M. Tang

Redaktur
Muhammad Agus Slamet
Djoko Hadi Winarso

Reporter
Ade Riyan Purnama
Dio Irsandi Mohamad (Kontributor Bandung)

Fotografer
Choky Saktiawan

Biro Luar Negeri
Adinda Mutiara Sabila (Koordinator)

Desain Grafis
Sandi Yusandi
Fitra Madjid

Sekretaris Redaksi
Fat Juliati

Marketing
Vina
Ghina

Sirkulasi & Distribusi
Wardoyo

Sumber Daya Manusia
Ira Gita Safira

Narasumber Unggulan:
Triawan Munaf
Arief Yahya
Dr. Mari Elka Pengestu
MS Hidayat
Suryo B. Sulisto
Budiyarto Linggowiyono
Prof. Dr. Hermanto Siregar
Dr. Arissetyanto Nugroho
Dr. Imam Santosa M.Sn
Dr. Umar Juoro
Dr. Marzan A. Iskandar
Dr. Rinaldi Firmansyah
Dr. Aviliani
Dr. Marcia Codinachs
Ira Puspa Dewi
Nyoman Nuarta
Ikang Fawzi
Bondan Winarno
Ahmad Dhani

Mitra Organisasi Unggulan:
Kadin Indonesia
Diaspora Indonesia

Alamat Perusahaan
Jl. Cibitung I No.22
Kebayoran Baru - Jakarta Selatan
Telp : 021-8344 7049, 021-270 1873
Fax : 021-290 35 116
E-mail : redaksi@i-kreatif.com

Penerbit
PT. Prima Indonesia Kreatif



MAKASSAR MENUJU KOTA KREATIF DUNIA

Salam Kreatif Indonesia,

Pesona Kota Makassar semakin berkilau. Sebagai kawasan investasi dan lalu lintas perdagangan di kawasan Timur Indonesia, potensi ekonomi di Kota Aging Mamiri tersebut tidak pernah pudar. Belakangan Kota Makassar semakin tumbuh dan berkembang menjadi kota yang semakin maju serta mandiri, diantaranya melalui ekonomi kreatif dan talenta-talenta kaya akan kreativitas.

Melihat geliat industri kreatif yang begitu semarak di Kota Makassar tersebut, menjadi sangat beralasan jika beberapa waktu lalu Direktorat Jenderal (Dirjen) Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengusulkan Kota Makassar ke Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan PBB (UNESCO) sebagai Kota Kreatif Dunia, menyusul 41 kota kreatif lainnya di dunia yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Ya, di bawah Komando Ir. H. Mohammad Ramdhan Pomanto dan DR. Syamsu Rizal Mi, S.Sos, M.Si, Kota Makassar kini menjelma menjadi salah satu Kota paling kreatif di Indonesia. Dukungan sang Walikota dan Wakil Walikota sungguh luar biasa, sehingga Makassar memang layak untuk menyandang status tersebut.

Semua sepak terjang Pemerintah Kota (Pemkot) Kota Makassar dan kreativitas pelaku-pelaku insdutri kreatif di kawasan pintu gerbang Indonesia Timur tersebut, bisa Anda simak pada majalah kesayangan; *ikreatif* di Edisi 6, 2016.

Pembaca yang budiman,

Sejalan dengan itu, seperti biasa kami juga tidak lupa menghadirkan artikel menarik lainnya soal ekonomi kreatif, serta talenta-talenta muda kreatif lainnya di nusantara. Mulai dari sektor film, musik, kuliner, budaya, hingga fashion, kami sajikan khusus bagi Anda pembaca setia *ikreatif*. Kami yakin, informasi yang kami sajikan akan dapat memperkaya wawasan Anda dalam segala aspek yang terkait dalam industri kreatif nasional.

Dan kami selalu menunggu saran serta kritikan dari pembaca sekalian, sebagai bahan masukan bagi kami, demi hadirnya tulisan tulisan yang bermutu serta bermanfaat, terutama untuk mendorong para talenta muda Indonesia menuju pentas dunia. Selamat membaca!

| Dr. Lukman Purnomosidi



14



62



74

LAPORAN UTAMA **MAKASSAR**

08

**BOOMING EKONOMI KREATIF,
TINGGAL MENUNGGU WAKTU**

Di tengah upaya Makassar mewujudkan dirinya menjadi kota kelas dunia, nyaman dan kota untuk semua, terselip kebangkitan ekonomi kreatif di setiap lorong kota.

10

**COVER STORY:
MOH. RAMDHAN POMANTO, WALIKOTA MAKASSAR**

14

**COVER STORY:
SYAMSU RIZAL, WAKIL WALIKOTA MAKASSAR**

16

ZULKARNAIN ARIEF (KETUA KADIN SULAWESI SELATAN)
WAJAH BARU EKONOMI KREATIF MAKASSAR

20

MENGUBAH SAMPAH, MENJADI RUPIAH
Material sisa yang tidak diinginkan dari sebuah proses, lebih kita kenal sebagai sampah dan menjadi limbah kotor. Namun di Kota Makassar, hal tersebut justru menjadi kekuatan nan mengagumkan.

26

CREATIVE CAMP, BIBIT DIGITAL PRENEUR
Dilo Makassar menjadi tempat bagi komunitas kreatif digital untuk belajar, menelurkan ide, dan berjejaring. Dilo juga memberikan pembelajaran sektor industri yang potensial untuk dijalani.

36

CAFE KREATIF MAKASSAR
Tempat nyaman tak melulu tentang sofa empuk atau makanan yang menggugah selera. Namun juga tentang ide dan tujuan pembuatannya. Bagaimana jika cafe Keiko dan Lounge justru menawarkan semua hal tersebut di dalamnya?

38

TRANS STUDIO MALL MAKASSAR:
ONE STOP ENTERTAINMENT DESTINATION

50 **OPINI**

52 **HANDICRAFT**

56 **INOVASI**
COLEGA CO
INOVASI KONSEP
RUANG KERJA MODERN

60 **EDUKASI**
PINISI, SAJIKAN PERMAINAN
INDONESIA BANGET

68 **FESYEN**
MENDOBRAK FESYEN ETNIK
DENGAN KOMUNITAS

72 **KULINER**
BATIK KURING:
RESTORAN NUANSA BATIK
NUSANTARA

76 **WISATA**

79 **FILM**



SENOPATI
penthouse

Your Penthouse
Your Lifestyle



Member of

EUREKA
GROUP

SENOPATI PENTHOUSE

Managed by

**COLDWELL
BANKER**

Jl. Senopati No. 44 Jakarta Selatan 12190 - DKI Jakarta

www.senopatipenthouse.com



Agung Firmansyah

Bravo, *ikreatif* Keren Betul

Wow.. Terimakasih saya dapat kiriman majalah *ikreatif*. Aih, aih, aih, *ikreatif* betul betul kreatif. Lima cover *story*-nya, empat kepala daerah dari Pulau Jawa, diselingi Menkop dan UKM dari Bali. Tampilannya juga semarak. Heboh, rame, pulwerno werno-werno. Asyiklah...

Muantaap dah. Bravo! Sukses untuk *ikreatif*. Sekali lagi terimakasih ya salam. Lain waktu saya ingin memberikan sumbang saran dan tulisan, sehingga majalah ini makin berwarna sesuai taglinenya, Talenta Kreatif Indonesia Mendunia.

Salam,
Agung Firmansyah
Bekasi, Jawa Barat

Redaksi
Kami tunggu tulisan-tulisannya

Perbanyak Tulisan Talenta dan Produknya

Saya ke Gramedia saya lihat ada majalah baru, tampilan Walikota Yogyakarta. Karena saya orang Yogya, saya beli. Menarik. Awalnya mau lihat-lihat saja isinya seperti apa. Tetapi tidak bisa karena pake plastik. Jadi saya beli. Tidak rugi juga, tampilannya cukup keren.

Saya senang baca rubrikasi yang membahas soal talentanya. Beberapa isi monoton karena lebih pada pendapat pakar, akademis, yang menurut saya menghabiskan waktu membacanya. Lebih baik tampilkan lebih banyak talenta dan karyanya.

Jadi kita mengetahui jenis produk, bisa menginspirasi pembaca juga. Dan tulis pelaku-pelaku yang belum dimuat oleh media umum, sehingga punya nilai tambah.

Banyak sekali talenta muda di Indonesia yang bagus. Namun tidak banyak yang terpublikasi. Itu PR bagi tim *ikreatif* untuk mewawancarai mereka. Semoga edisi onlinenya juga tak kalah greget. *Ikreatif* memperkaya kanzanah pengetahuan masyarakat Indonesia.

Gautama
Dosen
Bulak Sumur, Yogyakarta

Redaksi
Terimakasih masukannya. Jika punya tulisan dan infot talenta kreatif di daerah Anda bisa di email ke redaksi@i-kreatif.com atau exa_lin@yahoo.com

Liputan Kota Kreatif Seluruh Indonesia

Visi dan Misi Majalah *ikreatif* sama dengan komunitas yang tergabung dalam Indonesia Creative City Networks (ICCN). Menyokong tumbuhnya kreativitas disetiap kabupaten/kota. Usulan kami Malang, Banyuwangi dan Makassar perlu jadi pilihan berikutnya karena banyak sekali pelaku dan kreativitas anak mudanya yang menonjol.

Kami siap membantu menjembatani kebutuhan akan data narasumber yang relevan dengan isi majalah ini sehingga bisa semakin berbobo. Salam sukses dan sebarkan terus nilai-nilai kreatif anak bangsa ini sampai ke mancanegara.

Budi Prajitno
Solo City Planning Division
Solo Creative City Network
Jl. Prof. Dr. Soeharso no. 38

Redaksi
Terimakasih atas bantuannya selama kami di Solo. Sesuai usulan Anda, edisi ini kami tampilkan Makassar, kota kreatif di luar pulau Jawa.



design cover: sandi yusandi
ilustrasi: erik ariza



Jl. Cibitung I No.22
Kebayoran Baru - Jakarta Selatan
Telp : 021-8344 70 49
021-270 18 73
Fax : 021-290 35 116
E-mail : redaksi@i-kreatif.com



@Majalah iKreatif



081315458835 (Erfendi Eka Putra)



Artikel di majalah *ikreatif* juga tampil dalam edisi bahasa Inggris di www.globalindonesianvoices.com




indonesia housing

SEKARANG TERSEDIA DI
 wayang
wayang.co.id



wayang.co.id
 wayang





 @majalahindonesiahousing  Majalahindonesiahousing  redaksi@indonesia-housing.com





BOOMING EKONOMI KREATIF TINGGAL MENUNGGU WAKTU

Di tengah upaya Makassar mewujudkan dirinya menjadi kota kelas dunia, nyaman dan kota untuk semua, terselip kebangkitan ekonomi kreatif di setiap lorong kota.

 Rusli M. Tang
 Istimewa

Ada yang berbeda dari wajah Kota Makassar saat ini. Optimis dan kreatif. Seperti itulah kira-kira ilustrasinya. Perubahan yang secara perlahan mulai dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Mulai dari masyarakat tingkat lorong, seniman, pengusaha lokal, hingga para pengambil keputusan. Mereka bergandengan tangan membangun citra kotanya yang lebih baik, lebih nyaman, dan lebih kreatif. Dan itu tertuang dalam konsep tata ruang kotanya yang mengacu pada *compact city*.

Perlahan tapi pasti, kesan Makassar sebagai kota yang “keras” mulai dikikis. Lorong-lorong ditata menjadi kawasan agrowisata dan kuliner. Duet Walikota Mohammad Ramdhan Pomanto dan Wakil Walikota Syamsu Rizal sepakat menata kotanya secara terpadu. Bahkan Makassar akan dibangun dengan kreativitas dalam konteks kota, yang tak hanya unggul di bidang kuliner dan juga di bidang teknologi informasi.

“Tiga tahun lalu sekitar 94.000 dari 17 juta penduduk masuk kategori miskin. Mereka tersebar di lorong. Hal ini menjadi alasan saya memajukan lorong-lorong menjadi agrowisata dan kuliner,” ujar Walikota Makassar Mohammad Ramdhan Pomanto saat ditemui *iKreatif* di rumah dinas.

Tidaklah mengherankan jika kota multietnis ini (Makassar, Bugis, Mandar, dan Toraja) terus menunjukkan eksistensinya di industri kreatif. Dukungan pemerintah kota menjadi *push factor*-nya. Gairah industri kuliner, fesyen, grafika,



Mohammad Ramdhan Pomanto
Walikota Makassar



film, pun secara bergantian mengisi potensi ekonomi kreatif di kota seluas 175,8 km persegi dengan 1.700 lorong yang tersebar di 14 kecamatan dan 143 kelurahan.

Pembangunan ekonomi dengan konsep tata lorong menjadi andalan. Hal ini diakui oleh Wakil Walikota Syamsu Rizal yang mengatakan bahwa konsep itu adalah dengan mengubah lorong bisa menjadi ruang kreatif yang produktif. Caranya adalah dengan menghidupkan sendi ekonomi masyarakat melalui sejumlah usaha seperti kuliner, kerajinan, kesenian, dan bank sampah. "Mengubah wajah Makassar sebagai kota kreatif bukan perkara mudah," ujar Syamsu Rizal.

Senada dengan itu, Rusmayani Madjid Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) Kota Makassar, mengatakan bahwa ekonomi kreatif memang tengah berkembang. "Saat ini kami sedang memetakan potensi-potensi ekonomi kreatif yang ada di sini hingga tingkat kecamatan. Saat ini kami fokus di bidang kuliner dan seni pertunjukkan," ungkap Rusmayani. Katanya saat ini setiap kecamatan di Makassar potensi kuliner yang sangat dominan.

Dukungan pengembangan kreatif tak hanya muncul dari regulator tapi juga dari sejumlah asosiasi pengusaha. Salah satunya dari Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (DPD HIPPI Sulawesi Selatan). Menurut Ketua DPD HIPPI Sulawesi Se-



Syamsu Rizal
Wakil Walikota Makassar



Rusmayani Madjid
Kepala Dinas Parekraf Kota Makassar



Andry S. Arief Bulu
Ketua DPD HIPPI Sulsel



Andi Imran Mappasonda
Ketua HIPMI Makassar

latan, Andry S. Arief Bulu, organisasinya akan mengembangkan dunia usaha khususnya di skala kecil dan menengah. Di Makassar sendiri, HIPPI juga akan fokus mengangkat ekonomi kreatif. "Kita coba bergerak di sektor kecil dan menengah. Sementara kalau bicara ekonomi kreatif, biar bagaimana pun pasti kita mendukung program industri kreatif yang skalanya nasional itu," tegas Andry.

Dukungan serupa juga datang dari Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI Makassar). Menurut Andi Imran Mappasonda (Ketua HIPMI Makassar) potensi ekonomi kreatif di Makassar sedang bergairah. Hanya saja gejala krisis membuat pasarnya menjadi mandek di pasar global. "Akhirnya saat ini kita dorong ekonomi kreatif itu di tingkat nasional. Kita juga mendorong agar orang lebih mengenal Makassar sebagai kota kuliner," ujar Andi.

Kini busur panah kreatif sudah dilepas ke seluruh penjuru kota. Masyarakat pun juga sudah dibekali amunisi yang cukup. Menarik ditunggu seperti apa *booming* industri kreatif di Kota Anging Mamiri. Yang pasti lewat ekonomi kreatif, Makassar akan benar-benar tampil beda dan cerdas. Sesuai dengan *tagline* Kota Makassar; *Sombere' and Smart City*. ■

"TIGA TAHUN LALU SEKITAR 94.000 DARI 17 JUTA PENDUDUK MASUK KATEGORI MISKIN. MEREKA TERSEBAR DI LORONG. HAL INI MENJADI ALASAN SAYA MEMAJUKAN LORONG-LORONG MENJADI AGROWISATA DAN KULINER."



H. MOHAMMAD RAMDHAN POMANTO
WALIKOTA MAKASSAR



H. MOHAMMAD RAMDHAN POMANTO, WALIKOTA MAKASSAR

“MAKASSAR KOTA KREATIF KELAS DUNIA”

Dalam dua tahun terakhir ini, Kota Makassar terus berdandan. Wajah kota yang dahulu terkesan kotor, semrawut, dan kumuh, kini terlihat lebih cantik, berseri, karena bersih dan tertata dengan baik. Pemerintah Kota Makassar serius menata kotanya, tak hanya membuat program. Akan tetapi, mereka mencari solusi dan melengkapi fasilitas untuk menunjang semua program yang diluncurkan.

Erfendi Eka Putra | Ade Riyan Purnama

Tujuan akhir dari semua itu adalah menjadikan Makassar sebagai kota cerdas yang layak huni, kunjungi, dan berinvestasi dengan masyarakatnya yang cerdas. Dengan cara pandang yang baru, H. Mohammad Ramdhan Pomanto, Walikota Makassar adalah nakhoda yang terus bergerak membangun kota seluas 175,8 km² itu.

Salah satunya perang terhadap sampah. Mengusung prinsip bahwa kota ibarat manusia, Ramdhan yang sering dipanggil Danny itu melibatkan masyarakat dalam berperang dengan sampah. Dalam "gencatan senjata" atas sampah, hingga kini Dinas Kebersihan dan Pertamanan sudah membina serta mendampingi 280 unit bank sampah dan satu bank sampah induk. Total nasabah mencapai 16.000-an nasabah.

Akibat inovasinya tersebut, Danny meraih penghargaan Baksyacara dari Kementerian Koordinator Kesejahteraan Rakyat tahun 2014. Anugerah Baksyacara adalah penghargaan tertinggi pemerintah pusat atas upaya pemerintah daerah dalam mengembangkan budaya kreatif dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif sebagai salah satu strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Nah, kepada tim Majalah *iKreatif*, Selasa 12/4, pukul 07.15 WITA di kediaman dinasnyanya, Danny menjabarkan berbagai program dan inovasi yang dilakukan selama hampir tiga tahun memimpin kota dengan laju pertumbuhan ekonomi rata-rata 9% per tahun itu. Berikut petikannya:

Bisa Anda ceritakan apa saja yang sudah dilakukan pemerintah Kota Makassar untuk mendorong ekonomi masyarakat bertumbuh khususnya melalui kegiatan ekonomi kreatif?

Pertama yang perlu diketahui adalah ada tiga visi Kota Makassar. Yakni kota dunia, kota nyaman, dan kota untuk semua. Ekspresi kota dunia terletak

pada pelayanan publik. Bagaimana warga yang bermukim di dalamnya merasa aman, dan nyaman saat beraktivitas di dalam maupun di luar rumah.

Lalu ukurannya apa?

Ukurannya cukup sederhana, warga kota dapat mengakses kebutuhannya dalam radius 2 km. Karena itu kami mengarahkan tata ruang Makassar mengacu pada *compact city* atau pola menyebar. Fasilitas publik dibangun tersebar, tidak berpusat pada satu titik. Hal ini memudahkan warga dalam mengakses fasilitas publik, dan memenuhi kebutuhan atau keperluan hidupnya.

Anda membangun ekonomi Makassar dengan konsep mulai dari tingkat lorong dengan ekonomi kreatif. Bisa dijelaskan?

Saya ini dibesarkan orang tua dan menikah di lorong sempit, jadi saya tahu betul persoalannya. Di Kota Makassar terdapat 1.700 lorong yang tersebar di 14 kecamatan dan 143 kelurahan. Tiga tahun lalu sekitar 94.600 dari 1,7 juta penduduknya masuk kategori miskin. Mereka tersebar di lorong. Hal ini menjadi alasan saya memajukan lorong-lorong menjadi agrowisata dan kuliner.

Kota Makassar saya bangun dengan kreativitas. Kreativitas itu dalam konteks kota. Jika ada solusi besar bisa dipecahkan dengan satu tindakan kreatif. Kami tidak sekadar membangun produknya tetapi sistemnya yang harus kreatif.

Namun kalau bicara produknya maka produk-produk unggulan maka kami unggulnya di kuliner dan informasi teknologi. Ada rumah *software* banyak komunitas IT. Bahkan ada buruh yang berhasil bikin aplikasi dan mendapatkan penghasilan ribuan dollar sebulan. Produk makanan secara gastronomi, misalnya secara nama mirip, namun rasa berbeda. Menciptakan rasa itu butuh kreativitas yang tinggi sekali.

“LUAR BIASA. SAYA SENDIRI TIDAK MENYANGKA. SATU KALI TIMBANG MASYARAKAT BISA ADA YANG DAPAT RP2 JUTA. BAHKAN SOPIR ANGKUTAN SAMPAH YANG AWALNYA PROTES AKHIRYA MENYADARI MANFAAT DARI BANK SAMPAH INI, MEREKA BISA DAPAT PENGHASILAN SAMPAI RP 8 JUTA.”



Menteri Luar Negeri Australia Julia Bishop mendengar penjelasan Walikota Makassar Danny Pomanto ketika melakukan kunjungan kerja ke Makassar dengan mengunjungi lorong Garden di Kecamatan Rappocini, 22/3/2016.

Produk pakaian, di sini sudah menciptakan batik lontara. Ini original dari Makassar. Demikian juga dengan pelaku seni grafis tidak kalah dengan daerah lain. Ada banyak pembuat film yang kita punya bahkan mereka rajin mempromosikan Makassar ke luar negeri.

Tetapi karya-karyanya kurang terekpos?

Kami tidak menganut super ekspos seperti daerah lain. Tetapi eksloit (pemanfaatan-red). Karena kreativitas itu adalah gerakan masyarakat bukan perorangan. Ujungnya adalah pemanfaatan secara ekonomi seperti adanya lorong garden, lorong kuliner dan reduksi sampah lewat bank sampah. Kegiatan ini yang kemudian produktif menghasilkan uang.

Bisa Anda jelaskan konsep bank sampah yang menjadi model untuk diadopsi secara nasional?

Bank sampah itu adalah sebuah produk konsep dalam ekonomi kreatif. Produk sampah kami sehari sampai 1.200 ton/hari. Itu juga berawal dari lorong. Saya membuat kantongisasi sampah dengan ukuran sendiri. Dibagi dua, untuk yang miskin dan kategori tidak miskin. Masing-masing dapat 4 yaitu orang miskin 4 kantong dan non miskin 4 kantong.

Khusus yang miskin warnanya sendiri dan dapat ditukar beras dengan satu kantong sampah jika dijual di bank sampah dia dapat beli gas, beras, air bersih dan lain-lain sesuai kebutuhan dia. Atau dia bisa tidak ambil uangnya jadi tabungan.

Sedangkan untuk yang non miskin warnanya hijau, diambil pemkot dan dikelola oleh pemkot di bank sampah pusat dan dana hasil pengelolaan diberikan

untuk kesejahteraan pekerja kebersihan. Ini adalah terobosan yang dilakukan oleh Pemkot Makassar. Mobil sampahnya juga saya desain secantik mungkin. Mobilnya pakai GPS. Pemkot terus menyempurnakan prosedur dan melakukan sosialisasi bank sampah ke RT dan RW. Sekarang sudah ada 281 bank sampah di Makassar. Dari 3.000 bank sampah di Indonesia, 10% berasal dari Makassar.

Pendapatan masyarakat dari sampah ini?

Luar biasa. Saya sendiri tidak menyangka. Satu kali timbang masyarakat bisa ada yang dapat Rp2 juta. Bahkan sopir angkutan sampah yang awalnya protes akhirnya menyadari manfaat dari bank sampah ini, mereka bisa dapat penghasilan sampai Rp8 juta.

Sekarang kami sudah ada 250 UKM sampah yang memiliki badan usaha resmi. Delapan di antaranya sudah dapat KUR sampai Rp50 juta. Target saya, satu RW mempunyai 1.000 bank sampah supaya masyarakat yang jadi pengelola mandiri dan sadar.

Sampah tersebut dijadikan produk olahan apa saja?

Macam-macam. Pemkot bikin yang namanya Tempat Pembuangan Akhir bintang 5. Kami memberikan standar bintang untuk menggambarkan pengelolaan sampah yang terintegrasi dengan teknologi. Kami buat semacam realstate dalam area seluas 26 hektar. Sampah ini di tata dan ada yang akan dibakar secara aman. Ini produk kreativitas. Di lokasi itu ada taman lalu lintas. Bisa untuk latihan setir truk, mobil, *drag race*, bisa untuk sepak bola, *jogging track* bahkan kamu akan membangun universitas khusus sampah.

Maksudnya?

Ya untuk belajar bagaimana masyarakat sejahtera lewat sampah. Banyak yang mengapresiasi. Koran-koran nasional semua meliputi TPA bintang 5 kami. Bahkan jadi lokasi pelantikan pejabat. Itu yang namanya *creativity*, fakta masyarakat dan pejabat belajar dari sampah.

Pendanaannya?

Pada intinya pengelolaan sampah masyarakat itu adalah tanggung jawab pemerintah. Nah dengan sistem bank sampah bisa dikatakan minim *budget*. Agar masyarakat berminat mengelola bank sampah, mereka diberikan bantuan modal. Dana ini akan menjadi modal awal bagi pengelola untuk membayar setiap sampah yang dibawa oleh nasabah.

Jumlahnya disesuaikan dengan jumlah nasabah dan produksi sampah di setiap bank sampah. Saat ini harga 1 kilogram sampah yang sudah dipilah sekitar Rp8.500. Sekitar 85 persen sampah bisa dipilah dan diolah di bank sampah, sehingga yang masuk ke TPA hanya sekitar 15 persen.

Berapa target pertumbuhan ekonomi khususnya dari sektor ekonomi kreatif per tahun?

Target GDP Makassar *the highets* 8%. Target GDP growth 6%. Tetapi kalau pertanyaan Anda tadi berapa besar kontribusi dari ekonomi kreatif sendiri saya bilang belum diukur. Tetapi dapat disimpulkan penyebab Makassar menjadi yang tertinggi di Indonesia karena orang masuk Makassar untuk mencoba makanan dan *hospitality*-nya.

Soal komunitas kreatif di Makassar. Bagaimana Anda menghimpun mereka?

Kami mempersatukan seluruh seniman, melakukan deklarasi, komunitas dibina oleh pemkot. Pemkot juga menantang para seniman, contoh pematung untuk membuat patung mengenai cerita tradisional Laga Ligo. Cerita *I La Galigo* itu seperti kisah *Mahabrata*.

Kemudian tanggal 8 September nanti ada Makassar International Eight Festival and Forum (F8) yang merupakan singkatan dari Film, *Fashion*, *Food*, *Flowers*, *Fine Art*, *Folks*, *Fusion Jazz*, *Fixion Writer*. F8 adalah wadah untuk menyatukan potensi besar Makassar yang selama ini cenderung terpisah-pisah. Dengan demikian semua kekayaan yang kita miliki dikolaborasi jadi satu dalam sebuah festival tahunan yang akan membawa manfaat besar bagi kota ini.

Tujuan akhir F8 tersebut?

Setelah *event* ini berjalan Pemkot kemudian melibatkan para pengusaha. Bikin *event* dan produk bersama. Misalnya dari Batik Lontara dibuat berbagai produk, Pemkot bikin MURI untuk pisang ijo terpanjang di dunia.

Sesuai visi kami mewujudkan kota dunia (Makassar) yang nyaman. Satu anak, satu talenta, satu anak satu tarian, satu anak satu olah raga di setiap sekolah dari s/d sampai SMA. *Brand* Kota Makassar adalah kota kreatif yang dibangun oleh masyarakat yang dimulai dari lorong. Kota kami butuh orang pintar, orang cerdas, orang kreatif. Menurut saya jika persoalan besar masyarakat bisa diselesaikan dengan cara sederhana dan mudah itulah kreativitas. Itu yang sekarang terjadi di Makassar. ■

CIPTAKAN PROGRAM TELEMEDICINE, PERTAMA DI DUNIA

Itu bukan keturunan darah biru. Tetapi hanya anak seorang guru. Guru yang tinggalnya di lorong pula. Tapi semangatnya tak pernah kendur, sejak kecil punya cita-cita luhur, berubah, berubah dan melakukan perubahan untuk Makassar. Semangat itu pula yang terus ia pelihara hingga SMP dan beranjak masuk SMA 5 Makassar hingga menuntaskan kuliah di Jurusan Arsitek Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin 1989.

Mohammad Ramdhan “Danny” Pomanto ingin menjadikan Makassar dengan standar pelayanan kota dunia. Dalam layanan kesehatan misalnya, ada program telemedicine, memadukan teknologi kedokteran dalam satu kartu. Semua rekam medis dari si pasien sudah ada dalam kartu *smart card*. Pelayanan kesehatan di Makassar dapat dilakukan dari rumah melalui fasilitas *homecare* (Dottorota) yang digandengkan dengan Telemedicine.

Hasil diagnosa dari dokter di Rumah Sakit dikirimkan ke dokter yang berada di rumah pasien. Seluruh proses pemeriksaan Telemedicine berbasis *smart city*, menggunakan *smartsard* yang memuat riwayat atau rekam medik pasien. Program Telemedicine yang diciptakannya itu merupakan yang pertama di dunia dan dengan satu kartu untuk semua data pribadi warga Makassar, semuanya telah terdata dalam kartu pintar tersebut. ■






SYAMSU RIZAL, WAKIL WALIKOTA MAKASSAR

EKONOMI KREATIF, SOLUSI PERSOALAN SOSIAL

EKONOMI MASYARAKAT DIBANGUN LEWAT KONSEP TATA LORONG. PARTISIPASI KOMUNITAS DAN INTERVENSI PEMERINTAH DIPERLUKAN GUNA MEMASTIKAN RAKYAT KECIL MENDAPATKAN MANFAAT.

 Erfendi Eka Putra |  Dok. Pribadi

Peserta International Creative Cities Conference (ICCC) yang terdiri dari unsur pemerintah kabupaten/kota seluruh Indonesia, pengusaha, dunia pendidikan serta komunitas kreatif, memandang Makassar sebagai salah satu kota dengan perkembangan konsep kreativitas yang sangat pesat dalam tiga tahun belakangan. Berkat prestasi itu, di Malang, April lalu, peserta ICCC sepakat menunjuk Makassar sebagai tuan rumah penyelenggaraan ICCC ke-3 pada 2017.

“Sematan sebagai kota begal dan baku pukul lebih dulu melekat. Mengubah wajah Makassar sebagai kota

kreatif bukan perkara mudah,” cetus Syamsu Rizal, Wakil Walikota Makassar. Karena itu kepercayaan ICCC lanjutnya merupakan kesempatan emas Makassar untuk terus berbenah, khususnya dalam membangkitkan ekonomi masyarakat.

Nah, salah satu program Pemkot Makassar adalah pembangunan ekonomi konsep tata lorong (gang). Konsep ini mengedepankan pendekatan ruang masyarakat terbawah, yakni mengubah lorong biasa menjadi ruang kreatif yang produktif. Dengan menghidupkan sendi ekonomi masyarakat melalui usaha kue tradisional lewat kuliner lorong, kerajinan, kesenian, lorong garden dan bank sampah.

Untuk program tata lorong ini, setiap kecamatan tentu akan berbeda-beda disesuaikan dengan keunggulannya. Ada kecamatan yang khusus untuk kesenian, kerajinan tangan, kuliner dan sebagainya. Kecamatan Panakkukang misalnya. Dipusatkan untuk kerajinan perak, panganan kue tradisional dan tradisi kesenian lokalnya.

Omset Bank Sampah Rp600 juta per hari

Selain program di atas, kreativitas yang dilakukan oleh Pemkot Makassar adalah intervensi dalam hal pengelolaan sampah dengan mendirikan bank sampah. Maklum, produksi sampah di Makassar sehari mencapai 700-800 ton. Sampah sejumlah, itu





akan menjadi masalah jika tidak dikelola, namun menguntungkan jika dikelola lewat bank sampah, yang tersedia di RW dan kelurahan, masyarakat dapat menukarkan sampah dengan kebutuhan sehari-hari seperti; beras, minyak goreng, air minum atau disimpan dalam bentuk tabungan.

Saat ini tercatat sebanyak 280 unit bank sampah aktif yang tersebar di kelurahan, dengan jumlah nasabah mencapai 16.000-an orang. Dari kegiatan mereduksi sampah itu, omset yang didapat bank sampah bisa mencapai Rp600 juta sehari.

"Itulah ekonomi kreatif. Dari aspek sosial, bank sampah menjadi salah satu instrumen kami untuk menyelesaikan masalah sosial di kota ini. Masyarakat yang kemarin nganggur, kini sudah bisa isi waktunya dengan mengumpulkan sampah, bertambah penghasilannya, terjadi interaksi sosial antara nasabah dan kelembagaan didalam," pungkas Ketua Palang Merah Makassar itu.

Program tersebut juga ditunjang dengan teknologi, lewat aplikasi timbangan *online*, sehingga jumlah, lokasi dan nilai sampah yang akan dijual dapat segera diinformasikan ke bank sampah pusat. ■

"DINAS" SAMPAI TENGAH MALAM

Mengaku terlahir dari "keluarga sangat biasa-biasa saja", Syamsu Rizal mengaku tidak pernah bermimpi menjadi Wakil Walikota Makassar. Cita-citanya yang pertama ingin menjadi ustadz, karena sering melihat ayahnya, Drs Marzuki Ibrahim, memberikan ceramah.

Beberapa kali ia mengubah cita-citanya, dari insinyur, wartawan, dan guru. Namun tetap tidak pernah ingin menjadi pejabat atau politikus. Nyaris menjadi dosen, karena memperoleh beasiswa, dengan perjanjian setelah kuliah harus bersedia menjadi dosen tetap di Unhas, namun pria kelahiran Selayar, 30 Juni 1973 itu, justru "lari" dan memilih menekuni dunia bisnis.

Sampai akhirnya roda kehidupan membuat Daeng Ical mantap terjun ke dunia politik dengan menjadi anggota DPRD Kota Makassar periode 2004-2009. Kemudian pada tahun 2013 terpilih menjadi Wakil Walikota Makassar periode 2014-2019 berpasangan dengan Danny Pomanto selaku Walikota Makassar.

Mendengar aspirasi masyarakat biasa dilakukannya dengan duduk di warung kopi atau langsung ke pusat-pusat kegiatan masyarakat. "Beginilah jadi pejabat, pukul Sembilan malam masih keluyuran, pake maju dinas. Dari sini diminta datang menghadiri pertemuan warga," ucapnya santai ketika ditemui di sebuah warung.

Lewat saluran informal seperti warung kopi, Daeng Ical mengaku banyak mendengar masukan masyarakat. Modal sering berinteraksi itulah yang memberikan kepuasan dan memudahkannya melakukan banyak pekerjaan. ■

BIODATA SYAMSU RIZAL

Nama lengkap : DR Syamsu Rizal Mi SSos MSI
 Nama akrab : Daeng Ical
 Kelahiran : Benteng-Selayar, 30 Juni 1973
 Isteri : Mellia Fersini SE


ANAK:


- Mahadewi Arsy Az-Zahra Putrizal
- Mahadewa Al-Faruqi Ibnu Rizal
- Mahadeenah Al Farabby Ibnu Rizal

ZULKARNAIN ARIEF
(KETUA KADIN SULAWESI SELATAN)

WAJAH BARU EKONOMI KREATIF MAKASSAR

MAKASSAR MEMILIKI POTENSI YANG SANGAT BESAR DI SEKTOR EKONOMI KREATIF. KADIN TERUS BERKOMITMEN MENDORONG DAN MEMBANTU PROGRAM PEMKOT DALAM MEMBESARKAN INDUSTRI KREATIF DI KOTA MAKASSAR.

 Zal Hanif

 Ade Riyan Purnama



Peran aktif sektor dunia usaha yang direpresentasikan melalui Kamar Dagang dan Industri (Kadin) di daerah dalam pengembangan dunia usaha termasuk sektor Ekonomi kreatif serta UKM sangat dibutuhkan. Sadar akan tingginya ketergantungan pengusaha kecil dan pelaku industri kreatif terhadap Kadin tersebut, membuat Kadin Sulawesi Selatan (Sulsel) terus berupaya memberikan yang terbaik, terutama terhadap anggota-anggotanya.

“Sebagai fasilitator, Kadin tidak setengah-setengah mendorong dan mengembangkan perekonomian khususnya industri keratif di Kota Makassar, dan Sulawesi Selatan secara umum. Salah satunya dengan menjalin komunikasi dengan Pemerintah Daerah/Kota dan membantu membuka akses pelaku industri kreatif ke perbankan,” ungkap Zulkarnain Arief Ketua Kadin Sulawesi Selatan (Sulsel).

Pengusaha kelahiran 8 November 56 tahun silam ini mengaku, perkembangan industri kreatif di Makassar begitu pesat dan sangat mengembirakan. “Kebetulan Pak Walikota dan jajarannya sangat konsern memajukan industri kreatif di Makassar, dengan program-program dan terobosan menarik. Jadi semua terbuka, dan Kadin tinggal mendukung dan mendorong agar program tersebut terus berjalan. Salah satu yang kami (Kadin) lakukan adalah dengan mewajibkan toko-toko modern untuk memasarkan minimal 40 produk lokal. Lebih dari itu, Kadin juga memberikan kesempatan kepada calon-calon pengusaha untuk menambah pengalaman. Kami berupaya



mencetak sekurangnya 3 pengusaha setiap desa di Sulsel,” terangnya.

Saat ini setidaknya tercatat sekitar 130 ribuan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Makassar. Hanya saja, sebagian besar belum memanfaatkan teknologi (IT) terkini, tertama dalam hal pemasaran. “Kedepan kita harus lebih memanfaatkan teknologi,

sehingga harapan kami dan Pemkot Makassar, industri kreatif yang begitu potensial dan jumlahnya sangat besar di Makassar ini bisa berubah wajah, *mindset*, dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri,” imbuh Zulkarnain bersemangat.

Kendala lain yang dihadapi pelaku industri kreatif di Makassar ataupun Sulsel adalah akses ke perbankan. Menurut Zulkarnain, dari 130 ribu pelaku UMKM tersebut, baru sekitar 30%-nya yang memiliki akses ke perbankan.

“Jadi patut kita apresiasi bagaimana peran Pemkot Makassar untuk memajukan industri kreatif dengan mengubah mindset para pelaku industri kreatif. Tidak hanya itu, dari 976 ribu anggota (dari 59 asosiasi) yang tergabung di Kadin, kini arahnya juga sudah mulai ke arah yang lebih modern atau dengan memanfaatkan teknologi. Karena kami sadar, salah satu ciri daerah maju, ya teknologinya juga maju,” ujarnya.

Ya, sebagai pintu gerbang utama kawasan Timur, Makassar memang memiliki potensi yang luar biasa dalam urusan industri kreatif. Tinggal bagaimana pemerintah yang didukung Kadin Kota Makassar mampu mengelola potensi yang ada tersebut. ■



“JADI PATUT KITA APRESIASI BAGAIMANA PERAN PEMKOT MAKASSAR UNTUK MEMAJUKAN INDUSTRI KREATIF DENGAN MENGUBAH *MINDSET* PARA PELAKU INDUSTRI KREATIF.”





STIE MM MENCETAK TALENDA KREATIF

Dunia ekonomi kreatif kini sudah di depan mata. STIE MM (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju) menawarkan kesempatan belajar untuk menjadi pelaku ekonomi kreatif yang bisa bersaing di dunia internasional.

 Ade Riyan Purnama |  Dok. Pribadi

Sebagai sebuah kota yang sempat mendapat predikat salah satu kota terbesar se-Asia Tenggara, Makassar harus bisa memiliki daya saing tinggi dari segi kualitas pendidikannya. Salah satu lokomotif yang menandai kemajuan suatu daerah adalah ketika lahir dan tumbuh lembaga pendidikan baru yang mampu mengakomodir kebutuhan masyarakat disekitarnya. DR. Ir. H.A.M. Yusran Paris. MM, menjawab kebutuhan tersebut melalui STIE Makassar Maju, yang kemudian lebih sering disebut dengan STIE MM.

Berdiri di tahun 2014, STIE MM telah berhasil merebut perhatian 200 mahasiswa yang mendaftar ke 2 program studi. "Awalnya kita memang buka 2 prodi: Manajemen dan Akuntansi," ujar Yusran Paris membuka obrolan khusus bersama *ikreatif*. Ia melanjutkan, target ke depan dari

jumlah mahasiswa STIE MM adalah 1500 untuk 3 tahun. "Kita sekarang punya 15 dosen tetap dan 20 dosen luar biasa. Sesuai dengan rasio jumlah mahasiswa," lanjut pria yang kini memangku jabatan sebagai Ketua Yayasan STIE MM ini dengan terang.

Ketua Komisi Bidang Perekonomian DPRD Sulawesi Selatan ini juga menjelaskan, bahwa pendirian STIE MM karena melihat perkembangan industri kreatif yang besar di Indonesia kemudian merupakan pendapatan devisa negara ketiga setelah pertambangan dan pariwisata. "Visi kita menjadi perguruan tinggi pelopor pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia," ujar Yusran dengan bangga. Kemudian ia juga mengatakan berkaitan dengan visi tersebut maka misi STIE MM untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing global dalam bidang ekonomi kreatif.

Tentunya sebagai perguruan tinggi yang berwawasan internasional namun tetap mengedepankan kearifan budaya lokal, STIE MM bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk mengangkat potensi unggulan tiap daerah. "Sistemnya dengan melatih SDM juga pelaku industri ekonomi kreatif," ujar sang Ketua Alumni Universitas Hasannudin ini bangga.

Namun Yusran tak menampik bahwa ia tetap saja menghadapi kendala dalam membuka wawasan masyarakat Makassar. "Masih banyak yang belum paham benar apa itu ekonomi kreatif. Itu jadi tantangan buat kita dalam terus mensosialisasikan STIE MM," sahutnya dengan arif. Ia berharap bisa terus mensosialisasikan tentang

ekonomi kreatif bersama seluruh *stakeholder*, pihak swasta, dan perguruan tinggi di Makassar.

Melihat perkembangan industri ekonomi kreatif di Makassar, Ketua Ikatan Saudagar Muslim Sulsel ini mengatakan bahwa perkembangan yang baik di Makassar mengenai industri ekonomi kreatif mulai terlihat di bidang kuliner, seni dan fesyen. "Tapi tetap kita harus tingkatkan kualitas SDM dan marketing dari tiap industri tersebut jika ingin berdaya saing secara global," jelasnya dengan bijaksana.

Yusran berharap STIE MM akan menjadi perguruan tinggi yang melahirkan SDM unggulan di bidang industri ekonomi kreatif. "Jika bisa melahirkan SDM unggulan, maka STIE juga diharapkan bisa menjadi partner pemerintah daerah untuk terus menghasilkan embrio yang baik dalam mendukung perkembangan industri ekonomi kreatif di Makassar," saut Yusran mantap.

Tentunya tak sulit bagi Yusran karena kini STIE MM memang telah menjadi perguruan tinggi yang menjadi salah satu titik lahirnya para pelaku ekonomi kreatif di Makassar. Untuk mendukung harapannya tersebut, kini Yusran terus meningkatkan kualitas para dosen pengajar di STIE MM. "Kita ikutkan para dosen dalam pelatihan dan sertifikasi dari Koperris Dikti atau juga LSP di bidang ekonomi," sahutnya menutup obrolan.

Mari kita sama-sama berharap bahwa kelahiran STIE MM ini bisa menjadi salah satu pondasi kuat bagi perkembangan industri ekonomi kreatif Indonesia, khususnya di Kota Makassar. ■



DR. Ir. H.A.M. Yusran Paris, MM,
Pendiri STIE MM Makassar

"Visi kita menjadi perguruan tinggi pelopor pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia."

DR. Ir. H.A.M. Yusran Paris, MM,
Pendiri STIE MM Makassar



CERITA KREATIF MENGUBAH SAMPAH MENJADI RUPIAH



Material sisa yang tidak diinginkan dari sebuah proses, lebih kita kenal sebagai sampah dan menjadi limbah kotor. Namun di Kota Makassar, hal tersebut justru menjadi kekuatan nan mengagumkan.

 Ade Riyan Purnama

 Ade Riyan Purnama

MAKASSAR DAN SAMPAH YANG INDAH

Salah satu tanda kehidupan yang berproses adalah timbulnya tumpukan sampah di sekelilingnya. Sayang, justru dari sampah itu pula kehidupan dan segala harmonisasinya menjadi bermasalah. Jangkitan penyakit, pencemaran lingkungan, dan ketidaknyamanan menjadi faktor negatif yang muncul seiring bertumpuknya kondisi sampah di sekitar kita. Untuk hal ini, Walikota Makassar memiliki solusi jitu nan tepat bagi warganya.

Bank sampah adalah peluang sekaligus solusi yang menawarkan kesempatan untuk memenuhi kehidupan masyarakat. Bagaimana bisa? Tentu saja karena bank sampah di Makassar selain digunakan sebagai penghalau tumpukan sampah, juga ditengarai merupakan solusi

perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat Makassar.

Dari, oleh dan untuk rakyat adalah slogan demokrasi yang digunakan oleh bank sampah pusat Makassar dengan didampingi oleh Yayasan Peduli Negeri (YPN). Melalui penelusuran *ikreatif* di Makassar, Saharudin Ridwan yang merupakan Direktur Eksekutif YPN ternyata telah sukses memberantas tumpukan sampah di area Makassar. "Kita fokus urus sampah di Makassar, karena sampah merupakan persoalan krusial di Makassar," ujar Saharudin memulai obrolan.

Ia melanjutkan bahwa sampah yang terhitung di Makassar setiap harinya bisa mencapai 1000 Ton. "Itu angka yang menurut kami mesti di perhatikan.



Saharudin Ridwan
Direktur Eksekutif YPN

Untuk itulah kami bersama pemerintah berusaha menyelesaikan persoalan sampah dari sumbernya," jelasnya dengan gamblang.

Menurut Dirut Eksekutif Yayasan yang beralamat di Jl. Talasalapang ini, menyelesaikan sampah dari sumbernya adalah salah satu amanat undang undang yang ingin dilaksanakan oleh Walikota Makassar, Moh. Ramdhan Pomanto. "Bank sampah Makassar berdiri karena ide beliau. Dan perbedaan kami dengan wilayah lain di Indonesia yang telah mengadakan bank sampah terletak pada inovasi dan ide kreatifnya," ulas Sahar dengan mantap.

Harus kita akui, Makassar termasuk kota yang penuh inovasi jika sudah membicarakan mengenai bank sampah. "Kita punya sampah tukar galon, sampah tukar gas, juga sampah tukar bimbil," terang Sahar dengan cermat. Dengan konsep penukaran yang beragam ini, akhirnya masyarakat menjadi semangat untuk mengumpulkan sampah. Sahar kembali melanjutkan bahwa bank sampah merupakan perwujudan dari keadaan yang sangat dibutuhkan Makassar.

"Pemerintah sering menghimbau untuk tidak membuang sampah sembarangan, atau menyebarkan ancaman undang undang pidana bagi pembuang sampah sembarangan. Tapi tidak memberikan solusi," terang Sahar antusias. Sahar kembali mengatakan bahwa bank sampah adalah solusi yang mengedepankan aspek-aspek kuat. "Bank sampah beda dengan pemulung. Kita punya 3 tujuan utama, sedang pemulung hanyalah tentang bisnis *oriented*," terangnya penuh semangat.

3 aspek yang dimaksud adalah nilai sosial, nilai

lingkungan dan nilai ekonomi. "Ketika masyarakat sudah sadar bahwa sampah memiliki nilai, maka mereka tidak akan buang sampah sembarangan. Lingkungan otomatis bersih, sosial mereka nyaman dan ekonominya aman," terang sahar sistematis.

CAMAT YANG EKSI MEMBERI CONTOH

Pemimpin Kecamatan Makassar memang layak untuk mendapatkan piala dengan predikat sebagai camat terbaik se-Kota Makassar. Pasalnya dengan sangat jelas dan tegas beliau ikut turut serta dalam setiap program pemerintah yang diturunkan dari walikota atau merupakan ide dan kreatifitasnya sendiri. "Seperti pengadaan bank sampah. Saya ikut jadi nasabah bank sampah kecamatan," ujarnya dengan antusias.

Pria bernama lengkap Muh. Thahris Rasyid, S.IP ini mengatakan dengan semangat bahwa keikutsertaannya bukan isapan jempol semata. "Di mobil saya selalu ada kantong plastik untuk mengumpulkan sampah. Disini setiap ada tamu, sampah bekas minumannya saya kumpulkan," jelas suami dari Haslinah ini dengan semangat. Ia bahkan mengaku tak ingin mewakili pada siapapun saat harus menimbang sampah yang dikumpulkannya. "Saya jalan sendiri ke bank sampah. Supaya warga saya lihat dan ikut semangat," terangnya memberi alasan.

Ayah 4 anak ini mengakui terus memotivasi warganya untuk ikut serta sebagai nasabah bank sampah. "Kadang saya cuma eksis saja, tapi bagi saya itu bukan pencitraan. Saya sengaja melakukan itu agar warga melihat dan terus bersemangat," jelasnya mengkonfirmasi.

Kini ia memiliki harapan besar mengenai bank sampah. "Saya berharap di semua RW akan ada bank sampah. Supaya lingkungan bisa lebih tertata dengan baik lagi dan masyarakat hidup dengan nyaman,"



Muh. Thahris Rasyid
(Camat) dan istri,
sedang membersihkan
sampah yang ada
disungai.



jelasan memberi informasi. Terkait hal tersebut, peraih piala Adipura 2015 ini memberi bocoran mengenai jumlah RW yang di bawah binaannya. "Total ada 68 Rukun Warga," ujarnya tepat.

LAIN BANK SAMPAH, LAIN INOVASI

Dengan sistem yang sangat rapih dan teratur, Makassar telah mengoptimalkan perkembangan bank sampah dengan baik. Hal tersebut terbukti dengan adanya kemunculan bank sampah di sektoral. Yang bisa kita lihat adalah bank sampah dari Kecamatan Makassar. Adalah Alamsyah Sahabuddin, S.STP, M.Si yang ditunjuk sebagai sang panglima bank sampah sektor Kecamatan Makassar, Kota Makassar. "Kita terbentuk pada tanggal 1 maret 2016 melalui keputusan Camat," jelas Alamsyah mengawali pembicaraan.

Yang paling menarik dari bank sampah sektor ini adalah tentang cepatnya pertumbuhan dan perkembangan nasabahnya. "Kita sudah ada 3 kali penimbangan sejak awal berdiri hingga sekarang. Dan sudah masuk 2 ton sampah dalam 3 minggu," ujar Dirut Bank Sampah Kecamatan Makassar ini antusias.

Memang bukan hal yang aneh jika Alamsyah begitu bersemangat mengenai hal tersebut.

Karena respon masyarakat yang sangat tinggi hingga kini nasabah sudah mencapai 28 orang anggota. "Kita punya 6 instruktur untuk bank sampah sektor Kecamatan ini," ujar Alamsyah menjelaskan mengenai konsep pembinaan bagi para nasabah. Karena di tata dengan sangat baik, maka pelaksanaan bank sampah di Kecamatan Makassar bisa terlaksana secara optimal.

Alamsyah juga menambahkan, Jika masyarakat



Azikin Zar
Pelaku Handicraft

diajari untuk membawa semua sampah tanpa memilih. "Itulah perbedaannya dengan pemulung. Kita tidak menganjurkan masyarakat memilih sampah untuk di setorkan ke kita. Semuanya kita terima," terangnya dengan pasti. Menurutnya, nanti akan ada pemisahan sampah yang bisa didaur ulang dan yang tidak. "Yang tidak bisa di daur ulang akan di kirim ke bank sampah pusat untuk di jadikan kompos cair dan padat," ujar Alamsyah.

Yang paling menarik saat kita membicarakan sampah tentu saja mengenai hasil dari daur ulang yang bisa di manfaatkan. Sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia bahwa beberapa sampah daur ulang akhirnya bisa mendatangkan raupan keuntungan dari segi ekonomi bagi sang kreatornya. Hal tersebut bisa kita buktikan dari keberhasilan Tri Ika Kusuma dan Azikin Zar.

Ummayah mengkondisikan sampah daur ulang dengan kreativitas yang tidak dimiliki pendaur ulang sampah lainnya. "Saya selalu ingin menjadi yang pertama. Saya tidak ingin meniru. Karena itu saya selalu *searching* di *google*," ujar Ummayah mengawali obrolan. Kini ia sudah memiliki 6 desain rancangannya sendiri dan telah berhasil menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi ibu-ibu PKK di wilayahnya.

Lain Tri Ika Kusuma lain pula dengan Azikin Zar. Pria ini ternyata telah mengawali proses kreativitasnya jauh sebelum ada bank sampah di Kota Makassar. "Saya sudah menjadi pendaur ulang sampah sejak tahun 2008," ujarnya lantang. Namun ia mengakui bahwa sejak adanya bank sampah maka usahanya menjadi lebih mudah dan lebih diterima masyarakat. "Masyarakat awalnya menerima setengah-setengah. Sekarang setelah tahu tentang sampah daur ulang mereka jadi semangat," ujarnya gembira.

Mereka adalah contoh masyarakat yang tidak hanya bisa menerima keuntungan dari menjadi nasabah bank sampah di Kota Makassar, namun juga bisa mengoptimalkan keberadaan bank sampah dengan kreativitasnya. Dari situlah akhirnya mereka bisa mendapatkan perekonomian yang lebih baik lagi. Kreativitas mereka kini di harga antara 75 ribu hingga 200 ribu rupiah per *piece*. Sebuah harga luar biasa dari sampah yang awalnya hanya dibuang saja. ■



PROF DR. BUDU, P.HD, SP.M.(K), M.MEDED, WAKIL REKTOR IV UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR

KOLABORASI AKADEMIK, DORONG DAYA SAING PRODUK

Hasil penelitian yang dikeluarkan Unhas, bukan lagi sebatas jurnal publikasi. Tapi menginisiasi, supaya produk penelitian tersebut diinkubasi, dipatenkan dan masuk ke industri.

 Erfendi Eka Putra |  Ade Riyan Purnama

Di usia yang hampir 60 tahun, Universitas Hasanuddin (Unhas) terus berkembang menjadi salah satu kampus terkemuka di Indonesia. Tahun lalu kampus itu mendapatkan status sebagai Perguruan Tinggi Negeri Berbadan Hukum (PTNBH) dari Presiden. Artinya Unhas memiliki entitas hukum mandiri, dengan otonomi mengelola organisasinya secara mandiri.

Menyandang statusnya sebagai PTNBH menurut Prof dr. Budu, P.hD, Sp.M.(K),M.MedEd, Wakil Rektor IV Universitas Hasanuddin Makassar, merupakan peluang sekaligus tantangan untuk lebih berperan mewujudkan kemajuan bangsa dengan berkontribusi baik langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan dan pemberdayaan otonomi daerah.

Dalam menjalankan peran tersebut, Unhas terus mendorong daya saing produk yang dihasilkan sehingga produktif dan menghasilkan *revenue*. "Keuntungan yang dihasilkan digunakan untuk peningkatan prestasi akademik, jadi bukan untuk berbisnis," pesan Wakil Rektor yang membidangi Perencanaan, Pengembangan dan Kerjasama itu. Karena itu Unhas dituntut melakukan kolaborasi ABCG (*Academic, Business, Community dan Government*) atau dikenal dengan Quardhelic.

Hasil Penelitian Masuk Industri

Hasil penelitian yang dikeluarkan Unhas, bukan lagi sebatas jurnal publikasi. Tapi menginisiasi, supaya produk penelitian tersebut bisa diinkubasi dan masuk ke industri. Beberapa hasilnya adalah minyak goreng tahan tengik, teh, lebah madu, kepiting lunak dari ekstrak singkong, kulit coklat untuk skim penghalus kulit, propolis jadi obat gigi. Rosela untuk obat kumur, dan lain-lain.

Dibidang seni dan budaya, ide-ide kreatif juga banyak tumbuh dan ditularkan ke masyarakat. Ia menyebut UKM Pantun dan Seni Kreatif Unhas telah mampu menyebarkan kembali budaya yang hilang (silariang).

"UKM Pantun dan Seni Kreatif misalnya, termasuk salah satu unit kegiatan mahasiswa yang aktif bermitra dengan instansi di luar kampus dalam mengembangkan kegiatannya. Pantun akan menjadi saluran menerima aspirasi masyarakat dan juga corong menyampaikan program pemerintah kepada masyarakat," ujarnya.

Dalam bidang teknologi informasi, selama ini lanjut Badu, kampus banyak membantu pemkot Makassar. "Program Makassar *Home Care* dapat berjalan dengan baik, salah satunya karena dukungan dari kampus. Banyak bukti yang menunjukkan dengan dukungan dari dunia kampus, program pemerintah berjalan baik," pungkasnya. ■

BANK SULSELBAR:

SIAP MENGAWAL INDUSTRI KREATIF DI KOTA DAENG

EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR TENGAH BERDEGUP KENCANG. HAMPIR SEMUA LINI BERGERAK MENDUKUNGNYA. BANK SULSELBAR PUN TAK KETINGGALAN DAN MENGAMBIL PORSI STRATEGIS DI BIDANG PEMBIAYAAN DAN PEMASARAN KREATIF.

 Rusli M. Tang

 Ade Riyan Purnama

Bank Sulselbar

Ada yang kurang jika bicara pengembangan industri kreatif tanpa mengikutsertakan pihak perbankan. Di Makassar (Sulawesi Selatan), saat ini pemerintah kotanya tengah berpacu dengan waktu dalam mewujudkan Makassar sebagai kota nan kreatif yang dipenuhi oleh talenta-talenta kreatif di setia penjuru kota. Hal itu bisa dipahami, karena memang kota seluas 199,26 km² ini memiliki potensi industri kreatif yang terbilang besar.

Anugerah atas potensi itu juga diamini oleh Rosmala Arifin, Direktur Pemasaran PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat (Bank Sulselbar) dan pihaknya siap mewujudkan Makassar sebagai kota kreatif. Dalam mewujudkan itu, peran perbankan memang dibutuhkan. Tak hanya untuk mengakselerasi talenta kreatif melalui pembiayaan, tapi juga lewat sejumlah pelatihan.

"Ekonomi kreatif ini memang jadi perhatian kita. Dan tentunya ke depan kita akan fokus ke situ," ujar Rosmala. Bahkan sebagai bentuk dukungan terhadap talenta kreatif di Makassar, salah satu cabang Bank Sulselbar menggunakan produk batik lokal. "Batik lontar karya anak-anak muda di Makassar kita jadikan sebagai salah satu seragam kami. Itu sebagai *supporting* kita," tandasnya.

Tak hanya itu, sebab banyak hal yang dilakukan Bank Sulselbar dalam mendukung gairah industri kreatif di ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Misalnya dengan bekerja sama dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) dalam membina pengrajin-pengrajin yang ada di Makassar.

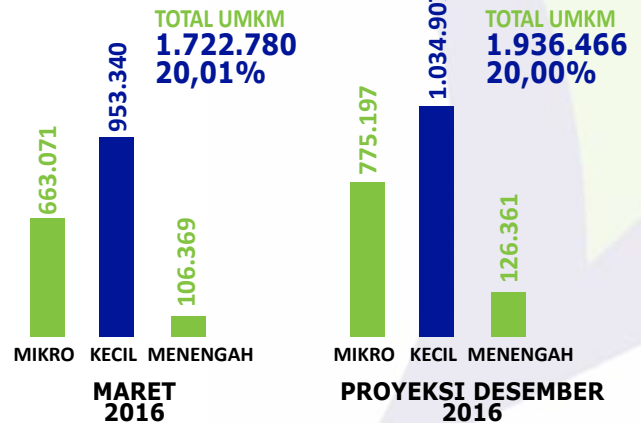
Prinsipnya, Bank Sulselbar ini mendukung sepenuh hati untuk kemajuan program industri kreatif. Dukungan itu mengalir tak hanya dalam bentuk pemberian kredit, tapi juga membantu pemasaran hasil-hasil produk pengrajin.

Misalnya dengan menjadikan produk kreatif sebagai souvenir Bank Sulselbar. "Kami tidak hanya memberikan kredit tapi juga membantu memasarkan produk-produk kreatif dari para pengrajin itu," ungkap Rosmala. Kabarnya selain kerajinan, Bank Sulselbar



Rosmala Arifin
Direktur Pemasaran Bank Sulselbar.

DATA KREDIT UMKM BANK SULSELBAR 2016



juga siap mendukung industri film lokal yang kabarnya sedang bergairah di Makassar.

Diakui Rosmala, Bank Sulselbar memang tidak secara langsung bekerja sama dengan pelaku UMKM di industri kreatif. Karena pihaknya lebih memilih bersinergi dengan asosiasi dan dinas terkait. Misalnya; IWAPI, Dinas Koperasi, Asosiasi Mutiara Timur, dimana kesemuanya itu membina UMKM. "Kami (pusat—red) melihatnya mereka lebih cepat. Kalau kita main langsung ke UKM-nya jadi agak lambat dan kadang informasi yang kita butuhkan juga ke dinas koperasi dan asosiasi," jelas Rosmala. Namun katanya, Cabang-cabang Bank Sulselbar justru melakukan pembinaan langsung kepada UMKM terkait.

Sejumlah langkah pemasaran produk kreatif juga sudah dilakukan Bank Sulselbar. Misalnya dengan menjalin kerja sama tripartit (bank, asosiasi, dan ritel). Kerja sama itu jelas menjadi angin segar bagi para pengrajin kreatif. Karena dari kesepakatan kerja sama itu menghasilkan kebijakan dimana produk-produk kreatif bisa ditempatkan (dijual) di gerai ritel seperti Carrefour atau Lotte. Sementara Bank Sulselbar akan menjamin tidak akan terjadi pembayaran yang macet. "Kami siap menjamin itu. Jangan sampai pembayaran ke pengrajin menjadi lama. Karena jika itu terjadi maka modalnya bisa macet dan sulit berproduksi lagi," jelas Rosmala.

Tahun 2016 ini, Bank Sulselbar menargetkan porsi kredit ke sektor UMKM sebesar 30% dari total *portofolio* kreditnya. Dan di tahun ini pula, Bank Sulselbar benar-benar fokus terhadap perkembangan industri kreatif di Kota Makassar dan sekitarnya. "Meski pemasaran kreditnya belum terlalu besar, tapi selama ini kita banyak membuka peluang bagi mereka untuk memasarkan produknya," ujarnya.

Terkait industri kreatif di Makassar, pihak Bank Sulselbar berharap dilibatkan di semua kegiatan Pemerintah Kota Makassar terkait industri kreatif.

"Kita serius untuk *mensupport* perkembangan industri kreatif di Makassar dan kita siap untuk sama-sama dengan Pemkot Makassar bertanggungjawab mengawal industri kreatif ini," imbuh Rosmala menutup perbincangan dengan *iKreatif* di kantornya. ■

DIGITAL INNOVATION LOUNGE MAKASSAR

CREATIVE CAMP, BIBIT DIGITAL PRENEUR




dan internasional," cetus Fajar. Dilo menjadi semacam *creative camp* bagi bibit-bibit *digital preneur*.

Beberapa startup berbakat yang kemudian muncul diantaranya adalah Adsmidia.co yang bergerak dibidang periklanan, TechSchool sebuah lembaga training teknologi, Soulmaks.com majalah elektronik untuk anak muda Makassar, dan masih banyak lagi.

Dilo juga ikut melahirkan komunitas startup Makassar, seperti ManinGo Studio, sebuah komunitas *startup* yang bergerak dibidang industri *game* dan Gaib Animation Studio yang bergerak dibidang industri animasi. Tak hanya anak muda dari kalangan kampus yang memanfaatkan kehadiran Dilo. Ibu-ibu yang doyan menulis pun ikut nimbrung memanfaatkan fasilitas internet gratis yang tersedia di Dilo. Dilo menjadi *co-working space* bagi pebisnis pemula, atau *freelancer*, yang belum memiliki kantor.

Dilo Makassar menjadi tempat bagi komunitas kreatif digital untuk belajar, menelurkan ide, dan berjejaring. Dilo juga memberikan pembelajaran sektor industri yang potensial untuk dijalani.

 Erfendi Eka Putra

 Ade Riyan Purnama

Digital Innovation Lounge (Dilo) adalah wahana kreatif digital yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia diberbagai kota di Indonesia. Hal itu merupakan salah satu ambisi perusahaan telekomunikasi pelat merah itu untuk membangun kerajaan bisnis digital. Sampai dengan saat ini ada 20 lokasi/kota, tempat Dilo berada. Salah satunya Makassar.

Terpilihnya Makassar, setelah beberapa kota di pulau Jawa seperti Surabaya, Bogor, Tangerang, Bandung menurut Fajar Assaad, General Manager Dilo Makassar, karena Telkom melihat potensi kreativitas anak muda di kota Anging Mamiri tersebut.

Di Makassar, kehadiran Dilo tambah Fajar, diharapkan bisa menjadi pusat inkubasi bagi pengembangan industri kreatif digital.

"Semenjak adanya Dilo, akhir tahun 2014 lalu, muncul banyak *startup*, komunitas industri kreatif juga mulai terbentuk. Dilo menjadi tempat mereka berinteraksi satu sama lain untuk melahirkan ide-ide baru.

Kini, karya mereka dia-kui secara nasional



Bahkan seorang kuli panggul, juga memanfaatkan Dilo sebagai tempat belajar dan berjejaring. "Hendri Jufri, kuli panggul pelabuhan, bisa menjadi pengembang *game android*. Sekarang tiap bulan dia bisa berpenghasilan USD 1000 dari *Google*," ujar pendiri Wamau, sebuah aplikasi pesan antar makanan di Makassar.

Dilo lanjut Fajar, terbukti mampu memacu industri kreatif berbasis IT berkembang di Makassar. Minimal keberadaan Dilo mendorong titik temu berbagai ide, karena sudah disiapkan infrastrukturnya, sehingga tidak ada alasan untuk tidak kreatif. ■



Fajar Assaad
General Manager Dilo.

Digital Innovation Lounge

Jln. Dr. Sam Ratulangi No.68,
Kec. Mariso, Kec. Makassar, Sulawesi Selatan
Telepon:(0411) 854450



Abdul Hakim
(Community Development Program Manager Yayasan Kalla)

YAYASAN KALLA:

LAHIRKAN KREATOR DARI LORONG KOTA

Empat kepedulian (*care*) menjadi ruh bagi Yayasan Kalla dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

 Rusli M. Tang |  Rusli M. Tang

Menyambut gerakan ekonomi kreatif di Kota Makassar, Yayasan Kalla mengambil posisi strategis dalam mewujudkannya. Pendampingan dan pelatihan masyarakat untuk menghasilkan produk kreatif menjadi bukti nyata. Setidaknya yayasan ini sudah melakukan pendampingan masyarakat di 11 desa (se-Sulawesi Selatan). Di Kota Makassar, 4 kelurahan (Mariso, Panambungan, Tamalanrea, dan Maccini Sombala) jadi "ladang" pembinaan kreatif yayasan ini.

Yayasan Kalla sendiri memiliki empat kepedulian (*care*) dalam menjalankan misinya. Yaitu Kalla I-care (*Islamic*), Kalla Educare (*Education*), Kalla C-care (*Community*), dan Kalla Green-care (*environment*). Menurut Abdul Hakim, Community Development Program Manager Yayasan Kalla, terkait pengembangan ekonomi kreatif, *Community Care* lah yang paling mewakili. Dalam gerakannya di C-Care, Yayasan Kalla melakukan sejumlah hal di antaranya; kampung kota binaan, kursus keterampilan, serta wirausaha dan UKM.

Kontribusi Yayasan Kalla jelas. Tak hanya membantu warung-warung kelontong dari sisi peredaran saja. Tapi juga memberikan pelatihan untuk modal kerja. "Di *community care* kami ada program unggulan yang disebut Kota Kampung Kita, dimana kami mendampingi kawasan-kawasan padat penduduk di pinggiran Kota Makassar. Jadi memang kita ingin mengerakkan sektor ekonomi alternatif," ujar Hakim.

Secara aplikatif, Yayasan Kalla menempatkan fasilitator

pendamping di kawasan kumuh kota dan wilayah yang disinyalir sebagai wilayah peredaran narkoba. Para fasilitator itulah yang bersama masyarakat membuat assesment (penilaian) dan program. "Tujuan utamanya adalah perubahan pola pikir dan yang paling penting adalah peningkatan kesejahteraan di bidang ekonomi," ungkap Hakim.

CSR Yayasan Kalla terus memberikan kontribusi positifnya kepada masyarakat di Kota Makassar. Misalnya memberikan pelatihan keterampilan menjahit dan sablon kepada ibu rumah tangga serta pemuda putus sekolah. "Kita ada pusat pelatihan menjahit yang berada di bawah naungan yayasan. Biasanya untuk satu angkatan waktunya tiga bulan (pelatihan) sampai mereka bisa memproduksi," ungkap Hakim. Sejumlah produk kreatif yang dihasilkan di antaranya adalah pakaian, lap kaki, lap tangan, serbet, sandal hotel, serta produk percetakan.

Menariknya lagi adalah Yayasan Kalla juga ikut membantu memasarkan produk-produk yang dihasilkan dari pelatihan-pelatihan itu. Misalnya dengan menjual sandal hotel hasil produksi pendampingan ke Hotel Sahid Makassar, yang masih berada satu grup (Grup Kalla).

Sejatinya Yayasan Kalla bersinergi dengan program yang sudah diluncurkan Pemerintah Kota Makassar. "Ketika Walikota mengkampanyekan program Makassar Tidak Rantasa (Makassar Tidak Jorok), Yayasan Kalla menyumbang dengan aksi pemberian mobil sampah dan gerobak sampah. ■

HOTEL M REGENCY MAKASSAR:

HOTEL LOKAL TERBAIK VERSI PENGUNJUNG

Setelah berganti nama, hotel dengan *brand* lokal ini justru tampil memikat. Penghargaan pun diperoleh dari salah satu situs travel karena pelayanannya yang mengesankan.

 Rusli M. Tang |  Roes

Dalam pembangunan ekonomi kreatif, pariwisata dan penunjangnya menjadi bagian yang tak bisa dipisahkan. Ketika bicara pariwisata, selain destinasi wisata maka soal akomodasi juga memegang peranan penting sebagai penunjangnya. Di sinilah peran perhotelan dibutuhkan. Begitu pun yang terjadi di Kota Makassar.

Dari sejumlah referensi, diketahui pertumbuhan hotel di ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan ini tumbuh dinamis setiap tahunnya. Sepanjang 2014 saja tercatat sekitar 30-an hotel baru dibuka. Dengan pembukaan hotel-hotel itu saja diperkirakan sekitar 5.000-an kamar bertambah (meningkat sekitar 64% dari tahun

sebelumnya). Efeknya? Sudah dapat diterka, yaitu mulai terkikisnya okupansi hotel dan terjadinya persaingan hotel yang ketat. Data 2013, diketahui rata-rata tingkat hunian hotel di Makassar sekitar 69% (menurun dari tahun sebelumnya yang mencapai 72,5%).

Bagi yang kreatif, persaingan justru membuat manajemen hotel kian terpacu melakukan yang terbaik. Khususnya dalam hal pelayanan kepada setiap tamu. Hal itulah yang dilakukan oleh manajemen Hotel M Regency. Hotel yang berada di pusat destinasi wisata Kota Makassar ini telah banyak melakukan penbenahan dalam menghadapi persaingan tersebut.

Menurut R Stefano, General Manager Hotel M Regency, saat ini hotel di Makassar cukup menjamur dan persaingan hotel terbilang kompetitif. Dengan kondisi itu, pihaknya melakukan inovasi dengan membuat produk yang kompetitif pula. "Kami melakukan paket promo dan kami menjaring tamu bukan hanya lokal tapi juga dari luar Makassar. Segmen pasar pun kita perluas," jelas Stefano, yang mengaku segemen hotel terbesar berasal dari *corporate* dan travel. Selain itu hotel ini juga menjalin kerja sama strategis dengan sejumlah NGO (*non government organization*) baik dan dalam dan luar kota. "Ya memang segmen pasar kami sudah tercipta seperti itu," tambah Stefano.

Perubahan

Tahun 2014 menjadi titik tolak perubahan yang dilakukan hotel ini. Hotel bintang tiga ini berbenah di tengah gempuran hotel-hotel chain yang masuk ke Kota Makassar. Boleh dibilang, saat ini Hotel M Regency-lah yang mampu bersaing dengan hotel-hotel berbendera merek internasional. "Kami adalah hotel dengan *brand* independen dan murni lokal. Kami harus yakin mampu bersaing dengan hotel-hotel *chain* itu," tegas Stefano.

Hotel yang berada hanya sekitar 100 meter dari Pantai Losari ini memang sudah memberikan bukti kualitas pelayanannya. Sebab pada 2015 lalu, hotel yang memiliki 149 kamar ini memperoleh penghargaan dari situs travel online dengan predikat Hotel Bintang Tiga dengan Pelayanan Terbaik versi Pengunjung. Menurut Stefano, *award* itu menjadi bukti bahwa perubahan dan inovasi layanan yang dilakukan oleh manajemen hotel cukup berhasil. Sejauh ini okupansi Hotel M Regency berkisar 60-70%.

"Dari empat hotel yang mendapat penghargaan, M Regency menjadi satu-satunya hotel lokal yang mendapat *award* dari *booking.com*. Hal itu berdasarkan *review* para tamu hotel yang pernah menginap di hotel," terang Tety Noviyanti, Public Relations M Regency Makassar.

Jadi jika Anda ingin menginap di hotel bintang tiga namun berlokasi di jantung Kota Makassar, maka Hotel M Regency bisa menjadi pilihan akomodasi Anda. Hotel yang sudah berdiri sejak tahun 2004 dan sudah berganti nama sebanyak empat kali ini memang memberikan sejumlah tawaran menarik. Selain berada di lokasi yang strategis, hotel ini juga memberikan kenyamanan dan pelayanan hotel yang sempurna. ■



R. Stefano, General Manager Hotel M Regency (Makassar).



a Cool place to stay



SUPERIOR



DELUXE



REGENCY SUITE



MEETING ROOM



SUPERIOR SUITE



DELUXE SUITE



EXECUTIVE



GYM



premiere



METRO BAR



BALLROOM



Jl. Daeng Tompo No. 8 Makassar
Phone : +62411 3650099
Fax : +62411 3650089
info@m-regencymakassar.com
www.m-regencymakassar.com

IRWAN ADE SAPUTRA
PENGGIAT KOMUNITAS KREATIF MAKASSAR

SINERGI MEMBANGUN KOTA KREATIF

SALAH SATU CIRI KOTA KREATIF ADALAH TERJADINYA KOLABORASI ANTARA PEMERINTAH, AKADEMISI, PELAKU BISNIS DAN KOMUNITAS KREATIF, UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT.



Erfendi Eka Putra



Ade Riyan Purnama

Berkeinginan kuat menghilangkan stigma negatif, Makassar sebagai kota demo, kota begal, dan anarkis, membuat Irwan Ade Saputra, pelaku industri kreatif dan pemilik usaha Sebelaspro terpacu untuk menyatukan para penggiat dan pelaku ekonomi kreatif.

Banyak lahir pembuat film, *gamers*, pelaku seni dan budaya, namun kebanyakan bergerak sendiri atau terbatas hanya dikomunitasnya saja. "Padahal Makassar potensinya sudah kelihatan. Kreator filmnya ada, budayanya kuat, UMKM banyak, berusaha dalam lorong-lorong (gang).



Karena itu saya ingin mengakat Makassar menjadi salah satu kota kreatif," cetus sekretaris KNPI Makassar itu.

Menurutnya, banyak keuntungan suatu wilayah jika menjadi kota kreatif. Selain dapat memajukan pengembangan budaya dan ekonomi, kota kreatif akan mendapat alokasi anggaran khusus dari pemerintah pusat untuk mendorong program-program kreativitas warganya.

Ade ingin seperti Bandung, Solo atau Malang yang sudah memiliki komunitas *Quadro-helix*, yang terdiri atas unsur pemerintah, bisnis, akademisi, dan komunitas. Di Bandung ada Bandung Creative City Forum, di Solo namanya Solo Creative City Network atau Malang dengan Malang Creative Forumnya. Model kolaborasi dan sinergi empat sektor itu terbukti berperan penting sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi kreatif.

2017, Makassar Tuan Rumah Konferensi Kota Kreatif

Maka sejak dua tahun lalu, ketika bergiat dan menjadi salah satu deklarator dalam kelompok Indonesia Creative City Network (ICCN), Ade terpacu mewujudkan terbentuknya Makassar Creative Networks (MCN), simpul bagi komunitas kreatif di Makassar dan sekitarnya.

Apalagi, tahun 2017, Makassar ditunjuk sebagai tuan rumah Indonesia Creative Cities Conference (ICCC) 2016. Ajang ICCC ketiga dan pertama yang dilaksanakan di luar pulau Jawa.

Untuk mempersiapkan hal itu, Ade kemudian meng-gelar beberapa workshop, guna menginisiasi lahirnya komunitas *quadro-helix* di Makassar, sekaligus sebagai salah satu syarat menjadi tuan rumah ICCC.

"Beberapa *stakeholders* sudah mendukung. Bapak Walikota dan Wakilnya juga mensupport. Sekarang bersama beberapa teman, kami menyusun formulasi yang tepat untuk lahirnya komunitas *Quadro-helix* Makassar," terang penulis buku *City Branding Kota Makassar* itu. ■

Irwan Ade Saputra

Makassar Creative Network Sebelaspro

Ruko Ambassador No.2

Jln. RSI Faisal, Makassar

DIAN CATERING:

BERBISNIS SEKALIGUS MELESTARIKAN KUE TRADISIONAL



Andhika Asmara Aswir, Pemerhati Makanan Tradisional Makassar.

KOTA MAKASSAR SENDIRI MERUPAKAN KOTA YANG MEMANG TERKENAL DENGAN MAKANAN KHASNYA.

 Zal Hanif |  Ade Riyan Purnama

Hampir seluruh daerah di nusantara memiliki makanan tradisional dengan ciri khasnya masing masing. Tak terkecuali di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Di daerah yang merupakan Kota terbesar di kawasan Timur Indonesia ini dengan mudah kita dapat menjumpai beragam jenis makanan tradisional, termasuk aneka kue dan jajanan ringan lainnya.

Kue Barongko, Cucuru Bayao, Biji nangka, Kue Putri Ijo, atau kue srikaya gula merah, merupakan diantara sekian banyak kue tradisinal yang saat ini masih saja eksis ditengah serbuan makanan cepat saji dan menjamurnya restoran modern di Makassar.

Dengan kondisi tersebut, bisa dikatakan bahwa penikmat kue tradisional Makassar masih besar, dan masih potensial untuk digarap serius menjadi lahan bisnis.

Simak saja penuturan Andi Nurmi, Pendiri Dian Catering. Menurutnya, samapai saat ini tidak kesulitan memasarkan kue-kue tradisional yang diproduksi.



Ibu Andi Nurmi

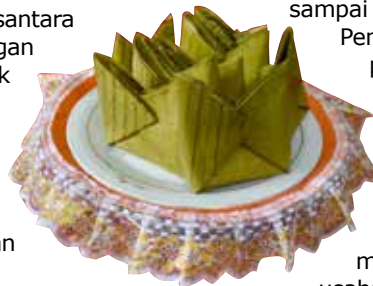
"Selain warga lokal, orang luar Makassar dan bahkan para turispun banyak yang mencarinya. Ditambah lagi Pemerintah Kota Makassar sangat serius mendukung pelestarian kue-keu ataupun makanan tradisional ini. Setiap ada upacara adat, HUT Kota Makassar, dan pertemuan-pertemuan saudagar, dan acara pesta perkawinan, selalu harus disediakan makanan tradisio-

nalnya. Jadi selalu saja ada yang pesan dengan jumlah lumayan besar," ujarnya.

Andi Nurmi juga menambahkan, selain menguntungkan dari sisi bisnis, usaha membuat kue tradisional ini juga sekaligus untuk melestarikan kuliner yang menjadi ciri khas Makassar. "Kami sudah memulai usaha ini dari tahun 2000-an. Dan Alhamdulillah masih bertahan sampai sekarang," ujarnya seraya berharap agar Pemkot tidak pernah berhenti untuk mempromosikan kue-kue tradisional Makassar tersebut.

Senada dengan itu, Andhika Asmara Aswir, Pemerhati Makanan Tradisional Makassar mengungkapkan, perkembangan bisnis jajanan khususnya kue-kue tradisional di Makasar cukup mengembirakan. Hal ini tidak lepas dari usaha pengrajin makanan tradisional untuk tetap mengutamakan mutu dan cita rasa sebagaimana aslinya sejak zaman dahulu.

"Saya yakin makanan atau kue-kue tradisional Makassar tak pernah kehilangan pamor dan pasarnya. Terbukti penganan lokal ini tak hanya bisa dijumpai di pasar tradisional namun juga di pusat perbelanjaan modern seperti supermarket. Dan kalau makanan-makanan ini bisa di *packaging* dengan lebih baik, pasti akan lebih menarik dan menguntungkan," kata Andhika. ■



Kue Tradisional Makassar
Ibu Andi Nurmi /Jln. Lasuloro Dalam 3 No. 65/ 9
blok 4 - Perumnas Antang Manggala
0813 4120 3057

MAKASSAR DALAM ANGKA



LUAS WILAYAH
175,77
kilometer

JUMLAH
PENDUDUK 2015
1.449.401
jiwa

KEPADATAN
PENDUDUK
7,239
jiwa

14

KECAMATAN

1. Kec. Biringkanaya
2. Kec. Bontoala
3. Kec. Makassar
4. Kec. Mamanjang
5. Kec. Manggala
6. Kec. Mariso
7. Kec. Panakkukang
8. Kec. Rappocini
9. Kec. Tallo
10. Kec. Tamalanrea
11. Kec. Tamalate
12. Kec. Ujung Pandang
13. Kec. Ujung Tanah
14. Kec. Wajo

PERTUMBUHAN PENDUDUK (2000-2009)

1,63%

PERTUMBUHAN EKONOMI

7,39%

143
KELURAHAN

971
RW

4.789
RT

661.379
Jiwa
Jumlah Penduduk Laki-laki

677.995
Jiwa
Jumlah Penduduk Perempuan

WISATA MAKASSAR



1 LAKKANG VILLAGE

Lakkang adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Talo, Salah satu sejarah yang terdapat di Lakkang yakni peninggalan bangsa Jepang yang dikenal dengan nama "Banker", Sanggar Seni dan persawahan bisa digunakan untuk pemotretan *praweding*.

2 CITY MUSEUM

Terletak di Jl. Balaikota, tidak jauh dari tepi pantai halaman depan kota Makassar dan didirikan atas ide Drs. HB. Amiruddin Maulana, SH.,MSi ketika menjadi Walikota Makassar.

3 PANTAI LOSARI

Sebuah pantai yang terletak di sebelah barat kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pantai ini menjadi tempat bagi warga Makassar untuk menghabiskan waktu pada pagi.

4 FORT ROTTERDAM

Sebuah benteng peninggalan Kerajaan Gowa-Tallo yang berada di pinggir pantai sebelah barat Kota Makassar. Dibangun pada tahun 1545 oleh Raja Gowa ke-9 dengan nama Benteng Ujung pandang dan diubah namanya menjadi Fort Rotterdam oleh Cornelis Speelman.

5 TRANS STUDIO

Dibangun di lahan seluas 12,7 ha. Dan diresmikan pada 9 September 2009 Oleh Wapres Jusuf Kalla. Dengan Fasilitas yang di bangun diantaranya pusat perbelanjaan, Trans Studio, Trans Hotel serta kantor Bank Mega.

6 AKKARENA BEACH

Terletak di dpan Mall GTC Makassar. Pantai Akkarena merupakan pantai berpasir hitam yang mempesona. Fasilitas yang tersedia antara lain sarana bermain, restoran yang menjual makanan dan minuman lokal maupun internasional serta taman yang dibangun di area seluas 12 ha.

7 MACINI SOMBALA PARK

Taman yang dibuat pada tahun 2014 ini terletak di Jl. Nuri Baru, Kota Makassar dengan area seluas 4 ha yang terdiri dari 4 plaza dengan fasilitas didalamnya seperti jogging track, cycling track, pedestrian way, lavatory, gazebo.

8 BUGIS WATER PARK

Salah satu permainan air terbesar yang ada di Makassar ini diresmikan pada tahun 2012 dengan menyuguhkan berbagai macam permainan air yang seru seperti multi slide and free fall, lazy river, body slide black hole & Rafting slide, whirlpool, main pool.

9 TANJUNG BAYANG BEACH

Pantai ini berada di sebelah barat pusat Kota Makassar, kira-kira sekitar 6 km dari titik nol kilometer Makassar atau Lapangan Karebosi.

Djuku'

DIDIE RAHMADI (OPERATIONAL MANAGER RESTORAN DJUKU')

KETIKA DJUKU' KOLABORASIKAN MAKASSAR DAN DUNIA

KONSEP HEALTHY AUTHENTIC FOOD AND COFFEE MENJADI KONSEP UTAMA SEKALIGUS KEUNGGULAN RESTO INI. DI SINILAH ANDA BISA MENEMUKAN NIKMATNYA SAJIAN IKAN SEGAR KHAS MAKASSAR.

Rusli M. Tang

Dok. Resto djuku'

Lebih baik tidak menjual apabila ikannya tidak segar. Begitulah prinsip Resto Djuku' dalam memuaskan pelanggannya. Restoran yang berada di Gedung Wisma Kalla ini memang serius soal kualitas makanan. Bukan sekadar lezat, tapi juga higienitas juga jadi pertimbangan utamanya. Yang pasti, di sinilah Anda bisa memperoleh kesegaran bahan makanan (ikan) yang menjadi menu unggulan resto ini.

Resto Djuku' yang eksis sejak tahun 2010 ini terkenal sebagai penyedia kuliner nan otentik di Makassar. Ikan-ikan khas dari perairan Sulawesi Selatan menjadi *main course*-nya. Dan yang menarik, di sini Anda bisa menemukan sensasi masakan khas Makassar yang dikombinasikan dengan masakan-masakan dunia.

Menurut Didie Rahmadi, Operational Manager Restoran Djuku', terus mengambil peran untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan kuliner khas Makassar. Bahkan katanya dalam *business plan* Resto Djuku', dalam lima tahun mendatang akan membuka cabang di beberapa kota di Indonesia.

Selain kulinernya otentik dan higienis, konsep ruang resto ini juga menarik. Menggunakan konsep minimalis mulai dari kitchen interior hingga penataan ruang makan utama menjadi *soul* penataan ruang resto ini. "Hal lain yang menarik dari Resto Djuku' adalah pengunjung dapat menyaksikan langsung proses *cooking* dan *grilling*, karena dapurnya didesain terbuka dan dekat dengan ruang makan," terang Didie.

Lezatnya ikan bakar dan *palu mara* (keduanya masakan khas Sulawesi Selatan) dengan ikan-ikan otentik khas Makassar seperti; *cepa'*, *bandeng*, dan tuna yang kemudian dimasak dengan *steam* dan *palu kaloa'* (masakan ikan dengan bumbu asam yang khas) siap menggoyang lidah Anda. "Resto Djuku' juga berusaha memanjakan pengunjungnya dengan menyediakan menu ikan-ikan tanpa tulang," imbuh Didie.

Ke depan, Kalla Inti Karsa (perusahaan pengelola resto) akan terus melanjutkan cita-cita awal manajemen resto ini. Yaitu membuka *franchise* di beberapa tempat dan membawa resto ini juga dikenal di tingkat nasional. "Sudah ada pembicaraan mengenai rencana *franchising* di Bandung, Bali, Jakarta dan Surabaya, dan diharapkan pada tahun 2020 sudah ada *franchise*," kata Didie. ■

Didie Rahmadi,
Operational Manager
Restoran Juku'.



WISATA WARUNG KOPI

TRADISI DALAM SECANGKIR KOPI

MASYARAKAT, PEJABAT, KOMUNITAS DAN WISATAWAN MENJADIKAN WARUNG KOPI SEBAGAI TEMPAT BERINTERAKSI ATAU SEKEDAR MELEPAS KEPENATAN SETELAH JAPPA-JAPPA (JALAN-JALAN).

Erfendi Eka Putra | Ade Riyan Purnama

Masyarakat Makassar juga memiliki tradisi minum kopi di warung-warung. Tidak heran jika berkunjung ke kota Para Daeng tersebut, dengan mudah menemukan warung-warung kopi (warkop) yang berjejeran mulai dari kaki lima sampai ruko-ruko. Tak salah kemudian, ibu kota Sulawesi Selatan itu mendapatkan julukan, negeri seribu warung kopi.

Nah, beberapa warkop yang ramai dikunjungi karena racikan kopinya yang dikenal mantaps diantaranya adalah; Warkop Phoenam, Warkop Dottoro, Warkop Daeng Anas, Warkop Daeng Sija, Warkop Hei Hong, Warkop Mappanyuki dan lain-lain. Rata-rata kopi yang disajikan merupakan perpaduan kopi Robusta dan Arabika yang dimasak sebelum disajikan.

Warkop Phoenam yang berdiri sejak 1946 misalnya, bisa dijumpai di tiga tempat di Makassar, seperti di Jalan Jampoe, Jalan Boulevard dan Jalan Ratulangi.

Phoenam dalam bahasa Tionghoa artinya tempat persinggahan.

Di utara kota Makassar, juga terdapat Warkop Dottoro yang dirintis H. Naba, sejak tahun 1960-an. Merek Dottoro diadaptasi dari asal kata dokter, yang pelafalan Makassaranya dibaca Dottoro. Kata Dottoro ini sendiri mempunyai maksud

dapat menyembuhkan kaum pria yang merasa jenuh atau suntuk berdiam diri di rumahnya. Warkop Dottoro ini juga dapat dijumpai di Jalan Tinumbu, Jalan Satando, Jalan Pattimura dan Jalan Veteran.

Salah satu kerabat H. Naba yang bernama Daeng Sija, juga telah membuka beberapa warkop di Makassar. Warkop Daeng Sija berada di Jalan Boulevard dan Jalan Labu.

Di Jalan Pelita Raya, juga ada Warkop Daeng Anas yang ramai dari pagi hingga petang hari.

Selain itu, ada Warkop Mappanyukki. Warkop yang letaknya memang di jalan Mappanyuki ini menurut pemiliknya Rizaldy sering menjadi tempat persinggahan berbagai profesi seperti pegawai negeri, karyawan perusahaan swasta atau komunitas kreatif di Makassar.

"Sejumlah pejabat, di Sulawesi Selatan, juga kerap ngopi di sini. Gubernur Sulawesi Selatan, Walikota Makassar dan wakilnya, sebelum dan sesudah menjabat sering melakukan diskusi dengan masyarakat. Di Makassar Warkop itu tempat yang praktis dan mudah mendengar aspirasi masyarakat," terang pemilik warkop beromset Rp3 juta per hari itu.


Rizal meracik kopinya dengan memadu gilingan kopi yang masih kasar dari dua jenis kopi Arabika dan kopi Robusta. Ilmu meracik kopinya merupakan keahlian yang dipelajari secara otodidak semenjak belasan tahun lalu, ketika masih bejualan di atas jalan trotoar.


Selain warkop yang bercitarasa klasik ini, di beberapa sudut jalan juga terdapat warkop "kelas dua". Warkop tersebut tidak memprioritaskan rasa, tapi memanjakan pelanggannya dengan layanan bebas WiFi internet dan buka hingga larut malam. ■



CAFE KREATIF MAKASSAR

Tempat nyaman tak melulu tentang sofa empuk atau makanan yang menggugah selera. Namun juga tentang ide dan tujuan pembuatannya. Bagaimana jika cafe Keiko dan Lounge justru menawarkan semua hal tersebut di dalamnya?

 Ade Riyan Purnama

 Ade Riyan Purnama

Ngopi, nongkrong dan ngobrol adalah 3 hal yang rasanya selalu menjadi alternatif kaum muda untuk menghilangkan rasa jenuh dari rutinitas sehari-hari. Tempat yang nyaman dan santai akan selalu menjadi pilihan utama untuk di kunjungi. Di makassar, cafe Keiko dan Lounge adalah tempat strategis dan tepat sebagai pilihan.

Jangan bilang hanya Jakarta yang punya tempat nongkrong yang 'gaul' banget. Kota yang juga adalah Ibukota Sulawesi Selatan ini tentu saja menyimpan potensi yang tak main-main dari cafe yang lebih dikenal dengan sebutan 'cafe kreatif' ini. S. Ariyani bisa memberi kita gambaran jelas tentang cafe ini. "Disebut cafe kreatif karena Keiko tidak hanya menawarkan menu istimewa, tapi juga agenda event kreatif yang kita programkan tiap bulan," ujar Perempuan yang lebih sering disapa Aryn ini memulai obrolan.

Dibawah payung DiLo (*Digital Innovation Lounge*), cafe Keiko lantas memberikan sisi kreatif yang tentunya menjadi salah satu daya tariknya. "Kita adakan *gathering* berbagai komunitas kreatif Makassar setiap bulannya. Program itu kita beri nama 'Kumpul Kreatif'," lanjut Aryn menegaskan.

Tentunya dari *gathering-gathering* itulah perkembangan industri kreatif Makassar tumbuh dan berkembang. "Keiko memang jadi tempat untuk *share* dan membahas agenda kreatif tiap komunitas. Kami kasih fasilitas yang cukup memadai untuk mereka," ujar sang Manager Coworking dan Community DiLo Makassar ini dengan bangga.

Cafe yang kini telah mencapai rata-rata pengunjung 100 orang per harinya ini telah membuktikan aumnya. "Kita tentu saja berbeda dengan cafe lain. Kita satu-satunya cafe dengan konsep *coworking space* pertama di Makassar dengan program *workshop* yang tidak di pungut biaya," lanjut Aryn dengan lantang. Tak heran jika kota berpantai Losari ini begitu menyambut hangat cafe Keiko ini sebagai salah satu referensi yang patut dikunjungi jika kita ke Makassar. "Disini para komunitas saling bertemu dan merencanakan program-program mereka," Sahut perempuan yang suka main musik ini dengan sumringah.

Menjadi saksi bisu pertumbuhan industri kreatif kota yang pertumbuhan ekonominya tertinggi di Indonesia ini tentu saja sebuah prestasi yang sangat hebat. Dengan fasilitas yang tentu saja memadai untuk para pelaku dunia kreatif, Keiko makin di tasbihkan sebagai tempat nongkrong nomor 1 di Makassar. "Kami sediakan fasilitas LCD proyektor, *wifi* dengan akses internet cepat, *live* musik dan *sound system*," terang Aryn memberi informasi. Harapan ke depannya, tentu saja Aryn berkeinginan untuk terus mengembangkan kreativitas Keiko dengan masyarakat sekitar serta banyaknya komunitas kreatif di Makassar. Untuk hal baik tersebut, tak ada ruginya jika kita ikut atau turut serta mendoakan cafe Keiko dan Lounge. ■





Aryn, Manager Coworking dan Community DiLo Makassar.

ANDI MUHAMMAD IKHLAS (IKO)

TOKOH DIBALIK PERKEMBANGAN MUSIK MAKASSAR

Yang sangat di perlukan dalam dunia seni selain pelaku adalah sosok yang mau lelah untuk mengurus segala sesuatu. Dan seperti apakah Musik Makassar dalam perjalanan sang tangan dingin Andi Muhammad Ikhlas?

 Ade Riyan Purnama  Ade Riyan Purnama

Musik adalah seni yang paling universal. Bisa tak bisa, suka tak suka, musik tetap akan menjadi hal yang indah untuk dinikmati. Dimanapun daerahnya, musik tetap akan memiliki tempat di hati masyarakat. Seperti Kota Makassar dan perkembangan musiknya.

Andi Muhammad Ikhlas, adalah motor penggerak kemajuan musik di Makassar. Hal ini tentu tidak ketinggian mengingat bahwa sejak tahun 1993 ia bergerak dari bawah untuk mengangkat embrio-embrio musisi Makassar dari balik layar. "Saya sejak tahun 1993 gelisah. Karena melihat Makassar tidak memiliki musisi yang berkembang seperti halnya kota Jogja, Malang, Medan dan Bandung," ujar pria yang akrab disapa Iko ini dengan sedih. Hal tersebut akhirnya menjadi lecutan bagi Iko untuk menjadi orang yang berada di belakang layar. "Ada yang menyebutnya manager, kritikus, tapi saya lebih senang disebut kurator musik," lanjutnya dengan berbinar.

Kemudian mulailah pergerakan Iko, diawali dengan membuka wacana tentang kemampuan bermusik para musikus Makassar. "Saya buat tulisan yang intinya menyampaikan bahwa skill itu relatif. Jadi jangan lantas merasa jago kalau sudah menang festival band," sahut pria yang kini menggerakkan *event organizer* (EO) sebagai sarananya untuk terus membangun Kota Makassar.

Bagi Iko, kesenjangan budaya antara Makassar dengan kota satelit musik lainnya membuat Makassar menjadi jauh tertinggal. "Kita budayanya sudah sangat beda. Kita saat itu kurang sekali menghargai proses," katanya mengenang dengan sedih.

Namun tak ada yang mustahil jika kita terus berusaha. Hal tersebut akhirnya terbukti dengan perubahan atmosfir musik di Kota Makassar. "Sekarang sudah semakin banyak *event* dan EO di Makassar. Bahkan mereka sudah memiliki kelengkapan yang sangat baik," kata penyelenggara tour Slank tahun 1995 ini dengan bangga.

Menurut Iko, ia sama sekali tak menduga bahwa Makassar akan berkembang sebaik ini. "Saya pernah mengadakan *Indiefest* Makassar di tahun 2000-an dan menghasilkan band-band yang berkualitas," terang mantan penyiari musik director di Radio Madama Fm ini tetap santai.


Kini Pria yang tergabung sebagai anggota senior dan koordinator Asosiasi Musik Director Indonesia ini terus berharap Makassar akan bisa lebih baik perkembangan musiknya. "Orang Makassar itu dulu sudah sangat puas jadi penonton. Padahal mereka sebenarnya punya kemampuan yang potensial untuk menjadi pelaku di industri musik," ujarnya gemas. Iko menjelaskan bahwa pola masyarakat Makassar adalah tipikal karakter yang harus terus diyakinkan mengenai kemampuannya. "Itu tantangan terbesar saya, meyakinkan masyarakat bahwa mereka mampu," sahutnya lirih.

Maka ada baiknya mari kita terus menyemangati warga Makassar untuk bisa menjadi sesuai dengan harapan besar Iko. "Saya ingin Makassar menjadi pusat kebudayaan, terutama dalam bidang musik," ujar Iko menutup obrolan sembari menyebarkan harapan. ■



TRANS STUDIO MALL MAKASSAR:

ONE STOP ENTERTAINMENT DESTINATION

 Rusli M. Tang

 Dok. TSM Makassar



Bicara tentang destinasi wisata di Kota Makassar, rasanya tak lengkap jika tidak menyebut Trans Studio Makassar. Di sinilah pengunjung bisa merasakan fasilitas hiburan sekelas Universal Studio di Singapura.

Makassar yang merupakan kota modern nan representatif di kawasan timur Indonesia ini memang giat membangun dan menata kotanya. Tak hanya infrastruktur yang berbenah, destinasi wisata pun juga giat bersolek. Karena itu, kini ketika bicara wisata Makassar tidak lagi hanya soal Pantai Losari, Benteng Fort Rotterdam, dan wisata kulinernya. Karena sesungguhnya masih banyak destinasi lain yang terbentang di kota multi-etnis ini. Salah satunya Trans Studio Mall Makassar (TSM Makassar).

Medio April lalu, Tim *iKreatif* menyambangi TSM Makassar yang berada di kawasan Tanjung Bunga, Makassar, untuk melihat dari dekat destinasi wisata yang menggabungkan konsep *theme park* (taman hiburan *indoor*) dan mall yang berada dalam satu lokasi yang digagas oleh Jusuf Kalla (Wakil Presiden RI) dan Chairul Tanjung (pengusaha). Kabarnya ke depan, selain *theme park* dan mall, juga akan dibangun hotel dan convention hall di sini.

Menempati total area sekitar 5 hektare, TSM yang mulai dibangun sejak sembilan tahun lalu oleh PT Trans Kalla Makassar memiliki visi menjadi *one stop entertainment destination*. Dan itu sudah terlihat nyata di lapangan. Di sini, pengunjung tak hanya bisa menikmati 22 wahana permainan dari beragam bentuk hiburan terbagi dalam empat tema (*magic corner*, *kids studio*, *the lost city*, dan *studio central*), namun juga bisa berbelanja barang-barang premium di mall.

Menurut Imelda Christiana, General Manager PT Trans Kalla Makassar, saat ini TSM Makassar telah menjadi area industri yang padat karya dengan mempekerjakan 600-an karyawan. Itu pun belum termasuk karyawan *tenant*

yang ada. "Saat ini okupansi tenant telah mencapai 95% dari total 250-an tenant. Jadi kalau bicara tenaga kerja yang terserap di sini bisa mencapai 1.000-an orang. Dan ini satu-satunya industri yang mempekerjakan *local talent*," jelas Imelda.

Sekolahnya Local Talent

TSM Makassar memang sudah menjadi pilihan masyarakat dan para wisatawan dalam memperoleh hiburan. Selain hiburan atraktif yang tersedia, di sini juga sering digelar acara-acara baru yang menghibur, termasuk mendatangkan *entertainer* dari dalam dan luar negeri. Tak heran jika akhirnya TSM Makassar dipilih masyarakat sebagai pilihan berwisata.

Di balik eksistensinya sebagai tempat wisata dan tempat belanja yang menasar kalangan *high end*, TSM Makassar juga dikenal sebagai inkubator dalam melahirkan kreator-creator seni asli Makassar. Sejauh ini, kata Imelda, TSM Theme Park banyak memberikan peluang dan pekerjaan kepada seniman-seniman di bidang seni olah vokal atau seni teater.

Anak-anak muda di Kota Makassar yang memiliki bakat di bidang musik, teater, dan model memang seolah menemukan "sekolah" di sini. Selain dilatih menjadi seniman profesional, mereka pun dapat bekerja secara profesional pula. "Bahkan tidak sedikit dari mereka yang *starting point*nya kerja di Trans Studio Theme Park, kini juga sudah menjadi entertainer yang cukup dikenal di Kota Makassar," terang Imelda.

Kini, dengan hadirnya TSM Makassar

(yang memiliki fasilitas hiburan sekelas Universal Studio di Singapura), setidaknya telah memberikan destinasi wisata dan belanja yang menarik bagi setiap pengunjung. Menyangkut akselerasi ekonomi kreatif di Kota Daeng, TSM Makassar juga sudah memberikan kontribusi maksimalnya dalam melahirkan kreator-kreator muda di industri kreatif Makassar.

"Untuk menggerakkan ekonomi kreatif tentu saja itu bukan tugas TSM sendiri tapi dari seluruh pihak. Rasanya sulit jika bekerja tanpa didukung oleh infrastruktur yang memadai untuk mengakselerasi program tersebut. Pastinya kami akan berpartisipasi aktif untuk mendukung program pengembangan ekonomi kreatif," ujar Imelda. ■

Imelda Christiana
General Manager
PT Trans Kalla Makassar



ASIA EDUTRAVEL:

BUKAN STUDI BANDING BIASA



Asia Edutavel merancang para mahasiswa untuk ikut langsung dalam proses perkuliahan, baik di dalam maupun di luar kampus, sehingga akan mendapatkan pengalaman yang berbeda.

 Zal Hanif |  Ade Riyan Purnama

Studi banding sekaligus pelisiran ke kampus atau universitas ternama di Asia maupun dunia mungkin sudah biasa. Dan banyak biro perjalanan yang menawarkan paket seperti itu, tinggal Anda memilih dan menyesuaikan dengan tebalnya isi dompet.

Tapi tidak demikian halnya dengan Edutavel. *Tour Organizer* pertama di Indonesia yang menerapkan konsep sebagai yang memediasi antara lembaga pendidikan di Indonesia dengan berbagai lembaga pendidikan, sesuai akademik lembaga pendidikan tersebut yang ada diluar negeri ini, benar-benar akan mengajak Anda merasakan langsung semua proses perkuliahan di universitas yang dituju.

Dengan kata lain, Asia Edutavel, akan membawa Mahasiswa, Dosen, ataupun Pelajar, datang studi banding tidak hanya untuk sekedar berkunjung, lalu photo-photo, dan melihat lihat suasana semata.

"Kami menawarkan yang berbeda dan kegiatan menyentuh banyak aspek yang bisa menjadi pengalaman tersendiri bagi peserta. Diantaranya, pengalaman dimana mereka akan ikut proses kuliah, ikut proses lab,

ikut belajar, ikut kegiatan budaya yang ada dikampus tersebut, dan melihat sambil belajar sistem manajemen negara yang dikunjungi. Lalu untuk Dosen-nya, mereka akan membuka *link* untuk penulisan jurnal ilmiah, dan semacamnya, sehingga memudahkan dosen tersebut untuk mengurus dan memperbaiki *recall* ataupun kenaikan pangkatnya," ujar Zulqadri, Pendiri Asia Edutavel Makassar

Keuntungan lainnya, bagi kampus yang ikut lewat kunjungan ini juga akan bisa membuat MoU, sehingga terbuka peluang untuk pertukaran mahasiswa, training dosen, sampai kepada KKN internasional yang diadakan antara kampus yang bekerja sama.

Konsep yang ditawarkan Zulqadri melalui Asia Edutavel-nya ini ternyata mendapat sambutan hangat dari kampus-kampus ternama di Makassar dan sekitarnya. Apalagi Edutavel telah memiliki lebih dari 200 link di luar negeri, mulai dari kampus-kampus ternama di Asia, rumah sakit, sekolah, lembaga pemerintahan, dan sebagainya.

"Selama 7 tahun saya membuka usaha ini, kami sudah meng-*handle* lebih dari 5000 orang dari berbagai daerah. Mulai dari Makassar, Samarinda, Palu, Gorontalo, Tenggara, Balikpapan, Manado, Mamuju, Polowalimandar, dan beberapa daerah lainnya," ungkap Zulqadri. ■

Asia Edutavel
08114197299 | www.asiaedutavel.com

KOMUNITAS IBU-IBU DOYAN NULIS

TULARKAN “VIRUS” MENULIS

Mereka yang bergabung dalam komunitas IIDN ini tidak hanya ibu rumah tangga saja, namun ada juga dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta, dan mahasiswi.



Erfendi Eka Putra | Dok. Pribadi

Merebaknya media sosial, memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Terbukti, banyak kelompok masyarakat atau komunitas memanfaatkan fasilitas media sosial untuk berekspresi. Salah satunya adalah komunitas Ibu-Ibu Doyan Nulis (IIDN).

Faidah Pata, salah seorang anggota IIDN menceritakan, awal terbentuknya komunitas ini dimulai dari pertemanan di media sosial Facebook pada tahun 2011. “Komunitas ini nasional, lahir tahun 2009 karena niat untuk meningkatkan produktifitas para ibu diberbagai hal, khususnya menulis. Tetapi di Makassar baru terbentuk tahun 2011,” terang Faidah. Di wilayah Makassar ketua koordinatornya adalah Mugniar Mara-karma.

Dalam komunitas ini, sudah banyak jenis tulisan yang dihasilkan, bahkan sudah banyak tulisan yang dimuat di media cetak nasional dan menjadi sebuah buku. Beberapa anggota komunitas IIDN bahkan sudah menerbitkan buku, baik solo maupun antologi (kumpulan tulisan dari beberapa orang penulis)

Mugniar, Ketua komunitas IIDN Makassar, misalnya, meraih banyak penghargaan seperti Srikandi *Blogger* Favorit 2014, *Blogger* Muslimah Terbaik 2015. Selain itu ia kerap diundang mengisi acara di stasiun televisi.

Mugniar juga membuat beberapa buku, diantaranya “Lakon Fragmentaris, Agar dicintai Suami Layaknya Sayyida Khadijah”. Salah satu media *online* terkemuka di Makassar, memberikan apresiasi kepada Mugniar sebagai salah satu dari 10 Perempuan Paling Berpengaruh di Sulawesi Selatan

Mereka yang bergabung dalam komunitas IIDN ini tidak hanya ibu rumah tangga saja, namun ada juga dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta, dan mahasiswi. Saat ini, komunitas IIDN di Makassar anggotanya sudah ratusan orang.

“Yang aktif hampir 80 orang. Setiap minggunya rutin melakukan kajian dan bertukar pikiran seputar penulisan, karena setiap orang punya gaya dan penulisan yang berbeda,” ujar pemilik nama pena, Aida Al Fath. “Alhamdulillah sudah banyak manfaat yang kami rasakan. Mulai dari persahabatan dengan banyak orang dari berbagai wilayah, menerbitkan buku, tambahan pengetahuan, dan aneka hadiah mulai dari asesoris, jilbab hingga uang,” pungkasnya. ■

**Komunitas
Ibu Ibu Doyan Nulis**
Ketua Korwil Mugniar Marakarma
<http://www.ibu-ibudoyannulis.com/>
www.mugniar.com




Faidah Pata, Anggota Komunitas IIDN.

I LA GALIGO

KARYA SASTRA TERPANJANG DI DUNIA

Karya sastra klasik lahir di tanah Bugis, merupakan karya sastra terpanjang di dunia. Bahkan melebihi Mahabarata dari India dan Homeros dari Yunani. Di tahun 2011 UNESCO menetapkan naskah klasik I La Galigo ini sebagai warisan budaya dan diberi anugerah Memory Of The Word (MOW)

 Ade Riyan Purnama
 Ade Riyan Purnama

Sastra adalah sebuah tulisan yang memiliki arti dan keindahan tertentu. Namun seperti dikutip dari pesan seorang bijak, bahwa menulis karya sastra kelak akan membuat kita dikenang melalui tulisan tersebut. Dan benarlah adanya, bahwa sastra akan mendokumentasikan sesuatu melalui cerita dan kisah.

Makassar ternyata menyimpan kandungan karya sastra kuno yang sangat luar biasa. I La Galigo yang merupakan sebuah karya dengan kandungan nilai-nilai hidup. Kali ini, Aminuddin Ram akan menceritakan dengan lebih jelas mengenai karya tanah Bugis ini. "I La Galigo memang karya terpanjang. Beda jumlah halamannya dengan Mahabarata sekitar seribu halaman,"

jelas Aminuddin Ram mengawali kisah.

Selain jumlah halamannya yang spektakuler, I La Galigo memiliki muatan yang sangat hebat.

"Kalau Romeo Juliet adalah kisah cinta 2 manusia, I La Galigo sudah melampaui batas itu. Kisahnya lebih dahsyat," lanjut pria yang memiliki nama pena Nunding Ram ini dengan bangga. I La Galigo memang menyuguhkan keindahan dan nilai-nilai luhur tersendiri. Hal ini terbukti dengan keputusan untuk mencetak edisi terbarunya yang kemudian disebut hasil penyelaras naskah asli di tahun 2012.

Adalah Nunding Ram bersama kedua rekannya Yusuf dan Lely Yuliani Said yang akhirnya sepakat untuk menjadi tim penyelaras kisah klasik ini. "Perlu diselarskan bahasanya supaya lebih mudah

dicerna dan lebih ringkas. Namun dengan tema dan amanah yang tetap terjaga," ujar Nunding Ram menjelaskan. Pria yang juga menjadi dosen sastra dan kebudayaan di kampus Hassanudin ini melanjutkan bahwa sebelumnya telah ada yang menjadikan kisah I La Galigo ini buku dengan jumlah 12 jilid. "Pak Salim yang dulu menjadi penulisnya. Sekarang kami lebih memperringkas menjadi 6 jilid saja," sahut Nunding.

Selain itu, buku I La Galigo terbaru ini tidak hanya mengambil dari satu sumber saja. Tim penyelaras menggunakan beberapa referensi yang berkaitan dengan naskah I La Galigo. Beberapa diantaranya adalah buku karya Drs. H. Muhammad Salim, Prof. Dr. H. Fachruddin AE, dan Drs. M. Johan Nyompa. "Mereka adalah penulis transliterasi dan terjemahan I La Galigo dalam bahasa Indonesia," terang Nunding Ram.

Mengenai karya sastra, Nunding tentu berharap I La Galigo tak hanya hangat sebentar. Ia berkeinginan menjadikan I La Galigo salah satu rangsangan masyarakat Makassar untuk cinta membaca. "Kita ini negara dengan budaya membaca yang sangat kecil. Membaca saja sudah sangat sulit, apalagi membaca karya sastra," ujarnya penuh keprihatinan. Karena itu Pria yang adalah ketua pusat kebudayaan Universitas Hassanudin ini sangat mengapresiasi seorang sutradara kenamaan Amerika Serikat yang mengangkat I La Galigo sebagai drama teater dan membawanya keliling dunia. "Robert Wilson yang mengangkat dan menjadikan karya Bugis ini menjadi perbincangan dunia. Menurutnya ini adalah *epic*," sahut Nunding Ram dengan bangga.

Kebanggaan Nunding memang tak salah tempat, pasalnya I La Galigo memang telah mendapatkan pengakuan dunia akan kualitasnya. "Saya kalau punya uang akan buat film untuk I La Galigo," ujarnya penuh harap sembari menutup obrolan dengan *ikreatif*. ■



MUHAMMAD AKBAR

POTRET CAHAYA MAKASSAR

Siapa yang tak suka menyimpan moment dalam hidupnya? Tentu saja semua orang merasa lebih bermakna ketika bisa melihat kenangan dibelakang. Hal tersebut bisa dilakukan oleh dunia fotografi. Dan bagaimanakah Makassar melihat sisi fotografi masyarakatnya?

 Ade Riyan Purnama

 Ade Riyan Purnama

Seperti definisinya, fotografi adalah proses menghasilkan gambar dengan menggunakan cahaya melalui alat yang disebut kamera. Eksekusinya tentu saja momen yang terdokumentasikan dan kelak bisa menjadi kenang-kenangan di masa yang akan datang.

Makassar memiliki 'cahaya' sendiri di bidang fotografi. Muhammad Akbar, adalah sang cahaya tersebut. Ide dan hasratnya di dunia fotografi memberikan pencerahan pada masyarakat Makassar tentang dunia fotografi yang tak hanya sebatas foto saja tetapi juga menghasilkan momen dengan tema yang unik. "Studio ke dua saya sekarang lebih mengangkat nilai tematik sebuah foto," jelas Muhammad Akbar memulai percakapan dengan *ikreatif* di studio miliknya. Terkait dengan hal tersebut, akbar menjelaskan bahwa sebelumnya ia telah lebih dulu membuat studio foto yang lebih meremaja dan di targetkan pada konsep anak sekolah.

Alasan Akbar membuat studio tematik tak lain karena ingin memberikan inovasi di dunia fotografi. "Saya ingin masyarakat tahu bahwa karya yang nanti dihasilkan dari studio ini tidak hanya sebatas foto semata. Tapi lebih pada tema-tema yang diusung," sahutnya memberi penjelasan.

Ia melanjutkan bahwa di studio foto tematiknya sendiri kini telah tersedia lebih dari 15 tema. Lain halnya dengan studio foto pertamanya, "di yang pertama saya lebih pada konsep anak remaja. Saya ingin memberi pilihan pada anak sekolah bahwa tempat nongkrong bisa di studio sambil foto-foto," ujar pria yang telah menekui dunia fotografi sejak tahun 1990.

Lebih dalam mengenai fotografi di Makassar, Akbar mengatakan bahwa pertumbuhan fotografi di kota yang dahulu bernama Ujung Pandang ini sudah tumbuh dengan sangat pesat. "Dulu disini kenal fotografi itu cuma motret *wedding*," kata Akbar sembari terbahak. Kini ia mengakui bahwa dunia fotografi sudah mulai berkembang lebih luas

di masyarakat, salah satunya adalah dengan munculnya banyak studio foto di Kota Makassar.

Namun ternyata tak melulu Akbar optimis dengan kondisi fotografi. Nyatanya ia juga pernah merasa khawatir dengan perkembangan dunia foto di Indonesia, terutama saat kamera digital mulai datang dan menguasai pasar. "Saya sempat berfikir bahwa studio akan ditinggalkan. Karena 'kan masyarakat akan bisa menghasilkan foto bagus sendiri. Ada *smartphone*, kamera digital, yang semuanya bisa dikuasai tanpa tehnik khusus," terang fotografer yang pernah kuliah di Universitas Hassanudin (UNHAS) ini dengan senyum cerah.

Dan ia pantas bersyukur ketika kekhawatirannya itu tak terbukti. Studio tetap jadi idola ditengah berkembangnya dunia foto digital. "Ternyata masih ada sensasi lain yang dinikmati masyarakat ketika foto di studio. Dengan hasil yang tentunya lebih bagus," katanya sumringah. Untuk hal tersebut, Pendiri UKM Fotografi UNHAS ini mengatakan bahwa ia sama sekali tak khawatir dengan menjamurnya studio foto di Makassar saat ini. "Makin banyak studio artinya kita bisa maju sama-sama," sahutnya bersemangat.

Kini, Akbar terus berharap bahwa fotografi bisa diapresiasi oleh pemerintah dengan mendukung pelaku fotografi melalui program pemerintah. "Memang sampai saat itu belum ada peran pemerintah untuk fotografi Makassar. Tapi saya berharap akan ada," sahut Akbar.

Dan doa terbaik akan datang ketika ia bisa terus fokus serta konsisten di bidangnya. Pria yang telah mengikuti pameran fotografi Summit 2014 di Jakarta dan pameran fotografi Internasional di Bali terus berdoa untuk perkembangan dunia fotografi di Makassar. "Fotografi seharusnya bisa jadi ujung tombak pariwisata Makassar dan sekarang sudah ke arah sana," ujarnya menutup obrolan. ■



Elegant Photography

Jl. Kakatua 2 No. 3 / Tlp. 0411850001



Owl Photography

Jl. Kakatua 2 No. 57 / Tlp. 0411870444



MIKE TURUSY

DARI OTODIDAK TERBANG KE JEPANG



Melukis bukan hanya menuangkan warna di atas kanvas, tapi membaca fenomena zaman tentang kegelisahan sosial yang dapat diambil manfaatnya di masa depan.

Ade Riyan Purnama | Ade Riyan Purnama

Kesenian dan manusia bagaikan telunjuk dan jari tengah jarak kedekatannya. Dimana kesenian itu tercipta, di situ pulalah peradaban manusia terukir di atas waktunya. Dan jejak sejarah tersebut bisa dibaca lewat artefak yang ditulis oleh sastrawan dan perupa. Atas salah satu dasar itulah, perupa asal Kota Makassar, Mike Turusy, mengeluti seni rupa untuk menciptakan pintu sejarah di masa depan.

"Seni itu sangat penting, itulah wujud peradaban negara. Sebuah kota bila tidak ada galeri akan mati, karena disitulah akan tumbuh SDM dan estetika yang dapat diangkat untuk mengindahkan kota," papar Mike pada *iKreatif*. Ia lalu melanjutkan dengan memberi contoh dari patung-patung di pantai Losari. "Banyak karya-karya perupa Makassar yang mengindahkan bibir pantai Losari," ujar Mike melengkapi.

Dari semua proses yang ia jalani, Toraja adalah yang paling berperan menghantarkan ide paling besar dalam hidupnya dalam melukis. "Genre lukisan saya awalnya sebenarnya realis dan banyak mengangkat tema sosial," katanya bersemangat. Kemudian ia sampai di Toraja dan melihat kebudayaan di sana, ia mengakui bahwa khasanah lukisannya semakin kaya. "Selain konsep dasar pelukis, melihat, mendengar dan merasakan.

Perjalanan ke Toraja membuahkannya

satu konsep yang kini menjadi salah satu harta saya dalam melukis, yaitu melukis dengan elemen kayu," kisahnya dengan utuh.

Dan Toraja jugalah yang memberikan kayu bertemu sponsor sampai akhirnya Mike dapat mengembangkan layarnya ikut pameran ke Amerika, Thailand, Singapura, dan pameran tunggal di Jepang tahun 2009.

"Jadi ceritanya saya ikut pameran di Tokyo dengan 12 perupa, tapi yang dibawa hanya lukisannya saja. Dan di tahun 2005 sampai 2006 saya ditawarkan pameran tunggal," ujarnya menginformasi. Sementara ia mengakui dengan jujur bahwa sebenarnya pada saat itu ia tidak siap, "karena pada saat itu saya melukis untuk saya jual.

Kemudian sponsor memberikan biaya ganti untuk tidak menjual lukisan-lukisan saya agar disimpan untuk pameran," lanjutnya dengan penuh antusias. Mike lantas mengkonfirmasi bahwa setelah 3 tahun mengumpulkan karya akhirnya pameran tunggal di Tokyo terealisasi dengan 30 karya lukisan.

Perupa Makassar yang telah melahirkan banyak pelukis 'TOP', dan menjadikan melukis sebagai *passion* hidupnya ini mengatakan, "kesenian bagi saya adalah kepuasan batin dan juga cara untuk hidup. Karena 100% hidup saya dari kesenian dan warga kelas 1 dunia adalah seniman," papar penerima penghargaan Celebes Art Award 2003.

Ia merasa sangat bersyukur kalau Pemda mendukung penuh para perupa. Kini dengan bangga Mike bisa mengatakan bahwa kontribusinya terhadap Kota Makassar ternyata telah mewujud dengan nyata. "Beberapa orang yang belajar lukis pada saya kini sudah menjadi dosen-dosen kesenian," ucapnya. Semoga di tangan-tangan perupa Makassar inilah potret zaman dapat diarsipkan melalui goresan warna dan sketsa. ■



Mike Turusy, perupa asal Kota Makassar.

SYAHRIR ARSYAD DINI (RERE) SUTRADARA FILM

TULARKAN VIRUS KREATIF MELALUI FILM

Kehadiran tiga film karya Rere Ar2tonic yang dinilai cukup fenomenal, mampu membuka mata generasi muda Makassar untuk membuat film baru dan berkualitas.



Zal Hanif



Ade Riyan Purnama



“Jangan takut mencoba. Gagal karena mencoba akan lebih baik dari pada diam!”. Begitulah motto yang selalu dipegang Syahrir Arsyad Dini, sutradara film *Bombe*, *Sumiyati* dan *Dumba-Dumba*.

Pria yang akrab disapa Rere ini belakangan memang menjadi perbincangan banyak orang terutama dikalangan insan perfilman tanah air. Alasannya, apalagi kalau bukan karena 3 film hasil karyanya yang *booming* dan mampu menembus serta bersaing dengan film nasional dan film-film dari Hollywood sekalipun, di Bisokop XXI Kota Makassar dan di kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Fenomenal memang. Apalagi setiap film yang dirilis, selalu mendapat respon yang luar biasa dari penonton, serta membuat industri film di kota Makassar menjadi semakin bergairah. Komunitas-komunitas film banyak bermunculan, hingga mampu memicu kreatifitas anak muda Makassar dalam industri film. Karenanya, sangat masuk akal jika pentolan sekaligus vokalis Group Band Ar2toic ini begitu bersemangat untuk terus menciptakan karya film yang mengangkat kearifan budaya lokal Makassar atau Sulawesi Selatan secara umum.

“Saya juga tidak menyangka, film-film yang kami luncurkan mendapat



respon begitu luar biasa dari masyarakat. Bioskop di Makassar terutama, tidak pernah ada kursi yang kosong, ketika film kami diputar. Bisa jadi karena film ini agak unik, menggunakan logat Makassar dan mengangkat kearifan lokal Makassar yang selama ini belum pernah ada,” ujarnya kepada *ikreatif* beberapa waktu lalu di Makassar.

“Seperti di film *Bombe*, kami menceritakan bagaimana selama ini Kota Makassar identik dengan demonstrasi. Nah, di film ini kami menceritakan dampak negatif dari demo tersebut. Hasinya, demo sudah mulai berkurang dan mereka yang suka demo jadi malu sendiri. Bahkan mereka terutama para mahasiswa, banyak yang tertular untuk membuat film,” ujar pria kelahiran Makassar 1975 ini.

Otodidak

Mungkin tidak banyak yang menyangka bahwa bapak dari seorang putra ini hanya membutuhkan waktu 2 bulan untuk mempelajari bagaimana cara membuat film. Berangkat dari profesi sebagai musisi, Rere bersama rekan di Ar2tonic mencoba tantangan baru dengan membuat film perdana mereka; *Bombe*.


“Ide walnya kami hanya ingin merubah *mindset* warga Makassar dengan film. Kalau merubah *mindset* orang luar, kan agak susah. Jadi selama 2 bulan kami belajar otodidak memproduksi film. Saya belajar menjadi Sutradara, *Drummer* belajar *editing*, gitaris menjadi manejer, yang main bas bagian *casting*, dan *keyboard* jadi kameramen,” terang pria yang menciptakan lagu “*Assamulaikum*” yang digunakan Presiden SBY untuk iklan Ramadhan beberapa tahun lalu ini. ■



KAIN SUTRA:

MODEL LUAR, RASA LOKAL

Diawali rasa keprihatinan, Toma akhirnya memutuskan untuk berkreasi membuat tas bermotif khas Sulawesi Selatan. Kain sutra menjadi ciri khas dari setiap produk yang dihasilkannya.

 Rusli M. Tang

 Ade Riyan Purnama

Tas cantik dengan warna cerah sekaligus *eye catching* dan nyaman di tangan saat dijinjing menjadi trademark hasil karyanya. Toma, begitu ia akrab disapa, memang tak main-main dalam mengeksplor kain sutera dari Kabupaten Sengkang, Sulawesi Selatan. Hasilnya? Sudah dapat diterka. Produk eksklusif dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Lewat ide-ide kreatifnya, kain sutera tidak lagi harus melekat menjadi kebutuhan sandang (pakaian). Sebab Toma sudah memproduksi sejumlah barang dengan menggunakan kain sutera. Di antara adalah tas, dompet, kipas, taplak meja, tempat *tissue*, dan sebagainya. "Saat ini saya sedang membuat koper berbahan sutera asal Sengkang, Sulawesi Selatan (Lagosi—red). Dengan motif bunga-bunga yang cerah saya yakin pasti *eye catching* di koper," ujar Sekretaris I Dekranasda kota Makassar.

Toma yang merangkap sebagai pengrajin sekaligus pengusaha ini nampak menik-mati profesinya saat ini. Apalagi karyanya sudah banyak diapresiasi oleh sejumlah kalangan, termasuk oleh Pemerintah Kota Makassar. "Kemarin tas karya saya juga sempat jadi suvenirnya Ibu Walikota kalau ada sertijab," ungkap Toma yang memulai usaha kerajinan berbahan sutera ini sejak 2014. Tak hanya berbisnis, sebab bersama

Dekranasda Kota Makassar, Toma terus menggali potensi pengrajin di Kota Daeng yang tersebar hingga di lorong-lorong kota.

Jika tak ada aral melintang, Juni nanti, Toma yang memiliki brand tas Tomstuff ini akan ikut pameran kerajinan di Kota Madrid, Spanyol. "Ya, kita juga sedang persiapan pameran di Madrid, Spanyol. Juni nanti Makassar diundang ke Madrid untuk kegiatan yang namanya *Makassar Day*. Jadi semua tentang Makassar kita angkat ke sana. Saya sendiri membawa tas produk saya," terangnya bangga.

Lalu apa sebenarnya keunggulan produk dari tas bermerek Tomstuff ini? Menurut Toma, selain memiliki muatan lokal berkualitas (kain sutera), tas-tas produknya juga memiliki warna-warna yang cerah. Kalau untuk modelnya sendiri, Toma mengakui masih banyak mengikuti model tas-tas *branded* seperti Channel, Louis Vuiton, Hermes, dan lain-lain. "Saya suka melihat ibu-ibu beli tas *branded* tapi palsu. Akhirnya saya kepikiran membuat model tersebut tapi menggunakan bahan lokal asli," ujar Toma yang membanderol tasnya di kisaran angka Rp1-2 juta.

Ke depan, ia berharap masyarakat Makassar mau dan bangga menggunakan produk-produk lokal. Salah satunya adalah tas bermerek Tomstuff yang katanya memiliki keunggulan pada penggunaan material dan finishing yang rapi. "Saya merasa tas saya ini lain dari yang lain. *Finishing*nya rapi, model *cutting*-nya juga bagus," tegasnya berpromosi. ■



BALI PUNYA JOGER, MAKASSAR PUNYA BAJIKI

Bisnis *clothing* bukan hanya sekadar memproduksi dan menjual, tapi bagaimana cara meng-entertain dan memasarkan dengan perkembangan teknologi.



 Ade Riyan Purnama |  Ade Riyan Purnama

Ide kreatif memang bisa muncul dimana saja. Apalagi bila kreativitas melekat pada jiwa muda yang kemudian dipadu dengan teknologi. Sebut saja, 'Bajiki', dalam dialek Makassar, yang bila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti, 'baik', adalah sebuah merk kaos Makassar yang menjadi *trend maker* Makassar.

Bukan hanya sekadar kaos biasa. Bajiki menghadirkan konten kata-kata lokal yang lucu dengan tetap meninggalkan pesan moral. "Awalnya tahun 2011 kita main-main di *twitter* pakai kata-kata lucu yang mengangkat Kota Makassar. Ternyata tanpa di duga *followers*nya sampai 35 ribu dan sekarang sudah 45 ribu," ujar Tumming, salah satu pemilik *clothing* Bajiki menjelaskan. Tumming pun melanjutkan bahwa dari hal itu, kata-kata tersebut kemudian menjelma menjadi kaos dan kemudian laku sampai sekarang.

Kelebihan Bajiki adalah bahwa mereka menjadi salah satu *fesyen trend* disertai sebagai ajang *kongkow* masyarakat Makassar. "Konsep kata-kata pada Bajiki sendiri tercipta karena teman-teman senang dengan hal yang lucu-lucu kemudian di sablon dalam kaos. Dan hampir semua kata-kata yang di torehkan dalam kaos Bajiki menjadi *hits* di Makassar," kisah Tumming. Seperti 'Beri aku 2 coto 4 ketupat, maka akan kuguncangkan dunia.' Begitulah contoh tulisan kaos Bajiki. "Karena saya tidak bisa nulis serius. Bisanya nulis komedi, itu pun tetap dengan konten lokal Makassar," ujar Tumming memberi penga-

kuan. Meskipun begitu, Tumming tetap menjaga konten tulisannya agar tidak menyinggung SARA.

Salah satu yang menjadi keistimewaan Tumming adalah keikhlasannya akan berkaya dalam Bajiki. Bahkan ketika membicarakan tentang kemungkinan Bajiki di jiplak. "Dulu pernah merasa khawatir ketika karya kita dijiplak, tapi akhirnya kita beranggapan kalau karya sudah dilempar ke sosial media, itu bukan lagi menjadi milik kita melainkan jadi punya publik," jelas Tumming mengkonfirmasi. Dan berkaitan dengan hal tersebut Tumming menambahkan bahwa hal tersebut tidak menyurutkan kreativitas. "Kita malah makin gencar membuat karya dan menjadi cermin agar kita jangan menjiplak karya orang lain," papar Tumming mengimbuhkan.

Yang paling menarik dari Bajiki adalah strategi marketing yang mereka buat. "Kita memasarkan produk Bajiki dengan film pendek berdurasi 15 detik di *instagram* dan *twitter*. Jadi bukan sekadar bisnis *clothing*, kita juga main film," seru Tumming terbahak.

Kini desain kaos Bajiki sudah berjumlah ratusan lebih dan dengan modal awal kurang dari 10 juta.

Namun keuntungannya sudah di angka 50 juta hingga 100 juta. "Bahkan bila mendekati hari raya keuntungan kita bisa sampai 5 kali lipatnya," terang Tumming bersyukur.

Nekat dan melibatkan orang dekat sebagai dukungan adalah modal kreativitas Tumming. ■



Bajiki
Jl. Mon. Emmy Saelan Ruko 103g
Makassar, Sulawesi Selatan
0852 9999 4338, 0411 863067
Twitter : @bajiki_makassar
Instagram : bajikimakassar
Email : bajikimakassar@gmail.com

MUHAMMAD RIJAL DJAMAL, SENIMAN PANTUN

PIONIR KEBANGKITAN SENI PANTUN INDONESIA TIMUR

Berawal dari hobi dan berkegiatan di unit kegiatan mahasiswa, Alumni Sastra Inggris Unhas itu berhasil membuktikan bahwa seni pantun bisa menjadi ladang penghidupan.

 Erfendi Eka Putra |  Dok. Pribadi



Pantun masih sesekali muncul dalam acara komedi di televisi. Namun, dalam pergaulan sehari-hari nyaris tidak ada orang yang menggunakannya. Padahal pantun adalah budaya yang perlu dilestarikan. Hampir semua daerah, termasuk Makassar memiliki budaya ini.

Itulah yang kemudian mendorong Muhammad Rijal Djamal, Seniman Pantun asal Makassar ini ingin kembali membudayakan tradisi berpantun. Minimal menjadi salah satu tontonan seni pilihan bagi masyarakat.

"Tradisi berpantun bukan milik masyarakat Melayu Sumatera saja. Tetapi juga budaya Bugis Makassar, bahkan Toraja juga punya tradisi pantun," paparnya. Di Makassar Pantun dikenal dengan kelong-kelong, pada adat Bugis disebut ellong-ellong. Dan sering ditampilkan bersama alat musik dawai, kesek-kesok.

Tradisi pantun mengajarkan cara bertutur yang sopan dan sikap rendah hati. "Jadi bayangkanlah betapa akan lebih sejuaknya Makassar kalau banyak anak mudanya yang pandai jual beli pantun," ungkap pendiri Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pantun dan Seni Kreatif Universitas Hasanuddin (Unhas) itu.

Rijal dan kawan-kawannya mengemas pantun dengan gaya andalan mereka yang dikenal dengan istilah Ambo Indo. Di sana-sini diselipkan diksi khas Indonesia Timur. Misalnya, "beta". Secara bebas, Ambo Indo digambarkan sebagai pantun dengan gaya yang lebih lincah dan tegas, berbeda dengan pantun melayu.

"Karakter Ambo Indo adalah jati diri kami. Kami ingin memperlihatkan bahwa pantun Bugis-Makassar juga bisa bersaing dengan pantun Melayu," ungkap pendiri Komunitas Pantun (Tunas) itu.

Pria yang kini tengah menempuh pendidikan Magister di Unhas itu mengakui, ketika diundang mentas ia tidak menetapkan tarif. Sukarela sesuai *budget* pengundang. Belakangan karena makin banyak undangan, dan atas permintaan petinggi kampus Unhas, mereka menerapkan besaran tarif tertentu.

"Sebagai penghargaan nilai profesionalitas atas karya-karya kelompok kami. Besarannya tergantung jenis dan konsep acaranya. Kalau diminta mengkonsepkan keseluruhan kegiatan biasanya mulai Rp 20 jutaan," ungkapnya.

Sebulan rata-rata bisa manggung 3-5 kali. Pengundangannya mulai dari kalangan kampus, Pemprov, sampai perusahaan swasta dan BUMN. Tidak heran, pendapatannya dari berpantun bisa memenuhi biaya hidupnya sehari-hari. Lewat pantun juga ia mendapatkan beasiswa penuh dari pihak universitas sampai jenjang pendidikan Magister.

Tidak hanya nilai rupiah, melalui kegiatan berpantun, Rijal sekaligus ingin membuktikan bahwa masih banyak masyarakat, khususnya mahasiswa di Makassar yang berprestasi. Memilih bertarung di panggung ketimbang berantem di jalanan.

Indonesia Tanah Air Beta/Kita junjung sepelelosok negeri/Pantun adalah budaya kita/Wajib dijaga agar lestari. ■

Muhammad Rijal Djamal.



Muhammad Rijal Djamal

UKM Seni Pantun dan Seni Kreatif Universitas Hasanuddin
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Kec. Makassar
Telepon:(0411) 586200

I BASSE GOES TO BOLLYWOOD

Istilah Makassar yang berbunyi “Lebba jojo’ batara” menjadi bukti bahwa jodoh pasti bertemu (kalau jodoh takkan kemana—red). Itulah benang merah dari cerita drama musikal berjudul *I Basse Goes to Bollywood* yang ditampilkan oleh talenta muda nan kreatif di Trans Studio Mall Makassar.

 Rusli M. Tang |  Dok. TSM Makassar

Siapa bilang anak muda Makassar tidak bisa menjadi performer yang baik di atas panggung? Hal ini dibuktikan dengan tampilan apik 35 talenta muda yang memainkan peran dalam drama musikal bertajuk *I Basse Goes to Bollywood*.

Tak hanya berbakat, mereka pun tampak mapan dalam beradu akting di pentas yang ditata secara atraktif. *Audio visual, dubbing,* dan koreografi seolah menyatu menciptakan harmonisasi tontonan yang begitu mengasyikkan. Seperti itulah kesimpulan Tim *iKreatif* saat menonton langsung drama musikal yang memadukan budaya lokal dan budaya India itu.

I Basse Goes To Bollywood yang berdurasi sekitar 30 menit ini menceritakan kisah seorang gadis Makassar bernama Basse yang memiliki kekasih bernama Syahrul Kang. Basse meninggalkan kekasihnya yang sekarang telah menjadi seorang artis terkenal di India. Basse memilih tetap berada di Makassar untuk menemani ibunya yang sedang sakit dan memilih membantu ibunya untuk melunasi utang ayahnya di rentenir (Juragan Rambo) dengan menjahit dan berjualan kain Sutera Bugis Makassar di pasar.

Singkat cerita, suatu hari Basse diajak oleh pelanggan jahitannya (Sanjoy Dutt) ke India pasca ibunya meninggal dunia. Saat Basse di India tanpa sengaja bertemu Syahrul Kang

yang ternyata akan menikahi seorang artis terkenal bernama Kajol. Di sinilah drama romantis disuguhkan. Walhasil, akhirnya Basse dan Syahrul Kang bersatu di Taj’ Mahal India. Itulah yang dikatakan “Lebba jojo’ batara” bahwa kalau jodoh pasti bertemu. Tapi kalau tidak jodoh, pasti kemana-mana.

Drama musikal yang disajikan ini terbilang lengkap dan mampu mengocok perasaan para penonton yang siang itu memadati studio berkapasitas 300 orang. Menurut Gunadi M. Mansyur, Production and Creative Manager TSM Makassar, sebenarnya TSM Makassar memiliki sekitar tujuh produk drama musikal. “Cerita Basse inilah yang terakhir kami hadirkan, dimana kami memasukkan unsur budaya daerah yang kami matching-kan dengan budaya India,” terang Gunadi atau yang akrab dipanggil dengan sebutan Kiki.

Dan yang menarik adalah meski sudah tiga tahun, tema Basse ini tetap tak berubah dan selalu mendapat sambutan positif dari setiap pengunjung yang menonton. Meskipun sudah beberapa kali menonton. “Sebenarnya kami ada rencana mengganti tema cerita, cuma karena ini sangat diminati jadi tetap dipertahankan,” kata Kiki.

Ya, setidaknya lewat *I Basse Goes To Bollywood*, orang-orang di luar Makassar bisa mengetahui bahwa di Kota Anging Mamiri ini ada produk drama musikal yang bisa dibanggakan. ■



MAKASSAR

MEMBANGUN KOTA DUNIA MELALUI TATA LORONG DAN PEMANFAATAN ICT

PENULIS: HASNIL FAJRI (PAKAR EKONOMI KREATIF INDONESIA)



Makassar, dulu dikenal dengan sebutan Ujung Pandang, merupakan ibu kota terbesar dari Provinsi Sulawesi Selatan. Seperti kita ketahui Makassar sudah menjadi pusat perdagangan yang dominan di Indonesia Timur sejak abad ke 16 dan menjadi salah satu kota terbesar di Asia Tenggara. Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas perairan dan udara di Indonesia. Makanya, Makassar pun menjadi titik temu bisnis di kawasan timur Indonesia.

Dengan luas wilayah 199,26 km² dan jumlah penduduk sekitar 1,7 juta, membuat kota ini memiliki potensi tersendiri. Dari pembangunan infrastruktur, jelas bahwa Makassar tergolong kota metropolitan di Indonesia. Kota yang memiliki 14 kecamatan itu memang merupakan kota multietnis (suku Makassar, Bugis, Toraja, Mandar, Buton) dan jelas memiliki potensi di bidang ekonomi kreatif.

Kekayaan "Kota Daeng" ini juga bisa dilihat dari ragam destinasi wisata dan kulinernya. Sebut saja misalnya; Pantai Losari yang indah dan mempesona, Benteng Fort Rotterdam yang bernilai sejarah. Ada pula wisata lainnya yang menarik untuk dikunjungi seperti Taman Laut Taka Bonerate, Taman Nasional Bantimurung, Malino, Pantai Tanjung Bira, wisata Bahari di pulau Bulupoloe, pusat kerajinan perahu phinisi, Benteng (fort) Somba Opu, pemandian alam Air Panas Lejja, dan sebagainya. Dan pastinya Makassar menjadi surga kuliner bagi penikmatnya dimana Coto Makassar, Sop Konro, Sop Saudara, Jalangkote, Palubutung, dan Pisang Ijo yang legendaris itu siap menggoyang selera setiap orang.

Di tengah usia Kota Makassar yang menginjak usia ke 408 tepatnya pada tanggal 09 November 2015 lalu, kota yang saat ini dipimpin oleh Ir. Mohammad Ramdhan Pomanto sebagai Walikota dan Dr. Syamsu Rizal MI, S.Sos. M.Si sebagai Wakil Walikota terus berbenah diri; bekerja keras dan berkarya untuk mewujudkan Makassar menjadi Kota Dunia sesuai dengan visi "Mewujudkan Kota Dunia Untuk Semua, Tata Lorong Bangun Kota Dunia".

Langkah jitu mewujudkan visi itu sudah terbangun dengan baik saat ini. Salah satunya adalah dengan pengelolaan sampah melalui Program Bank Sampah yang kini menjadi percontohan program bank sampah

nasional. Sampah di Makassar saat ini berubah menjadi berkah yang mempunyai nilai ekonomis bagi masyarakat dan mampu meningkatkan perekonomian ekonomi. Bahkan data per April 2016 lalu, sampah kota itu dalam sehari mampu menghasilkan omzet hampir Rp1 miliar. Luar biasa.

Bicara ekonomi kreatif, Kota Makassar tidak kalah dengan kota-kota lainnya di Indonesia. Bahkan Makassar sudah mempunyai database komunitas ekonomi kreatif dari berbagai subsektor dan data zona kreatif per kecamatan. Mari kita tengok potensi Ekraf Makassar ini:

Subsektor Kuliner; selain sop konro, coto makassar, pisang ijo dan sirup markisa yang sudah terkenal di seluruh Indonesia dan Negara tetangga, ada juga pisang epe, baruasa, pallubasa, sop saudara, palubutung, pia, abon ikan, sarabba, gogos, barongko, kapurung, mie titi, nasi kuning ribura'ne, bebek dangkot, bakso ati raja, cucuru bayao, jalangkote, seafood di Paotere dengan bumbu khas racikan makassar dan variasi kuliner khas tradisional Makassar lainnya yang rasanya menggoyang lidah dan maknysus. Makassar mempunyai agenda rutin kuliner: Makassar Food Expo dan Festival Kuliner Makassar.

Subsektor Kerajinan; kerajinan perak dan emas Kota Makassar sangat terkenal yang berada di Kecamatan Wajo, usaha mebel, pengrajin tembaga dan pengrajin emas di Kecamatan Manggala, pengukir, pelukis, kerajinan dari benang wol, rotan di Kecamatan Marisso, kerajinan kayu, tas dan dompet di Kecamatan Tamalanrea, kerajinan batik lontara, karang laut & pasir putih di kecamatan Ujung Pandang, pengrajin cenderamata, pembuat cetakan kue di kecamatan Makassar, kerajinan daur ulang barang bekas di kecamatan Mamajang, kerajinan kerang, anyaman tas dan perahu di Kecamatan Biringkanaya, pengrajin songkok, kursi, panci, hiasan aquarium di Kecamatan Bontoala, kerajinan bahan manik-manik, cincin dan batu permata, souvenir pernikahan, perhiasan permata dan daur ulang sampah di Kecamatan Panakkukang, kerajinan tangan daur ulang eceng gondok, tas kain, pot bunga dari ban, penimbangan sampah, pengrajin aluminium di Kecamatan Tallo, kerajinan kulit kambing, ukir kaca, merangkai bunga, cincin dan bros di Kecamatan Tamalate, kerajinan souvenir dari sutra, emas, rotan, kain flannel, bunga kertas, sandal hotel, celengan dari gulungan kain dari Kecamatan Rappocini.

Subsektor Fesyen, batik tidak hanya dimiliki oleh tanah Jawa. Makassar pun mempunyai batik khas Sulawesi Selatan yang dinamakan Batik Lontara

dan Batik Makassar yang mempunyai berbagai macam motif seperti motif Toraja, Bugis, Makassar, Maros, Pare-Pare, Soppeng dsb. Selain batik ada pula baju kebaya dan baju payet khas Makassar, sarung sutera bugis yang terkenal, kaos kareba dan tenun senggang, industri batik bisa kita temukan di Kecamatan Panakkukang, untuk mempromosikan dan ajang bertemunya designer, buyer, para pecinta dan pemerhati fesyen dibuatlah agenda rutin seperti Femme Celebes Beauty Fashion Week dan Fashion Silk on the Street setiap tahun di Kota Makassar.

Subsektor IT, dalam beberapa tahun terakhir ini Makassar dibanjiri lahirnya banyak developer-developer IT lokal berusia muda, energik, handal dan bertalenta ditambah tumbuh dan berkembangnya software house lokal yang membuat berbagai aplikasi untuk kebutuhan masyarakat banyak dan menunjang kebutuhan Smart City yang dibuat oleh Pemkot apalagi sejak *kick-off* rumah *software* Indonesia akhir tahun lalu. Geliat dan perkembangannya tumbuh luar biasa.

Subsektor Film, Makassar sedang demam film lokal karya sineas muda Makassar yang sedang naik daun, satu di antaranya bernama Syahril Arsyad Dini atau lebih populer disapa Rere. Untuk menumbuhkan dan mawadahi serta mengedepankan bakat-bakat perfilman para sineas makassar dibuatlah event tahunan Makassar Film Festival yang sudah berlangsung sejak tahun 2013 lalu.

Subsektor Musik, musik lokal baik band atau grup musik serta penyanyi lokal Makassar menggeliat dengan hadirnya musisi-musisi muda lokal bertalenta, salah satunya Andi Muhammad ikhlas atau biasa dipanggil Iko. Makassar punya event tahunan festival musik diantaranya Makassar Jazz Festival, Makassar Music Festival dan Festival Music Rock in Celebes. Tentu dengan hadirnya berbagai festival ini akan lahir banyak musisi lokal berbakat lainnya.

Subsektor Seni Pertunjukan, Makassar punya segudang seniman baik pelukis, seni rupa, seni sastra seperti puisi dan pantun maupun pelaku seni pertunjukan baik tari tradisional dan modern. Untuk seni sastra pantun yang menonjol bernama Rijal, mahasiswa sastra Inggris Universitas Hasanuddin. Untuk seni rupa ada Mike Turusy dkk. Festival seni pertunjukan Makassar diadakan setiap tahun. Festival lainnya ada Art's day Festival, Festival Harmonie, Makassar Arts Forum.

Subsektor Desain, Makassar terkenal dengan desain produk khususnya untuk desain perhiasan (emas, perak, tembaga) dan busana (baju pengantin, baju adat, baju muslim), ukir kaca, patung serta tidak lupa desain produk mebel dan furnitur dari bahan kayu, rotan dan jenis kayu lainnya.

Subsektor Arsitektur, terdapat bangunan bersejarah di Makassar dengan sentuhan arsitektur Bugis-

Makassar seperti Benteng Ujung Pandang atau Fort Rotterdam, Serambi Balaikota Makassar, kantor Gubernur Sulsel, kantor DPRD Sulsel, dan Bangunan di kawasan Pecinaan Jl. Jampea Kota Makassar.

Subsektor Penerbitan dan Percetakan, adanya *Harian Fajar*, *Radar Makassar*, *Tribun Makassar*, *kabar-makassar.com*, *beritakotamakassar.com*, dll.

Selain potensi di atas, Pemkot Makassar sudah punya rencana akan membangun technopark. Untuk mewujudkan itu, dukungan dari kalangan profesional baik akademisi, industri, para pelaku bisnis di Ekraf khususnya subsektor IT dan komunitas ICT sangat diperlukan, selain jasa konsultan ahli di bidangnya sehingga antara konsep technopark yang akan dibuat sesuai dengan tujuan dan ekpektasi yang diharapkan nantinya. Untungnya, Universitas Hasanuddin yang juga menjadi kampus unggulan dan terdepan di Indonesia Timur sudah banyak melahirkan orang besar dan sukses seperti Wakil Presiden Jusuf Kalla, terlibat aktif di dalamnya.

Makassar mempunyai banyak talenta pelaku Ekraf hebat yang tidak kalah dengan kota lain di Tanah Air. Sebut saja Irwan Ade Saputra, anak muda yang aktif dan kreatif di berbagai organisasi kepemudaan dan pelaku Ekraf ini. Dr. Sakka Pati, Direktur Kerjasama Unhas yang berusaha membangun komunitas Ekraf Kota Makassar menjadi solid seperti saat ini. Beruntung usaha dan kerja keras tersebut didukung oleh KADIN Pemkot Makassar dan KADIN Provinsi serta pelaku Ekraf Makassar.

Di sisi lain Pemerintah Kotamadya; Walikota Muhammad Ramdhan Pomanto yang populer dipanggil Pak Dani dan Wakil Walikota Syamsu Rizal atau lebih populer dengan panggilan Bang Ical yang sebelumnya dikenal sebagai pelaku bisnis Ekraf, sangat mendukung industri kreatif khususnya berbasis teknologi informasi dan terbukti dengan diberlakukannya pembayaran pajak dan retribusi *online*, pembangunan dan implementasi Makassar Smart City, pemasangan jaringan wifi gratis di sejumlah area publik, dan rencana pembangunan Makassar Technopark. Pak Dani mengatakan percepatan Makassar dua kali tambah baik melalui "sombere" dan "*smart city*", somber (ramah) adalah kepribadian dalam mengelola teknologi agar Makassar bisa unggul dan lebih baik.

Dan yang menarik dari Makassar adalah Kota Dunia di Indonesia Timur ini dibangun dengan Tata Lorong dan Pemanfaatan Teknologi (ICT), bukan teknologi yang menciptakan kemakmuran, tetapi management of technology (MoT) yang baiklah yang dapat menciptakan kemakmuran, dikutip dari Professor Tarek M.Khalil seorang ahli Management of Technology. Semoga hal ini bisa terwujud di Kota Makassar. Majulah ekonomi kreatif Makassar. Ewako! ■



HARYO SASONGKO

IKON GITAR BATIK DUNIA



Haryo Kongko Sasongko
Griya G & B.

Jl. EE 52 RT10/RW01, Menteng Dalam, Tebet, Jakarta 12870

Tlp. 021-8280360, 08174874786

Email: kongkobb@yahoo.com/ Web: www.gnbguitars.com

TAK PERLU JAUH-JAUH MEMBELI GITAR MERK TERKENAL KE LUAR NEGERI, TENGOKLAH PRODUKSI GITAR INDONESIA. TAK KALAH BERKUALITAS DAN MENARIK, TENTUNYA DENGAN KREATIFITAS YANG LEBIH MENG-INDONESIA: GITAR DAN BATIK G&B.

 Ade Riyan Purnama |  Ade Riyan Purnama

Hadir dengan kisah tentang gitar dan batik, membuat nama Haryo Sasongko layak berada di *chard* yang pantas di perhitungkan. Terlebih ternyata, produknya ini telah mampir sebagai koleksi di Gedung Putih. "Awalnya di bawa oleh atase kebudayaan AS. Lalu di jadikan hadiah untuk Presiden Obama," jelasnya mengawali obrolan santai dengan *iKreatif*.

Pria kelahiran Yogyakarta ini memang sangat mencintai gitar. Baginya *passion* hidupnya adalah gitar. "Koleksi saya itu sudah sangat banyak. Makanya, istri memberi ide untuk membuat koleksi ini menjadi lebih bernilai. Dengan di batik," ujar Alumnus Universitas Gadjah Mada (UGM) ini dengan santai.

Tak diduga, animo masyarakat cukup baik dengan ide sang istri. "Kolektor-kolektor akhirnya jadi langganan saya. Disamping ada juga beberapa musisi," tegasnya memberi informasi. Beberapa musisi diantaranya adalah Setiawan Djody dan gitaris Sheila on 7, Erros Chandra.

Harus diakui, Gitar dan Batik produksi Haryo Sasongko memang terbilang apik. Selain itu juga memiliki filosofi yang lebih dalam. "Saya sengaja pisahkan antara gitar lalu batik. Untuk merk tidak digabung," ucap Kongko, sapaan akrab Haryo Sasongko.

Menurutnya, mengapa penamaan tersebut harus dipisah dikarenakan keduanya memiliki kisah yang harus selesai masing-masing. "Gitar dan batik, harus menyelesaikan urusannya masing-masing. Pengerjaan Gitar harus selesai, begitupun dengan batik. Baru setelah itu keduanya bisa menjadi kombinasi Gitar dan Batik G&B," ujarnya mengkonfirmasi.

Dengan kreatifitasnya yang telah mendunia ini, tentunya kita ingin tahu, mengenai kehidupan pria yang ternyata merupakan pensiunan Direktur Perkotaan dan Dirjen Pembangunan Daerah DEPDA GRI. "Saya purna tugas di tahun 2009. Setelah itu mulai memulai memproduksi G&B," terangnya dengan jelas.

Memiliki 3 anak serta cucu yang membuat hidupnya kian semarak, tentu membuat semangat sang Dosen tamu luar biasa pada Fakultas Planologi FATL Usakti, Jakarta menjadi lebih tinggi lagi. "Keluarga adalah pendukung saya yang sangat luar biasa. Mereka selalu membuat saya terus ingin berkarya," sahutnya dengan penuh semangat.

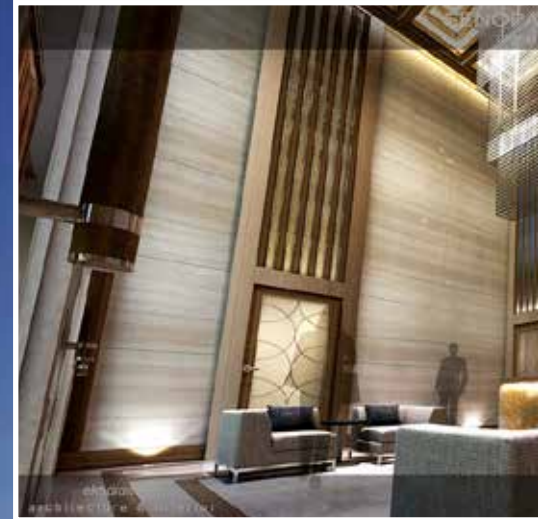
Mengapa Gitar dan Batiknya begitu diminati oleh para musisi dan pejabat? Tentu saja tak lain karena sistem penggarapannya yang detail dan teliti.

"Setiawan Djody misalnya, kalau buat gitar untuk dia harus benar-benar pas pada anatomi tubuhnya," jelasnya dengan sabar.

Selain itu, yang lebih menarik lagi adalah karena pemilik tunggal G&B ini tidak asal dalam menjual gitar-gitarnya. "Saya melihat pembelinya. Kalau sekiranya gitar saya nanti berada di tangan yang tidak tepat, saya sedih sekali," lanjutnya seraya tertawa. Dengan kata lain, G&B bukan hanya menjadi produk yang layak dipilih oleh pembeli, namun G&B juga memilih pembelinya.



Menjadi ikon *heritage* yang telah mendunia adalah prestasi yang tepat diberikan kepada sang maestro gitar ini. Tentu saja, karena saat ini G&B tengah mempersiapkan produk terbaiknya untuk di kirim kepada Vladimir Putin, Presiden Rusia. "Saat ini masih dalam tahap desain," sahutnya ringkas sembari menutup obrolan. ■





MENIKMATI GAYA HIDUP METROPOLIS DI SENOPATI PENTHOUSE

Tepat berada di jantung Sudirman Central Business District Jakarta (SCBD), *luxurious apartment* itu menjadi hadir sesuai gaya hidup kota metropolis.

 Erfendi Eka Putra |  Dok. SPH





Senopati Penthouse adalah hunian *vertikal single tower* yang hanya terdiri atas 64 unit hunian. Terletak di Jalan Senopati Raya, apartemen yang dikembangkan oleh PT Senopati Aryani Prima, anak perusahaan dari PT Eureka Prima Jakarta Tbk (LCGP), berada di ring Kebayoran Baru. Wilayah itu secara historis merupakan kawasan tertata, terpelihara hijau dan asri.

Jaraknya juga hanya sepelemparan batu dengan area shopping belt terkemuka seperti; Pacific Place, Plaza Senayan, Senayan City, FX Plaza, kawasan kuliner Santa, serta beberapa kawasan utama lainnya.

"Sebagian besar pemilik dan penghuni Senopati Penthouse adalah ekspatriat dan profesional muda yang bekerja diseperti SCBD. Lokasinya yang berada di prime area tersebut tentunya untuk menjawab kebutuhan mereka," terang Jimmi Rachmat, Direktur PT Senopati Aryani Prima.

Seluruh unit Senopati *Penthouse full view*, 360 derajat, dengan pemandangan yang lepas ke segala arah. Jumlah unit setiap lantainya hanya 4 (empat) unit, sehingga setiap unit akan mendapatkan area *hook* yang menjadikan unit-unit tersebut memiliki pemandangan yang spektakuler.

"Penghuni memiliki pemandangan ke arah utara atau mengarah ke kawasan SCBD, dan ke arah selatan atau mengarah ke Kebayoran Baru," tutur Jimmy. Demikian juga dengan *lift*. Setiap lantai, terdiri dari empat *private lift*, ditambah satu *lift* tamu dan dua *service lift*. Sehingga total ada tujuh *lift* yang akan melayani penghuninya.

Dijelaskan oleh Rio Purnomosidi, Manager Pengembangan Bisnis, sebagaimana sebuah *luxurious apartment*, fasilitas yang dimiliki Senopati Penthouse, tentunya menyesuaikan dengan kebutuhan penghuni.

Fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh penghuni diantaranya adalah kolam renang, *gym*, *coffee shop*, *meeting room*, area perpustakaan dan sarana perawatan kecantikan wanita (*aesthetic center*). Pengembang juga menyediakan akses jaringan internet berkecepatan tinggi.

Tidak hanya itu, Senopati Penthouse adalah bangunan jangkung ramah lingkungan. "Dengan konsep *green healing*, kami menanam pohon dan bunga yang fungsinya berguna untuk merevitalisasi udara di sekitar hunian. Sehingga udaranya bertambah segar," tutur Ario.

Memastikan kenyamanan dan keamanan penghuni, LCGP sudah menunjuk Coldwell Banker Commercial Indonesia (CBC) sebagai pengelola apartemen. Perusahaan dengan reputasi dan jaringan internasional itu tentunya memenuhi semua kriteria, sebagai pengelola properti premium.

Kemitraan CBC dengan pengembang Senopati Penthouse menurut Amran Ichwan, Property Manager CBC akan memberikan *product* layanan yang optimal kepada pemilik unit dan penghuni serta berdampak kepada nilai properti yang terawat dengan baik dimasa mendatang.

"Kami yakin dengan selesainya seluruh tahap pengembangan Senopati Penthouse dapat menjawab keinginan penghuni, istirahat dengan tenang dan nyaman di tengah kota lengkap dengan *luxury services*," tutup Ichwan. ■

"DENGAN KONSEP GREEN HEALING, KAMI MENANAM POHON DAN BUNGA YANG FUNGSIYANYA BERGUNA UNTUK MEREVITALISASI UDARA DI SEKITAR HUNIAN. SEHINGGA UDARANYA BERTAMBAH SEGAR."





KOLEGA CO

INOVASI KONSEP RUANG KERJA MODERN

CO-WORKING SPACE TIDAK HANYA MENJADI TEMPAT KERJA BAGI FREELANCER NAMUN JUGA LOKASI MENJALIN KONTAK BISNIS SESAMA PENYEWA.

 Erfendi Eka Putra |  Ade Riyan Purnama

Menjadi seorang *freelancer* alias pekerja lepas, adalah salah satu pilihan yang banyak dilakukan anak muda. Demikian juga dengan para pendiri *startup* yang merintis usaha. Umumnya belum punya kantor, atau tidak bekerja secara resmi di kantor. Mereka bebas bekerja dimana saja, bisa dari rumah, ataupun tempat lain seperti kafe.

Duo sekawan, Rafi Rachmanzah Hiramshyah dan Adli Sudjatmiko melihat peluang itu. Dan semenjak Agustus 2015 berdirilah "Kolega Co", ruang kerja kolaboratif, dengan sistem sewa, baik per jam, per hari maupun per bulan di Jl. Tebet Raya No. 53D, Tebet, Jakarta Selatan.

"Kolega menjadi salah satu dari sedikit ruang kerja bersama di Jabodetabek. Di luar negeri, seperti Singapura dan Amerika Serikat ruang kerja seperti ini sudah banyak berdiri disebut *co-working space*. Di Indonesia, jumlahnya masih sedikit," jelas Rafi Rachmanzah Hiramshyah.

Kolega menyediakan berbagai tipe ruang dari personal area hingga *event area* dengan berbagai fasilitas penunjang pekerjaan. Penyewanya kebanyakan pekerja lepas dari industri media, disainer, fotografer, pekerja film dan profesi lain. Dengan memilih menggunakan *co-working space* perusahaan akan menghemat banyak biaya daripada menyewa satu ruang kantor sendiri.

"Ada juga investor asing yang belum punya kantor. Baru punya 2-3 staf. Perusahaan besar seperti Coca-cola menempatkan satu divisinya untuk bekerja di *co-working space*. Karena para penyewa sering bertemu sering

terjalin kontak bisnis diantara mereka," terang *entrepreneur* muda lulusan Manchester Business School Inggris tersebut.

Kini, Kolega sudah punya cabang baru, di Jl. Suryo No. 50, Senopati, Jakarta Selatan. Kolega, katanya tidak menasar segmen tertentu. "Di Tebet dengan luas 120 m² kita bisa menampung hingga 70 orang. Sedangkan di Jalan Suryo di atas lahan 300 m² dapat menampung hingga 100 orang," ujar Rafi.

Di Jalan Tebet Raya biaya sewanya Rp 1,3 juta dan di Jalan Suryo dengan biaya Rp2 juta setiap bulannya. "Tingkat okupansi di Tebet sudah mencapai 80%. Di Jl. Suryo kami targetkan 50% dalam tiga bulan pertama, semenjak dibuka akhir Februari lalu," tambahnya. Mengenai nilai investasi, setengah bercanda Rafi mengatakan sama dengan seharga mobil Toyota.

Dengan ilmu serta pandangan bisnis digital yang ditimba dari luar negeri membuat Rafi yakin bahwa ke depan usaha ini mempunyai prospek yang masih sangat menjanjikan. Karena itu, Kolega berusaha memberikan para pekerja lepas dan komunitas wirausahawan, tempat terbaik untuk mereka bekerja. Selain itu, terdapat pula ruangan yang dapat digunakan untuk menggali banyak informasi teknologi, pembuatan konten, pertemuan, atau sekadar tempat bersantai.

Dari segi interior, pengunjung dapat menikmati suasana yang ditata sedemikian rupa, sehingga terasa *homey* dengan tema industrial. Rafi berharap, suasana tersebut tidak hanya dapat menstimulasi, melainkan juga menginspirasi dan menyenangkan. ■



Kolega-Co
Jl. Suryo No.50 RT.4/RW.4,
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
Telepon:(021) 7237008

INDRA CHARISMIADJI (DIREKTUR UTAMA PT EDUSPEC INDONESIA)

SAATNYA *MINDSET* DIDORONG KE SEKTOR KREATIF

KREATIVITAS ITU BUKAN SEMATA ANUGERAH TAPI JUGA BISA JUGA DICIPTAKAN. KREATIVITAS PUN BISA DIARAHKAN UNTUK MENJADI SEBUAH KEGIATAN PRODUKTIF.

Dinamika ekonomi kreatif di kota-kota Indonesia semakin nyata. Sejumlah kota besar bahkan mengklaim sebagai kota yang kreatif. Hal ini bisa dimaklumi karena potensi kreatif di Indonesia memang luar biasa. Lihat saja peninggalan leluhur terkait arsitektural dan seni budaya yang tersebar di seluruh Tanah Air. Semua itu hingga kini masih bisa kita banggakan.

Namun jika bicara konteks kekinian, maka kreatif tak melulu soal seni dan budaya. Tapi bagaimana mencipta sesuatu yang baru menjadi suatu kreativitas yang *absolut*. Pertanyaannya adalah bagaimana cara membuat orang menjadi kreatif. Bagaimana membuat anak-anak usia sekolah menjadi kreatif, memiliki *critical thinking* dan memiliki jiwa kemandirian. Ini menjadi PR (pekerjaan rumah) bersama. Terutama bagi mereka yang bergerak di dunia pendidikan (guru—red).

Ada ungkapan yang menyatakan bahwa di abad 21 ini jika seseorang mau sukses dan *survive* maka harus memiliki 7 keterampilan (berpikir kritis, kreatif, komunikasi, kolaborasi, toleransi, komputer, kemandirian dan menjadi pembelajar sepanjang hayat). Ketujuh keterampilan itu menjadi modal dasar untuk memenangkan persaingan di masa datang.

Ketika bicara industri kreatif, maka tugas kita (pemerintah dan pendidik di dalamnya—red) adalah bagaimana mendorong orang untuk bisa kreatif. Dan itu ada caranya. Jika pandangan lama mengatakan bahwa kreatif itu adalah anugerah atau turunan. Dalam kacamata pendidikan modern, maka kreatif itu bisa diciptakan dan diarahkan. Kuncinya produktif.

Mungkin dengan membawa 7 keterampilan yang disebutkan tadi masuk ke dalam kurikulum yang dilaksanakan di sekolah akan banyak membantu merangsang munculnya kreator-creator muda. Harapannya tentu saja anak-anak itu akan memiliki keterampilan untuk bersaing dan mencipta sesuatu yang baru. Atau setidaknya anak-anak usia sekolah memiliki kemampuan berpikir yang lebih tinggi dan tidak lagi hanya pandai menghafal.

Satu hal yang penting dan menjadi titik lemah saat ini adalah di masalah *critical thinking*. Padahal berpikir kritis itu mengajarkan kita bagaimana berpikir untuk memecahkan masalah. Hadirnya transportasi menggunakan sistem aplikasi seperti GO-JEK merupakan satu bentuk kreativitas yang didasari pula oleh pemikiran untuk memecahkan suatu masalah; transportasi.

Jadi sekali lagi, kreatif itu tidak hanya diidentikan dengan hal yang berkaitan dengan seni budaya. Tapi soal teknologi dan informasi juga erat kaitannya dengan yang namanya ekonomi kreatif.

Sekali lagi, kreativitas itu adalah suatu keterampilan yang sudah tidak bisa ditawar lagi saat ini. Dan sejatinya skill itu bisa dilatih. Survai mengatakan pekerjaan di masa depan 65% itu adalah pekerjaan yang hari ini belum tercipta. Kalau yang kita pelajari hanya suatu yang ada sekarang berarti kita hanya memperebutkan yang 35%. Jadi saatnya *mindset* yang didorong adalah bagaimana tentang *mengcreate*. ■



**NOW!
OPEN**

SHOWROOM LOIS

@ SUPERMAL KARAWACI



Lois[®]




The Original Spanish Jeans

✦ Available at:

Lois Shop : Kota Kasablanka Jakarta, Bandung Indah Plaza, Tunjungan Plaza Surabaya, Mall Panakkukang Makasar, Palembang Icon, Jogja Lippo Mall, Supermal Karawaci.

Leading Dept. Store : Centro, Matahari, Yogya, Sogo, Metro.

www.loisjeans.co.id

   LoisIndonesia



Pinisi

Science and Edutainment Park

SAJIKAN PERMAINAN INDONESIA BANGGET

Pinisi *edutainment park* membidik pasar permainan anak dengan mengusung tema kebudayaan serta *science* sebagai salah satu alternatif tempat hiburan bagi keluarga yang menyenangkan dan mendidik.



Ade Riyana Purnama



Dok. Pribadi

Aset terbaik untuk masa depan adalah anak yang tumbuh dan berkembang dengan baik. Tak dapat di tolak, bahwa di pundak anak-anak itulah masa depan bangsa-bahkan dunia ini kelak akan diletakkan. Karena itulah, membiarkan anak bermain dengan bahagia dan tereksplorasi dengan baik adalah pola pendidikan yang bisa merangsang perkembangan anak. Dewasa ini, di beberapa kota telah muncul area bermain untuk anak yang menyediakan beragam permainan. Pinisi, menawarkan hal yang lebih konkret dari sekadar bermain. Ia menawarkan rangsangan untuk membentuk karakter anak bangsa yang kuat dan solid.

Resmi berdiri pada November 2012, area bermain di bawah naungan PT Lintas Mitra Niaga ini menawarkan konsep *edutainment park* dengan bonus *science* dan kebudayaan di dalamnya. "Tapi tetap, tujuannya adalah anak-anak bisa puas bermain," ujar S Hidayat AS, General Manager Entertainment and Business Pinisi ini dengan ramah.

Pinisi memberikan keuntungan ganda ketika anak-anak berada disana. "Kita menyediakan semua permainan edukasi dalam bentuk total 31 wahana dari 4 konsep," lanjut Hidayat dengan ramah. 4 konsep yang dimaksud adalah 11 wahana dalam konsep permainan anak, 6 kelas dalam *art* dan

Pinisi

Pasaraya Blok M 8,9 & 10 Floor
Jl. Iskandarsyah II/2
Kebayoran Jakarta 12160
Phone : 021 - 726 4499, 726 5599



S. Hidayat AS, General Manager Entertainment and Business Phinisi, (kanan).

culture, 4 kelas dalam seni kriya dan hasta karya, serta 9 kelas di *science gallery*.

Yang paling menarik dari Phinisi adalah bahwa taman bermain ini menyediakan penawaran permainan sekaligus membentuk karakter anak. "Kita menawarkan hal yang akan mereka bawa pulang setelah bermain dengan gembira," sahut Hidayat dengan jelas.

Memang harus diakui, setiap pengunjung yang datang akan kembali lagi karena mereka mendapatkan hal lain dari Phinisi. "Phinisi itu Indonesia banget. Kita kasih konten-konten yang mendidik anak untuk cinta Indonesia," lanjutnya dengan sangat detail. Konten yang di maksud terdapat dalam kelas batik, dalang, gamelan, angklung, tari tradisional dan masih banyak yang lainnya. Tentu saja, anak-anak akan diajarkan oleh para petugas yang telah menguasai hal tersebut.

"Kita juga mengundang *partner* yang kompeten dalam bidang yang berkaitan dan mengadakan training untuk para karyawan Phinisi yang juga bisa menjadi staff pengajar di kelas-kelas," terang Hidayat lugas. Ia melanjutkan bahwa partner Phinisi datang dari *ekspert* yang bisa di percaya seperti untuk kelas *science* mereka akan di training oleh LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia), kelas seni budaya akan

didatangkan seniman dan budayawan terkait yang telah diakui prestasinya.

Phinisi memberikan peluang pada anak-anak untuk menikmati fasilitas-fasilitas yang akan membentuk karakter mereka sebagai anak bangsa yang berkualitas. "Ini jadi perbedaan kami dengan taman bermain lainnya. Phinisi menawarkan permainan yang mencerdaskan," jelas Hidayat dengan bangga.

Karena itulah, banyak sekolah-sekolah di Jakarta yang menggunakan Phinisi sebagai area *field trip* bagi siswa-siswanya. "Kita sering dapat rombongan sekolah untuk belajar sambil bermain disini," seru Hidayat cepat. Hal tersebut tentu saja berarti bahwa mengunjungi Phinisi adalah merupakan bentuk dukungan nyata untuk melestarikan kebudayaan dan kesenian Indonesia.

Dengan tiket berkisar antara 75 ribu hingga 130 ribu, anak-anak dan pendampingnya sudah bisa menikmati total 50 aktivitas di Phinisi. Selain wahana yang ditawarkan, Phinisi juga menyediakan area untuk menonton seni drama pertunjukkan yang mengangkat kisah legenda di Indonesia dengan format yang disesuaikan untuk anak-anak. Jadi, jika sayang anak sudah saatnya kita membawa mereka ke Phinisi. ■



SANDRA DEWI

BANGGA MEMAKAI PRODUK KREATIF KARYA ANAK BANGSA



Zal Hanif



Istimewa

Mungkin tidak banyak yang tahu, bahwa artis cantik yang juga model iklan papan atas, Sandra Dewi begitu cinta dan selalu berupaya mempromosikan karya kreatif anak bangsa. Buktinya, ketika *ikreatif* mengajaknya berbincang soal indsutri kreatif di tanah air, wanita kelahiran Pangkal Pinang 1983 ini tampak semakin bersemangat.

Ya, saat ditemui salah satu acara di kawasan Serpong, Banten beberapa waktu lalu, pemilik nama lengkap Monica Nicholle Sandra Dewi Gunawan Basri ini bertutur sambil memperagakan produk industri kreatif tanah air, yang menurutnya tidak kalah hebatnya dibanding roduk luar negeri.

"Apa yang saya pakai, mulai dari asesoris, fashion, hingga sepatu ini, semua merupakan hasil kreativitas anak bangsa. Saya dengan senang hati memakai produk-produk cantik ini. Ya, hitung-hitung sekalian membantu teman-teman mempromosikan produk yang mereka buat," tuturnya.

Wanita cantik yang juga merupakan Brand Ambassador dari salah satu pengembang terkemuka di Indonesia ini juga mengungkapkan, bahwa prduk yang ia pakai sehari-hari memang kebanyakan adalah pemberian dari pelaku-pelaku industri kreatif nasional.

Lebih dari itu, selain pekerja seni, Sandra Dewi sendiri sebetulnya juga memilki usaha yang terkait langsung dengan industri kreatif, yakni bisnis *online* penjualan asesoris dari perak dengan mutu tertinggi 9,25. Hebatnya lagi, tidak jarang ia membuat sendiri asesoris asesoris tersebut.

"Itu hanya hobi, tapi bisa jadi bisnis sekalian. Dan yang penting lagi, kalau Anda berfikir apa yang saya pakai

sekarang ini adalah buatan luar negeri, atau diproduksi oleh *brand-brand* besar, itu salah besar. Ini semua hasil karya kreatif teman-teman saya. Mereka memang belum memproduksi secara masal, namun hasil karya mereka juga sudah mulai masuk dan diterima *outlet-outlet* mewah di Jakarta, seperti di Pasar Raya, Sogo, dan ssebagainya. Tidak kalah dengan buatan luar negerikan?" ujar Sandra sambil mempromosikan fashion dan aksesoris yang dia pakai saat itu.

Melihat potensi yang besar tersebut, Sulung dari tiga bersaudara ini pun berharap, pemerintah semakin agar memberikan perhatian khusus kepada talenta-talenta kreatif yang ada di seluruh nusantara, karena indsutri kreatif memiliki keunggulan tersendiri, dan mampu menjadi pendorong perekonomian nasional.

"Lihat saja, sektor fashion, film, musik, kuliner, dan lainnya, talenta keratif kita mampu bersaing dengan bangsa-bangsa lain. Memang, Pemerintah sekarang sudah mengarah ke sana, apalagi dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif. Tapi kalau bisa lebih ditingkatkan lagi. Kita bisa contoh pemerintah Korea, yang mampu medorong K-Pop menjadi berjaya dan mendunia," pungkasnya. ■





MUHAMMAD TULUS

INGIN CIPTAKAN KARYA YANG MENDUNIA



HADIR DENGAN MENGHENTAK MELALUI LAGU CIPTAANNYA SENDIRI “SEPATU”, MEMBUAT TULUS DIKENAL SEBAGAI PENYANYI SOLO PRIA DENGAN KUALITAS TINGGI. LALU BAGAIMANA PENDAPATNYA MENGENAI DUNIA MUSIK INDONESIA?

 Ade Riyan Purnama |  Dok. Pribadi

Dengan lagu yang filosofis diiringi suara syahdu nan merdu, nama Tulus naik di blantika musik Indonesia. Orinalitas yang dimilikinya bagai oase bagi para penikmat musik tanah air. Tentunya, ia juga sangat membaca gelagat pasar tersebut. Karena itulah, berbekal kemampuan terbaiknya Tulus senantiasa memberikan yang dirindukan oleh penggemarnya.

Penyanyi yang mempunyai nama lengkap Muhammad Tulus ini mengakui, bahwa ia sangat suka menyanyi sejak masih kecil. “SD awalnya. Guru saya yang membuat saya *pede* nyanyi di depan orang banyak,” bukanya mengawali kisah.

Sarjana Arsitektur ini mengatakan bahwa tujuan terbesarnya dalam dunia tarik suara adalah menjadi bagian dari musik dunia. “Saya ingin jadi seniman yang konsisten. Punya

karya yang kokoh dan bisa jadi bagian dari musik Indonesia yang di dengar dunia,” sahutnya menggawangi idealismenya.

Sebagai seorang musisi dengan *background* disiplin ilmu Arsitektur, Tulus mengaku tidak bisa memilih diantara keduanya. “Itu sulit. Musik dan Arsitektur ada dalam diri saya,” ujarnya ketika ditanya mengenai pilihannya.

Tulus ingin tetap dikenal sebagai seorang musikus yang Arsitek. “Masih ada proyek arsitek yang saya kerjakan meski dalam skala sangat kecil. Waktu saya memang lebih banyak di musik,” ujarnya sembari tertawa. Namun Tulus menegaskan, bahwa seyogyanya masyarakat Indonesia mulai memahami bahwa ilmu Arsitek bukan sekedar mengenai membuat bangunan tapi lebih pada pola pikir.

Untuk itulah Tulus juga menga-

takan mengenai dunia industri kreatif yang tengah bergerak di Indonesia, bahwa industri kreatif Indonesia adalah industri budaya. “Kita kaya kebudayaan yang pantas diagungkan. Itu bisa jadi salah satu sektor ekonomi yang kuat,” sahutnya memberi pendapat.

Sebagai salah satu pelaku ekonomi kreatif dari sisi musik, Tulus mengakui mengenai kendala yang ada didalamnya. “Saya kurang pengetahuan mengenai musik awalnya. Tapi bekerja keras sambil belajar, akan membuat kian hari kian tahu. Kian hari kian siap,” ujarnya menjelaskan.

Melihat pasar ekonomi kreatif di Indonesia khususnya dalam bidang musik Tulus sangat berharap pemerintah bisa mendukung dan memberi perhatian penuh pada musik. “Kami seniman bekerja keras diproses kreatif. Pemerintah bantu dan dukung dari segi ketegasan aturan perundangan dan perlindungan terhadap hak kreatif kami,” terangnya menyuarakan harapannya. Ia mengatakan, dengan sinergi tersebut maka suasana kreatif para musisi akan terus kondusif.


Dalam perkembangan musik Indonesia, Tulus sangat berharap agar perhatian terhadap hak kekayaan intelektual para pelaku seni semakin khusus dan nyata. “Agar para seniman memiliki ruang kreatif yang tidak hanya baik bagi peradaban bangsa, tapi juga untuk ekonomi kreatifnya,” harapnya sembari menutup obrolan. Harapan ini dirasa tak ketinggian. Harapan untuk kemajuan musik Indonesia tidak hanya dari para pelakunya, tetapi juga dari kemajuan para pendengar dan penikmat itu sendiri. ■






MENGENALKAN BUDAYA INDONESIA DENGAN CARA KREATIF

**DJARUM FOUNDATION
MERASA TERPANGGIL UNTUK
MELESTARIKAN BUDAYA DAN
SENI NUSANTARA DALAM
KERANGKA INDONESIA
KREATIF. MAKA LAHIRLAH
GALERI INDONESIA KAYA
(GIK) UNTUK MENULARI
GENERASI MUDA AKAN
PENTINGNYA BERBUDAYA
DAN BERKESENIAN.**

 Rusli M. Tang

 Dokumen GIK

Tiga tahun sudah Galeri Indonesia Kaya (GIK) berdiri di pusat perbelanjaan Grand Indonesia, Jakarta. Namun begitu, antusiasme orang muda untuk mengintip isi di balik galeri itu tak jua surut. Animo yang tinggi itu tak lepas dari kreativitas pengelola dalam mengcreate pagelaran seni dan budaya di sana.

“Mereka pun (anak muda—red) akhirnya terpancing dengan adanya auditorium yang bisa digunakan untuk berbagai bentuk acara secara cuma-cuma asalkan berunsur budaya Indonesia,” ujar Renitasari Adrian, Direktur Program Bakti Budaya Djarum Foundation.

Apalagi kata Renita, jadwal kegiatan di Auditorium GIK hampir selalu penuh setiap harinya. Bahkan banyak juga generasi muda yang meliput GIK sebagai tugas sekolah atau kuliah sekaigus membuat karya dokumenter. “Jadi kami melihat bahwa masyarakat khususnya generasi muda sebenarnya butuh fasilitas sebagai bentuk apresiasi terhadap karya kreatif mereka,” tukas Renita.

Galeri yang mengusung konsep pendidikan dan hiburan yang dibangun oleh Djarum Foundation (Bhakti Budaya) itu sendiri berada di lantai 8 Grand Indonesia dan menempati area seluas 635 meter persegi. Kehadiran galeri ini juga menjadi menarik karena berhasil memadukan konsep

tradisional dan seni modern. Dan yang pasti, galeri ini mampu memfasilitasi berbagai kegiatan seni budaya sekaligus mengajak anak muda untuk menonton pertunjukan seni.

Lalu mengapa Djarum Foundation merasa terpenggil untuk memberikan ruang khusus bagi budaya dan kesenian Indonesia? Menurut Renita, Djarum Foundation menganggap bahwa budaya adalah hal dasar yang dapat membentuk kualitas sumber daya manusia di kehidupan mendatang. "Djarum Foundation juga memiliki tujuan untuk berperan dalam memajukan bangsa, salah satunya melalui peningkatan sumber daya manusia," jelasnya.

Setidaknya melalui GIK, Djarum Foundation ingin menjadi penggerak sekaligus mendorong kecintaan anak muda terhadap budaya Indonesia di tengah kepekaan budaya populer (budaya asing) yang menjangkiti anak muda lewat berbagai industri kreatif seperti teknologi, gaya hidup, dan juga berbagai pertunjukan. "Maka dari itu, kami berkomitmen untuk ambil bagian dalam mengapresiasi dan melestarikan budaya Indonesia melalui program-program kami," imbuh Renita yang ingin mendukung pihak-pihak yang telah menghidupi dunia pertunjukan seni.

Memasuki tahun 2016 ini, GIK akan lebih memaksimalkan program-programnya. Terutama untuk memberikan informasi mengenai budaya Indonesia. "Di tahun kami mengadakan program "ruang_kreatif", yaitu program bertukar ilmu dari pakar-pakar di bidang industri kreatif dengan masyarakat. Bentuknya bisa workshop, seminar atau diskusi. Karena kami ingin dalam program ini bisa melahirkan generasi baru para penerus insan kreatif di Indonesia, sesuai dengan tujuan awal berdirinya GIK," kata Renita.

Tentunya program-program yang diadakan di GIK juga tetap akan berjalan dengan konsep-konsep yang lebih menarik lagi. Termasuk salah satu programnya yang berupa portal atau situs informasi mengenai budaya Indonesia yaitu www.indonesiakaya.com yang telah dirilis sejak tahun 2011. Dalam portal itu, kami memfokuskan keempat hal yang dimiliki oleh Indonesia yaitu pariwisata, kuliner, kesenian dan tradisi. Sedangkan untuk program-program acara yang kami dukung, kami fokuskan ke program seni pertunjukan di Indonesia," terang Renita.



Galeri Indonesia Kaya sendiri juga berusaha untuk mengawinkan budaya Indonesia dengan unsur kekinian. Jadi hal itu dilakukan dalam bentuk aplikasi yang semuanya berbasis teknologi digital. Informasi-informasi mengenai budaya Indonesia ditampilkan melalui aplikasi-aplikasi multimedia digital dengan teknologi sensor dan layar sentuh. Sebagai contoh, pengunjung dapat bermain congklak namun dengan sensasi hanya menyentuh layar, membatik di atas kartu pos juga hanya dengan sentuhan jari ke layar, dan bahkan bisa keliling Indonesia hanya dengan menggerak-gerakkan tubuh di depan layar. Mau mencoba? ■



H. RAIZAL RAIS, BAC

MENDOBRAK FESYEN ETNIK DENGAN KOMUNITAS

BERANGKAT DARI KEGELISAHANNYA AKAN SIKAP HIDUP ANAK INDONESIA SAAT INI, MAKA IA MENGGEBRAK DENGAN MENGELUARKAN KARYA RAGAM BUSANA ETNIK NUSANTARA YANG TIDAK BISA LAGI DITOLAK OLEH KAUM MUDA.

 Ade Riyan Purnama |  Dok. Pribadi

Satu pintu tertutup, maka pintu lainnya otomatis akan terbuka. Hukum tersebut yang akhirnya mengantarkan seorang H. Raizal Rais, Bac duduk dalam posisi desainer senior Indonesia. Siapa yang menyangka, seorang *hair stylist* jebolan Paris ini kini justru konsisten dengan aktivitasnya di dunia fesyen desain.

"Lucu kalau ingat itu. Saya awalnya ingin masuk arsitek di Paris tapi gagal. Akhirnya ambil *hair stylist*," kisahnya mengawali cerita dengan *iKreatif*. Lalu bagaimana akhirnya kini ia justru berkecimpung di dunia fashion? "Di sana (Paris.red) saya banyak teman dari fakultas fesyen desain. Sering diskusi tentang fesyen, jadi tahu," jawabnya dengan santai.

Terlahir dari seorang pengusaha terkaya di Indonesia versi majalah Tempo, Rosma Rais, tidak lantas membuat kehidupan Buyung—panggilan akrab Raizal Rais— mudah dan nyaman. "Di Paris, saya sering diundang untuk makan malam di rumah orang Indonesia. Disana saya sering cuci piring dan beres-beres," ujarnya sembari tersenyum.

Petualangannya di Paris akhirnya terhenti karena ibunya meminta ia pulang untuk meneruskan bisnis keluarga. "Waktu itu seharusnya saya bisa selesai untuk kuliah *hair stylist*," serunya datar. Meskipun begitu, kepulangannya ke Indonesia membuka gerbang baru bagi pria kelahiran Padang ini.

Jika saat ini ia dikenal sebagai Ketua Umum Komunitas Desainer Etnik Indonesia, tentunya hal tersebut bukan perjalanan yang singkat. Pada tahun 1980, beberapa tahun setelah kepulangannya ke Indonesia akhirnya Buyung mantap untuk terjun ke dunia fesyen. "Waktu itu karya saya yang pertama di Pasaraya Blok M," ujarnya bangga. Namun ternyata, tidak serta merta ia berhasil dan sukses. Keadaan sebelumnya adalah ia membuat sebuah bisnis garmen dengan temannya dari Inggris dan mengalami kegagalan. "Ibu saya yang meminta, karena melihat saya tertarik dengan dunia fesyen. Dia ingin saya buka garmen. Tapi gagal," ujarnya tetap santai.

Setelah akhirnya hidup dan memilih menekuni fesyen desainer, Buyung kembali dihadapkan pada kenyataan mengenai penyakit

diabetesnya. "Saya kehilangan penglihatan dan berniat mundur dari dunia mode," ujarnya masih bercerita. Namun ia melanjutkan, bahwa hal tersebut tidak jadi dilakukannya karena ia sadar, bahwa semua kekurangannya kini tidak lantas bisa menghentikannya. "Saya justru terjun ke busana etnik Indonesia dan fokus disana," tegasnya dengan lembut. Dan pemerintah menyambut baik hal tersebut dengan mengirimnya untuk mendalami etnik di Kalimantan dengan lebih seksama.

Awalnya memang ia hanya merancang baju untuk perempuan dengan pasar usia 40 tahun ke atas. Namun kemudian kini ia mulai merancang untuk segala usia tanpa batasan gender namun fokus di Etnik. Bahkan berdirinya KDEI (Komunitas Desainer Etnik Indonesia) telah mengukuhkannya sebagai ketua umum.

Bersama dengan para sahabatnya, Samuel Wattimena, Thomas Siregar, Corrie Kastubi, mengakomodir para desainer Indonesia dalam bidang etnik. "KDEI adalah wadah komunikasi antar desainer yang konsisten mengangkat tekstil tradisi nusantara dalam karyanya," jelas Buyung tentang tujuan KDEI.

Diakuinya salah satu kegelisahan dalam melihat fenomena masyarakat Indonesia dewasa ini membuatnya takut bahwa kebudayaan dan tradisi perlahan akan terkikis. "Sekarang ini anak muda sudah mulai malas untuk menggunakan busana adat. Menikah jarang mau pakai kebaya adat asli, mereka memilih kebaya modern. Atau yang asli Minang sudah tidak ingin dengan pelaminan tradisi," ujarnya dengan sedih.

Menurutnya, jika kondisi ini dibiarkan terus tanpa adanya inovasi yang mendobrak itu semua, kebudayaan Indonesia kelak akan hilang. "Saya buat design etnik ini agar masyarakat mulai minat lagi sama busana etnik," katanya menutup obrolan.

Apapun itu, usaha Buyung pantas diacungi jempol. Ditangannya telah lahir karya-karya anak bangsa dengan mengangkat etnik nusantara. Harapannya adalah tradisi dan kebudayaan asli nusantara akan kembali kuat dan menjadi akar yang kokoh bagi kemajuan bangsa. ■



Raizal Rais, desainer senior Indonesia





LUTFHI (FOUNDER UNCHAL)

MENGINTIP KREATIVITAS PENGHUNI KANDANG *UNCHAL*

DESAIN YANG UNIK DAN MENARIK MENJADI KEKUATAN UNCHAL. KONSISTEN
MENGKOMUNIKASI BOGOR LEWAT KAOS.



Zal Hanif



Roes



Bagi warga Bogor atau masyarakat Sunda secara umum, nama Uncal pasti sudah tidak asing lagi. *Uncal* yang dalam bahasa Sunda berarti binatang rusa sudah menjadi salah satu ikon di Kota Bogor. Hingga saat ini, ribuan rusa (*Uncal*) masih memenuhi halaman Istana Bogor dan menjadi lokasi hiburan favorit pelancong di Kota Bogor.

Lalu apa hubungannya dengan industri kreatif Bogor? Ya, Uncal yang satu ini juga tidak kalah populernya saat ini di Kota Bogor. Namanya hanya ditambahkan huruf 'h' saja pada tengahnya (*Unchal*). Meski memiliki arti yang sama, namun *Unchal* yang satu ini adalah sebuah nama atau *brand* produk oleh-oleh kaos khas kota hujan, Bogor.

Unchal fokus pada industri kreatif yang selalu konsisten menyuarakan tentang segala sesuatu hal yang berkaitan dengan Bogor. Tentunya melalui kaos yang didesain secara unik, lucu, dan menarik. Karena itu, Unchal bisa disejajarkan dengan kaos-kaos ikon daerah lainnya seperti Bali dengan *brand Jogger*, Bandung dengan C-59, dan Yogyakarta dengan produk Dagadu.

"Kami mendesain kaos *Unchal* dengan tema segala hal tentang bogor. Mulai dari isu kekinian, kondisi alam, hingga budaya Bogor. Misalnya, saat ini lagi hujan terus menerus di Bogor, maka kami buat kaos dengan tema pelesetan *Bogor Never Dry*, *Sedia Payung Sebelum Bogor*, dan lainnya. Artinya kita coba menangkap isu yang sedang hangat di Bogor, lalu kita tuangkan dalam desain plesetan melalui kaos *Unchal*," terang Lutfhi, pendiri *Unchal*.

Lutfhi mengaku mulai mendirikan usaha souvenir atau oleh-oleh khas Bogor dengan merek *Unchal* sejak tahun 2010 silam. Dan saat ini

produk kaos yang diproduksi semakin melekat di hati warga Bogor. Bahkan para wisatawan yang ramai mengunjungi Bogor juga suka berburu kaos di kandang *Unchal*. Mungkin karena itulah sampai-sampai muncul perumpamaan seperti: "*Belum ke Bogor, jika tidak mampir di kandang Unchal.*"

"Hingga sekarang Unchal sudah memiliki lima (5) gerai di Bogor. Dan kami sengaja menamakan gerai usaha kami dengan sebutan "kandang", biar lebih nyambung dan Bogor *pisan*," imbuhnya. Lutfhi pun mengenang, awal pendirian Unchal ia hanya bermodalkan semangat, keseriusan, dan kejelian mencari ide sesuai isu-isu terkini yang menarik perhatian masyarakat. Pasarnya pun sangat terbatas, yakni sebatas teman-teman dan kenalan dekat saja.

"Saya waktu itu berpikir, mengapa Bogor yang notabene ramai dikunjungi wisatawan terutama dari Jakarta, namun tidak memiliki oleh-oleh yang kreatif dan khas Bogor, sebagaimana daerah lainnya. Dari situ mulai muncul ide untuk membuat kaos. Modalnya waktu itu sekitar Rp500 ribuan untuk memproduksi 50 kaos dalam tiga desain. Sekarang, produksi sudah lumayan. Mungkin bisa 2.500 pcs – 3.000 pcs per bulan dengan jumlah desain yang sudah mencapai ratusan desain," papar jebolan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (UI) ini.

Untuk mendapatkan kaos *Unchal* pun tidak perlu merogoh kocek dalam-dalam. Meski didesain dan memiliki bahan yang eksklusif dan tidak ada di luar kandang Unchal, namun harganya masih relatif terjangkau. Yakni di kisaran Rp60 ribu sampai Rp100 ribuan saja. ■

1. Bogor King, salah satu desain plesetan yang biasa dikreasikan Unchal.
2. Detail produk diperlihatkan Unchal dengan membuat *packaging* menarik.
3. Ornamen menarik di galeri Unchal.





BATIK KURING:

RESTORAN NUANSA BATIK NUSANTARA

DI KAWASAN SUPER SIBUK SCBD, SEBUAH BANGUNAN UNIK BERDIRI. KONSEP MENG-INDONESIAKAN ADALAH SALAH SATU YANG DI TAWARKAN DIDALAMNYA. LALU MENGAPA KONSEP NUSANTARA MENJADI PILIHAN MEREKA?

 Ade Rryan Purnama |  Ade Rryan Purnama

Tinggal di sebuah negara yang memiliki keanekaragaman akan menumbuhkan ide kreatif yang mungkin tak akan pernah habis. Sungguh suatu kemegahan tersendiri menjadi bagian dari negara Indonesia, nusantara yang menggugus kepulauan berjumlah ribuan. Hal tersebut, menjadikan sebuah restoran berdimensi kreatifitas dan budaya tinggi muncul sebagai suatu bukti nyata kecintaan warga pada negaranya. Batik Kuring.

Berdiri diatas kawasan maha sibuk SCBD, Batik Kuring muncul sebagai *oase* yang dirindukan masyarakat. Sesuai dengan namanya, restoran ini menyajikan khasanah kebudayaan khas Indonesia yang luar biasa kuat. Batik terbentang dimana-mana. Dimulai dari dinding, peralatan makan, hingga *uniform* para karyawannya.

Tak hanya sebatas itu saja, kreativitas *owner* dan tim nya ternyata sampai pada penyajian menu dan musik yang dipilih. "Kami akan menggunakan sinden dan seperangkat gamelan lengkap sebagai musik yang mengiringi pengunjung. Dan pilihan menunya akan sangat Indonesia sekali," ujar sang Direktur Manager Batik Kuring, Fie Chun.



“KITA *SOFT OPENING* 9 JANUARI 2016, *GRAND OPENING*-NYA DI 31 JANUARI 2016. TAPI SAMPAI SEKARANG PENGUNJUNG SUDAH ADA DI 70% EKSPEKTASI KITA. PADAHAL BELUM ADA PROMOSI KELUAR.”

Mengusung batik sebagai tema utama restoran, membuat nuansa Batik Kuring menjadi sangat berbudaya. Terlebih ketika nama-nama ruangan yang dipilih menggunakan tokoh-tokoh yang berasal dari pewayangan. “Ada Rama-Shinta, ada nama-nama anak dewa,” papar Fie Chun.

Namun tidak hanya mengandalkan batik semata, restoran ini juga sangat menjaga kualitas produk menunya. “Kami ingin semuanya kental dengan Indonesia. Semua ikan kami datangkan langsung dari laut nusantara. Dalam keadaan hidup,” lanjutnya dengan sangat bangga. Tentu saja dengan keadaan ikan yang *fresh* akan menjadikan nilai tambah bagi sedapnya rasa *seafood* di restoran yang penuh dengan kebudayaan ini.

Ada yang unik dari Batik Kuring karena restoran ini mengangkat konsep citra batik, banyak pengunjung yang datang dan berniat membeli batik di restoran ini. “Memang banyak sekali yang datang menanyakan produk batiknya itu sendiri. Mereka ingin membeli. Dan itu jadi motivasi kami, kelak akan kami *display* produk batik tersebut untuk di perjual-belikan,” jawab Fie Chun menanggapi tentang kondisi tersebut. Menurut Fie Chun, selain mendatangkan bonus keuntungan bagi Batik Kuring itu sendiri, menjual produk batik nusantara akan membantu para pembatik untuk memasarkan dagangannya. Sekali dayung, dua pulau terlampaui.

Batik kuring memang baru berdiri di bulan Januari, namun ekspektasi sudah mencapai 70% tanpa promosi. “Kita *soft opening* 9 Januari 2016, *grand opening*-nya di 31 Januari 2016. Tapi sampai sekarang pengunjung sudah ada di 70% ekspektasi kita. Padahal belum ada promosi keluar,” terang Fie Chun dengan lugas dan jelas.

Dipercaya memegang kendali atas pertumbuhan Batik Kuring, Fie Chun mengatakan bahwa mereka masih memiliki beberapa ‘produk’ yang kelak akan menjadi maghnet besar Batik Kuring. “Saya bocorin



Fie Chun, Direktur Manager Batik Kuring

satu, Pizza Nusantara,” ujarnya sembari tersenyum jenaka.

Kita semua tahu, Pizza adalah makanan asli Italia dan bukan Indonesia. Namun Batik Kuring akan membuatnya menjadi sangat khas Indonesia. “Yah, kita akan menggunakan semua produk Indonesia. *Topping pizzanya* memakai ikan gurame, dan kalau di Italy sausnya tomat disini akan pakai saus Padang,” jelasnya dengan seksama.

Harus diakui bahwa restoran dengan kapasitas pengunjung 560 ini tak hanya membicarakan tentang menu dan batiknya. Tapi juga tentang promosi budaya yang secara alami terjadi didalamnya. Batik kuring, Memang nusantara sekali. ■





DP

DHENY PATUNGKA:
**MASTER OF
DIGITAL ART
YANG MENDUNIA**



Rusli M. Tang



Dok. Dheny Patungka

DI JAGAT MEDIA
SOSIAL NAMA DHENY
PATUNGKA BEGITU
BANYAK DIPUJA-PUJI
KARENA KARYANYA.
IA MERUPAKAN
MASTER COMPOSITE
YANG TERKEMUKA
DI RANAH GLOBAL
DAN PERAIH *TOP
10 DIGITAL ARTIST
OF THE WORLD*
DI SALAH SATU
MAJALAH DI
AMERIKA SERIKAT.



Melihat karya kreatifnya secara seksama, kita seolah dibawa ke dunia lain yang begitu sensasional. *Effect dreamy* (layaknya kisah-kisah dongeng) menjadi ciri khas dari rekayasa foto yang dilakukannya. Tak banyak yang mampu mengolah foto sedemikian dahsyat sepertinya. Namun dengan ide-ide kreatif yang terus mengalir, Dheny Patungka mengaku tak pernah kehabisan ide untuk melakukan *photo manipulation*.

Namanya tak hanya tenar di *social media* (Instagram), tapi juga cukup populer di majalah-majalah internasional. Salah satunya *Vogue*. Bahkan beberapa waktu lalu, ia pun baru saja menggelar *workshop photo manipulation (composite)* di Los Angeles, Amerika Serikat.

Hingga kini, Dheny mengaku sudah menghasilkan sekitar 3.000 *photo composite* dengan tema; *wonderland, fairytale atau fantasy art*. Dan yang menarik adalah kemampuannya ini didapat secara otodidak alias belajar sendiri. "Saya sudah dua belas tahun di dunia fotografi namun untuk *composite* sendiri baru sekitar tujuh tahun menekuninya," ujar pria berdarah Sunda-Makassar ini.

Memiliki latar belakang sebagai fotografer, membuat Dheny cukup familiar dengan sejumlah teknik yang tersedia dalam program photoshop. Kemampuan yang mumpuni ditambah kreativitas tingkat tinggi, rasanya tak sulit baginya ketika harus merekayasa foto. Biasanya satu foto rekayasa mampu diselesaikannya dalam tempo tiga jam. "Semua tergantung dari berapa berat *art work*-nya, ada yang sampai 15 jam baru bisa saya selesaikan," ungkapnya.

Prosesnya? Pertama adalah proses pengambilan foto model atau objek. Selanjutnya, kata Dheny, ia akan melakukan *post processing* pada photoshop, di antaranya menghilangkan *background* pada objek kemudian menggabungkan beberapa foto dalam sebuah *frame*. Kira-kira seperti itulah prosesnya.

"Sebenarnya tak ada yang sulit dalam prosesnya, namun kadang idenya saja yang sulit ditemukan," terang kelahiran Bandung tahun 1981 ini. Nah biasanya kalau ia kekurangan ide, maka menonton film bisa menjadi inspirasinya untuk berkarya.

Dheny yang sehari-hari berprofesi sebagai programmer berbasis Ajax, PHP, ini terbilang sering menularkan ilmunya lewat sejumlah workshop. Tak hanya di Indonesia, tapi juga di luar negeri. Di antaranya; Amerika Serikat, Inggris, Rusia, Uni Emirate Arab, Italia, Prancis, Filipina, dan sebagainya. "Biasanya kalau workshop itu paling saya memberikan materi foto dan *post processing* saja. Intinya mengajar para partisipan," terang pria yang hobi bermain *remote control car* ini

Ke depan, Dheny akan terus berkarya tanpa mengenal kata bosan. Ia juga berharap bahwa ke depan industri kreatif di Indonesia semakin berkembang dan menghasilkan bibit-bibit kreatif yang baru. ■





DJAJA ROESLIM PRESIDENT DIRECTOR PT. TRIAS JAYA PROPERTINDO (TJP)

INOVASI MENGGARAP POTENSI WISATA

POTENSI BISNIS DI BIDANG PARIWISATA NASIONAL SANGAT BESAR. TINGGAL BAGAIMANA PARA PELAKU INDUSTRI PARIWISATAS BERKREASI UNTUK BERSAING MENGGARAP PASAR YANG SANGAT BESAR TERSEBUT.

 Zal Hanif
 Istimewa

Membangun *resort* dan hotel bukanlah hal yang baru bagin Djaja Roeslim. Maklum pengusaha properti asal Batam, Kepulauan Riau ini sudah lama berjibaku dalam bisnis pedukung industri pariwisata tersebut. Beberapa hotel dan *resort* kelas atas di daerah-daerah tujuan wisata utama seperti Bali dan Lombok, sudah dikembangkannya.

“

DESTINASI WISATA KITA JAUH LEBIH BAIK JIKA DIBANDINGKAN DENGAN SINGAPURA, YANG NOTABENE HANYA MEMILIKI DESTINASI BUATAN TANGAN MANUSIA. INI PELUANG BESAR BAGI PENGUSAHA HOTEL DAN RESORT.

“



Djaja Roeslim



Baru-baru ini, Djaja, begitu ia akrab disapa, kembali membangun sebuah kawasan untuk mendukung pariwisata di daerah Batam dan sekitarnya, di kawasan *resort* Nongsa Batam, Kepri. Ya, di bawah bendera PT. Landstar Development (TJP Group), pria yang juga menjabat sebagai Ketua DPD Khusus Batam ini tengah merampungkan proyek berlabel *The Scene*, dengan mengembangkan 163 unit kondotel dan 130 unit apartemen di atas lahan seluas 3 hektar, yang merupakan bagian dari kawasan *Movie town* seluas 10 hektar.

“Sebagai pengembang properti, saya hanya deservikasi usaha saja. Artinya usaha sekarang ini masih sangat berhubungan dengan bisnis yang selama ini saya geluti. Dan Ide awal pengembangan proyek ini adalah *partner* kami, Mike Wiluan CEO sekaligus pemilik Infinite Studio. Kawasan itu sudah lama digunakan sebagai tempat pembuatan film skala internasional dan terbesar di Asia Tenggara,” ujar Djaja Roeslim, CEO TJP Group di Batam, Sabtu (14/4).

Dengan adanya proyek ini, menurut Djaja, penghuni akan lebih leluasa menyaksikan secara langsung proses pembuatan sebuah film. Kondotel dan apartemen kelas premium tersebut, bernaung di Eropa selatan, lengkap dengan fasilitas pendukung seperti *wedding chapel*, kolam renang, *rooftop bar* dan *specialty restaurant* serta *retail shop*.

Di sisi lain, Pria ramah ini juga mengungkapkan keinginannya untuk lebih banyak lagi membangun proyek pendukung pariwisata, terutama di daerah-daerah yang memang memiliki potensi besar di bidang pariwisata.

“Kendati belum seperti Thailand, Singapura, dan Malaysia, namun perkembangan industri pariwisata di tanah air sangat mengembirakan. Tengok saja, wisatawan mancanegara yang berkunjung juga semakin besar dari waktu ke waktu. Indonesia sangat kaya, destinasi wisata kita jauh lebih baik jika dibandingkan dengan Singapura, yang notabene hanya memiliki destinasi buatan tangan manusia. Ini peluang besar bagi pengusaha hotel dan *resort*,” imbuhnya.

Sebagai gambaran saja, tahun 2015 saja, Wisatawan yang berkunjung ke Indonesia sudah mencapai 10,4 juta, atau tumbuh 10,6 persen dibanding tahun 2014. Dan sangat masuk akal, jika di 2019 nanti, pemerintah menargetkan setidaknya 20 juta Wisatawan akan berkunjung ke Indonesia.

“Sekarang tergantung pemerintah seperti apa mereka menyediakan infrastruktur, dan sarana pendukung lainnya serta usaha mempercantik setiap lokasi wisata yang ada. Nah, kami dipihak swasta membantu dalam hal penyediaan akomodasi seperti penyediaan hotel sebagainya,” tandasnya. ■



KARTIKA DJOEMADI, PENGUSAHA MUDA

MEMBUDAYAKAN HIDUP BERKEBAYA

PENGUSAHA MUDA DAN RELAWAN JOKOWI ITU MENGAJAK WANITA MUDA INDONESIA UNTUK BERKEBAYA SETIAP HARI.



Erfendi Eka Putra



Dok. Pribadi

Pemilik nama lengkap Dyah Kartika Rini Djoemadi atau dikenal dengan Kartika Djoemadi itu paling bisa memantik pembicaraan di media sosial. Posenya berkebaya setiap hari langsung menjadi trending topik.

Dengan berkebaya setiap hari, kini ia meletupkan dirinya kembali sebagai pengusaha muda yang membudayakan diri berkebaya setiap hari. "Kalau dirumah saja yang tidak. Awalnya agak susah tetapi lama kelamaan terbiasa," ungkap wanita dengan nama sapaan DeeDee itu.

Kebanyakan koleksinya adalah kebaya Jawa, warisan Ibu dan Neneknya. "Kebaya-kebaya saya, adalah kebaya tradisional Jawa yang harganya murah," ujar komisaris salah satu BUMN keuangan itu. Hanya beberapa saja yang mahal, itupun karena modelnya yang *vintage* dan *unique*.

Berkebaya setiap hari ia lakukan sebagai penghormatan dan keinginan memajukan industri batik. Menurutnya, minat wanita muda Indonesia berkebaya dan mengenakan kain jarik sudah langka. Karena itu ia mendorong dengan memulai dari diri sendiri.

"Bayangkan betapa terbantunya pengrajin batik yang sebagian besar UKM jika setiap wanita Indonesia menggunakan kebaya dan jarik sebagai budaya sehari-hari," ungkapnya yang sewaktu wawancara menggunakan kebaya kutubaru tradisional Solo dengan kain jarik sogan Solo.



DeeDee hanya menggunakan kain batik tulis dan batik cap. Ia sengaja menghindari penggunaan kain batik printing karena ingin menghormati para pengrajin batik tulis dan batik cap.

"Bahkan untuk kain batik tulis, saya tidak tega untuk menggunting dan menjahitnya, sehingga kain itu saya pakai secara utuh" terang, relawan Jokowi-JK, pendiri Jasmev, Jokowi Ahok Sosial Media Volunteers tersebut. ■

TEUKU RIFNU WIKANA:

MENEMBUS LAYAR LEBAR DENGAN KONSISTENSI

“KALAU KITA MENCINTAI SENI, LAKUKAN SAJA USAHA SEMAKSIMAL MUNGKIN. SENI TAHU KAPAN HARUS BALAS BUDI.”

 Ade Riyan Purnama |  Istimewa



Keyakinan dan konsistensi. Dua kata itu telah membuat pria berusia 35 tahun ini menjadi aktor papan atas. Jatuh bangun menjalani karier di dunia akting sudah dilaluinya. Jejak kariernya pun dirintis sejak kecil dengan bermain teater di Pematangsiantar, Sumatera Utara.

Dari sanalah rasa cinta itu tumbuh subur dan terus membayangi langkah Rifnu Wikana. Hingga suatu hari, seorang artis lokal menawarinya untuk itu *casting* menjadi penyiar radio di Pematangsiantar. “Dari radio itu 70% ilmuku berasal. Aku belajar bikin iklan, belajar konsep marketing dan lainnya,” ujar pria yang sempat berperan sebagai Joko Widodo dalam film Jokowi ini.

Langkahnya terus menapak saat hijrah dari Pematangsiantar ke Medan dan menjadi penyiar di radio cabang Medan.

“Sebenarnya aku ke Medan itu buat kuliah. Karena keluargaku sangat mementingkan pendidikan. Lalu aku bosan karena bukan hasratku di situ, kemudian memutuskan kembali ke Siantar,” lanjut aktor yang pernah kuliah di jurusan Planologi di Institut Teknologi Medan (ITM).

Singkat cerita, bakatnya mulai mengalir. Bersama teman-teman radionya ia lantas mengikuti FFII (Festival Film Independent Indonesia) dan pergi ke Jakarta. “Film garapan kita masuk 16 besar. Dari situ aku mantapkan untuk sekalian merantau di Jakarta,” sahutnya.

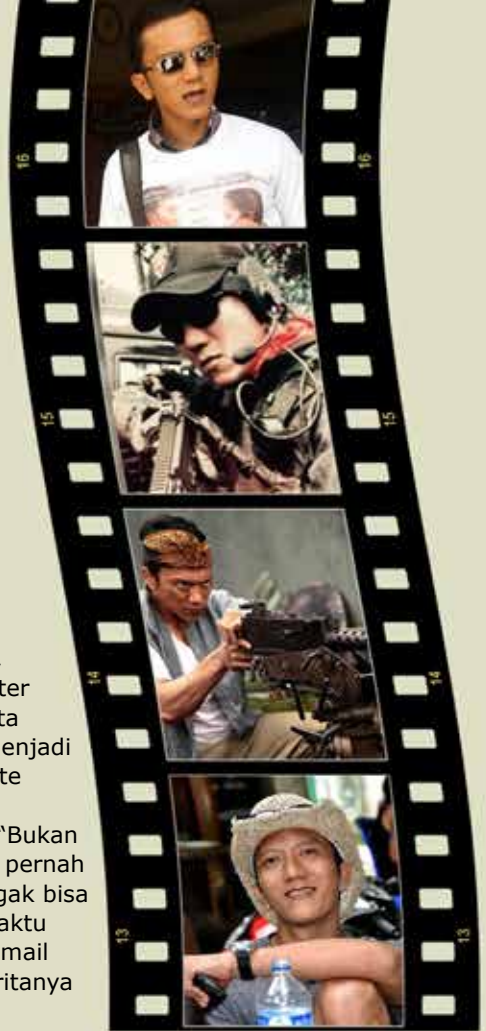
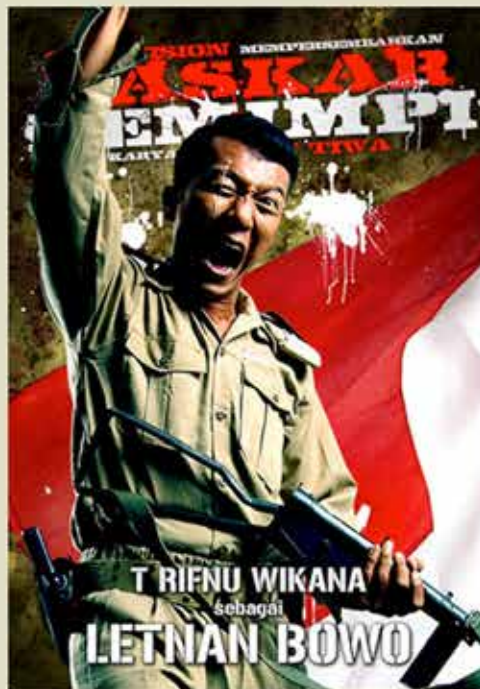
Jakarta ternyata menawarkan Rifnu sistem hidup yang keras dan penuh perjuangan. Dari mulai diusir

oleh teman sendiri, ditolak berlatih teater di Bulungan (Jakarta Selatan), hingga menjadi gelandangan di halte Senayan bersama pedangang rokok. “Bukan cuma itu, aku juga pernah pingsan karena nggak bisa makan tiga hari waktu tinggal di Taman Ismail Marzuki (TIM),” ceritanya sambil terbahak.

Semua kesulitannya mulai terbayar. Di tahun 2004, debut film pertamanya di mulai. “Padahal cuma nemenin casting temen, tapi malah aku yang masuk. Waktu denger kabar itu aku langsung yakin bahwa

rejeki sudah diatur Tuhan,” serunya. Bermain film Mengejar Matahari garapan Rudi Sjarwo adalah pengalaman pertamanya masuk dunia film. “Setelah itu Mas Rudi bikin film 9 Naga dan aku casting kemudian masuk lagi,” lanjutnya menjelaskan.

Titik tolakan kariernya lantas menanjak pesat pada film Laskar Pelangi dan Merah Putih. “Dari situ sebenarnya sudah mulai bisa pasang harga. Kualitas tetap utama,” ujar yang tengah menjajal menjadi produser dan membuat *production house* bersama beberapa sahabatnya. ■



saatnya
berbelanja
menggunakan

Kartu Debit



seluruh kartu ATM
Bank Sulselbar dapat
digunakan di merchant
dan ATM yang berlogo

