

CITY BRANDING WORLD CRAFT CITY KABUPATEN GIANYAR

Karnhura Wetarani

Universitas Udayana

Email Korespondensi: karnhura.wetarani@unud.ac.id

ABSTRACT

Gianyar Regency received an award as World Craft City in 2019. The problems in this research include raw material prices, product marketing innovation, tools and technology, as well as industrial business management. This research uses the City Branding Hexagon theory which includes Presence, Place, Potential, People, Pulse, and Prerequisite. This research is a qualitative descriptive research using a case study method. Data was obtained from observation, interviews and documentation. Data analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. The research results show that the Attendance Indicator for Gianyar Regency has been realized through global interactions such as film making, international achievements and international events. The indicators in this research have several problems such as marketing innovation, limited workforce and raw materials. The potential indicators in this research have been able to support city branding efforts in accordance with the facilities and programs implemented by the government. The people indicator in this research has an important role in building an atmosphere of interaction between local communities and tourists. The Pulse Indicator presents an atmosphere of urban life that is different from other areas, and the Prerequisite Indicators in this research are able to support complete facilities to support public services. The solution for this research is to develop a policy that provides protection for handicrafts in Gianyar Regency

Keywords: World Craft City; City Imaging; Gianyar

ABSTRAK

Kabupaten Gianyar menerima penghargaan sebagai World Craft City pada tahun 2019. Masalah dalam penelitian ini meliputi harga bahan baku, inovasi pemasaran produk, alat dan teknologi, serta manajemen bisnis industri. Penelitian ini menggunakan teori City Branding Hexagon yang mencakup Presence, Place, Potential, People, Pulse, dan Prerequisite. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indikator Presence untuk Kabupaten Gianyar telah terpenuhi melalui interaksi global seperti pembuatan film, prestasi internasional, dan acara internasional. Indikator Place dalam penelitian ini memiliki beberapa masalah seperti inovasi pemasaran, keterbatasan tenaga kerja, dan bahan baku. Indikator Potential dalam penelitian ini telah mampu mendukung upaya city branding sesuai dengan fasilitas dan program yang dilaksanakan oleh pemerintah. Indikator People dalam penelitian ini memiliki peran penting dalam membangun suasana interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan. Indikator Pulse menyajikan suasana gaya hidup perkotaan yang berbeda dari daerah lain, dan Indikator Prerequisite dalam penelitian ini mampu mendukung fasilitas lengkap untuk mendukung layanan publik. Solusi untuk penelitian ini adalah mengembangkan kebijakan yang memberikan perlindungan bagi kerajinan tangan di Kabupaten Gianyar

Keyword: World Craft City; City Branding; Gianyar.

PENDAHULUAN

City branding di Indonesia merupakan inspirasi untuk membangun branding sebagai citra pariwisata yang akan meningkatkan jumlah wisatawan dan investor. Kabupaten Gianyar menerima penghargaan World Craft City pada tahun 2019 yang diberikan oleh Presiden World Craft Council Asia

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



Pacific Region. Pendidikan tentang seni dan kerajinan di Kabupaten Gianyar diajarkan dari tingkat sekolah dasar hingga universitas, kerajinan tangan dimasukkan dalam mata pelajaran untuk mengisi keterampilan siswa. Pelestarian kerajinan tangan melalui pendidikan di sekolah formal dan informal. Strategi pengembangan produk kerajinan Gianyar dibuat dengan tujuan meningkatkan kemampuan inovatif pengrajin untuk menghasilkan produk industri kerajinan yang ramah lingkungan. Kabupaten Gianyar memiliki jumlah industri kerajinan terbanyak di Provinsi Bali dengan total 75.620 industri. Seni dan kerajinan Kabupaten Gianyar merupakan seni dan kerajinan tertua di dunia, dimulai dari Desa Batubulan, Desa Celuk, Pasar Sukawati, Desa Mas, Desa Teges, Peliatan hingga Desa Tegallalang (Remawa et al., 2019).

Kebijakan pemerintah bekerja sama dengan Gojek, GoTo, dan Tokopedia dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan distribusi. Dekranasda Gianyar membangun Hybrid Store di area Pasar Seni Sukawati Blok B dengan tujuan memasarkan produk kerajinan secara offline dan online. Roadmap City Branding Gianyar akan menjelaskan struktur yang lebih detail mengenai proses kerjasama pemerintah dengan pemangku kepentingan dan masyarakat lokal untuk menciptakan suasana pasar yang lebih modern dan dinamis.

Namun, dalam pelaksanaan City Branding, masih terdapat beberapa masalah antara lain; Masyarakat yang belum memahami Gianyar sebagai kota kerajinan dunia, beberapa acara hanya mengundang industri tertentu sebagai perwakilan dalam acara seni Gianyar, dalam memilih perwakilan untuk mewakili suatu acara, Tim dari Provinsi memilih produk terbaik, dan beberapa industri kerajinan belum mampu bersaing untuk mendapatkan tempat dalam suatu acara. Masalah selanjutnya adalah bahan baku kerajinan tangan domestik jauh lebih mahal daripada bahan baku di pasar internasional, bahan baku yang digunakan untuk membuat kerajinan memiliki perbedaan harga yang signifikan dengan pasar internasional, industri kerajinan kesulitan dalam produksi dan pelanggan beralih ke industri lain. Beberapa industri kerajinan dibangun secara terpisah, menyebabkan kesenjangan dalam pemasaran kerajinan di Kabupaten Gianyar, misalnya, beberapa industri kerajinan memiliki sistem promosi yang baik dalam mengembangkan dan memasarkan produknya ke pasar internasional, tetapi beberapa industri dengan usaha kecil hanya mampu menjual produk kerajinan ke pasar tradisional. Kurangnya Digital Marketing menjadi penyebab lemahnya persaingan antar industri kerajinan. Masalah terakhir adalah penurunan permintaan akibat pandemi Covid-19 yang berdampak besar pada pendapatan pengrajin di Kabupaten Gianyar.

Penelitian ini akan menggunakan teori City Branding Hexagon yang mencakup: presence, potential, place, pulse, people, dan prerequisite. Teori ini akan didukung oleh beberapa penelitian yang menunjukkan perbandingan city branding di Indonesia. Pertama, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi et al., 2019) menunjukkan bahwa kelemahan city branding di Indonesia adalah kurangnya standar dalam proses desain branding. Setiap kota masih mencari konsep yang tepat dalam mendesain City Branding. Kelemahan branding dengan titik utama kolaborasi antara beberapa organisasi yang masih kurang, hal ini juga ditulis dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prima wahyudi et al., 2021) Namun, ada komponen lain yang menunjukkan arah positif dengan penyampaian branding yang baik, seperti strategi komunikasi dan promosi. Keberhasilan city branding dijelaskan dalam jurnal yang ditulis oleh (Aulia & Yulianti, 2019) dengan hasil bahwa Variabel City Branding (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Minat Berkunjung (Y1) dan Keputusan Berkunjung (Y2) ke Puncak, Kabupaten Bogor. Terakhir, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sayoko & Wikantiyoso, 2019) juga menunjukkan keberhasilan City Branding Beautiful Malang yang dirancang oleh Pemerintah untuk memberikan dampak positif bagi kemajuan Kota Malang. Hal ini juga dibuktikan dengan fakta bahwa Malang telah memenangkan beberapa penghargaan, seperti penghargaan kota dengan taman terbaik di Indonesia. Secara keseluruhan, meskipun terdapat kelemahan dalam city branding di Indonesia, ada juga contoh kampanye branding yang sukses dan memberikan dampak positif bagi kota masing-masing.

METODE

Bab ini dimulai dengan lokasi penelitian, yaitu di Kabupaten Gianyar, sebuah kabupaten yang telah diakui sebagai World Craft City. Desain penelitian bertujuan untuk menemukan data dan informasi baru yang belum diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2012) Sumber data yang digunakan dalam penelitian

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Indexed:



meliputi sumber primer dan sekunder, dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan validitas data digunakan untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data yang dikumpulkan. Teknik triangulasi digunakan untuk memeriksa kredibilitas data dari berbagai sumber, teknik, dan waktu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi pengorganisasian data, kategorisasi, dan summarisasi untuk memudahkan interpretasi dan penarikan kesimpulan dari temuan penelitian. (Sugiyono, 2012) Secara keseluruhan, gambaran komprehensif tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam studi City Branding World Craft City di Kabupaten Gianyar.

PEMBAHASAN

Presence adalah alat yang digunakan untuk memahami status dan posisi suatu kota di komunitas internasional. Ini mengukur seberapa terkenal suatu kota bagi orang-orang di seluruh dunia dan bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik unik kota tersebut. Dengan demikian, dapat mengungkap kontribusi signifikan kota di bidang-bidang seperti budaya, sains, dan tata kelola di tingkat global. Data yang dikumpulkan dari Presence dapat membantu pembuat kebijakan dan pejabat kota untuk membuat keputusan yang tepat tentang bagaimana meningkatkan reputasi internasional kota mereka dan meningkatkan posisinya di panggung global. Persepsi dunia terhadap Gianyar sebagai kota di Bali umumnya positif. Penelitian telah menunjukkan beberapa prestasi Gianyar, seperti penunjukannya sebagai kota kerajinan dunia. Banyak pengrajin di Gianyar telah menciptakan karya seni dan kerajinan yang indah dan unik, seperti ukiran kayu, patung, dan tenun. Selain itu, Gianyar juga menjadi lokasi syuting film populer "Eat Pray Love" yang dibintangi Julia Roberts pada tahun 2010, menampilkan keindahan alam dan budaya Bali, termasuk Gianyar.

Selanjutnya, Gianyar menjadi tuan rumah Bali Spirit Festival tahunan, yang menampilkan berbagai kegiatan seperti yoga, meditasi, dan pertunjukan seni. Tidak hanya Gianyar, tetapi Ubud, yang terletak di Kabupaten Gianyar, juga terdaftar sebagai salah satu dari 10 kota terbaik di dunia oleh majalah Travel + Leisure pada tahun 2022. Ubud terkenal dengan keindahan alamnya dan merupakan pusat seni dan budaya di Bali.

Pariwisata, yang dapat beradaptasi dengan berbagai disiplin ilmu dan pengetahuan, membuat sektor pariwisata memiliki posisi yang kuat untuk beradaptasi dengan tren dan perkembangan yang dinamis (Maranisa & Sutanto, 2022). Berdasarkan penelitian ini, kemajuan teknologi juga mempengaruhi perkembangan pariwisata di Gianyar. Pemasaran pariwisata sekarang lebih efektif melalui media sosial dan situs web resmi pariwisata. Penelitian ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh (Rahmasari & Parameswari, 2020) yang menyatakan bahwa pengakuan internasional memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata di suatu wilayah. Pengakuan internasional dapat dicapai melalui promosi dengan memberikan presentasi di berbagai konferensi dan pertemuan internasional, memperkuat situs dengan membuat papan tanda atau branding, serta mempromosikan di media sosial atau media elektronik.

Dalam konteks Kabupaten Gianyar, konsep presence dapat mendukung city branding kota kerajinan dunia. Dalam hal ini, Kabupaten Gianyar dapat memanfaatkan kekayaan budaya dan seninya sebagai daya tarik utama untuk mempromosikan diri sebagai kota dengan kehadiran yang kuat di dunia internasional. Hasil penelitian terkait indikator yang mendukung konsep presence di Kabupaten Gianyar sesuai dan mampu mendukung city branding kota kerajinan dunia, karena kabupaten ini memiliki karakteristik unik dan kontribusi signifikan di bidang-bidang seperti tari tradisional Bali dan kerajinan tangan. Selain itu, tata kelola yang baik juga merupakan faktor pendukung dalam konsep presence ini. Dengan memanfaatkan konsep presence dan mengidentifikasi karakteristik uniknya, Kabupaten Gianyar dapat meningkatkan citra positifnya di dunia internasional dan menjadi kota terkenal sebagai pusat kerajinan dan seni dunia.

Indikator Place mengukur bagaimana orang mempersepsikan aspek fisik suatu kota, seperti tingkat kenyamanan saat bepergian di sekitar kota, tata letak kota secara keseluruhan, dan ketersediaan fasilitas nyaman yang disediakan oleh pemerintah. Indikator ini membantu untuk menilai apakah suatu kota dirancang dengan baik dan layak huni, serta apakah pemerintah telah berhasil memberikan lingkungan hidup yang nyaman dan menyenangkan bagi warganya. Dengan mengukur indikator

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Indexed:



SINTA 5

PKP|INDEX



Place, kita dapat memperoleh wawasan berharga tentang kualitas hidup di suatu kota dan mengidentifikasi area-area di mana perbaikan dapat dilakukan untuk membuat kota lebih layak huni dan menyenangkan bagi penduduknya. Kabupaten Gianyar dibagi menjadi 5 konsep spasial, masing-masing dengan karakteristik uniknya sendiri.

Wilayah utara Gianyar terdiri dari Tegallalang, Payangan, dan Tampaksiring, yang dicirikan oleh lahan pertanian dan lanskap alam sawah dan hutan. Tegallalang berencana mengembangkan Pariwisata Warisan Perkotaan dengan memanfaatkan lingkungan dan potensi seni dan kerajinan kota, seperti ukiran kayu, lukisan, dan barang-barang rumah tangga lainnya. Namun, para pengrajin menghadapi masalah seperti kurangnya bantuan pemerintah dan bimbingan langsung untuk meningkatkan keterampilan dan inovasi produk mereka, serta kesulitan mengakses modal yang cukup untuk meningkatkan produksi. Payangan, sedang berkembang sebagai desa wisata dengan kerajinan tangan yang unik dan langka, yaitu "payung cukup" dan "payung lunas." Namun, kurangnya minat generasi muda untuk menjadi pengrajin dan kondisi pariwisata yang tidak stabil mempengaruhi permintaan produk mereka. Tampaksiring dikenal dengan kerajinan tangan dari kayu, batu, dan tulang. Namun, para pengrajin di daerah ini menghadapi tantangan seperti sistem produksi yang tidak terstruktur, pengetahuan terbatas tentang keselamatan dan kesehatan kerja, akses terbatas ke modal dan bahan baku berkualitas, serta kekurangan tenaga kerja.

Bagian selatan Gianyar meliputi Sukawati dan Blahbatuh. Pertama, Sukawati didominasi oleh aktivitas pasar, terutama pasar seni. Salah satu pasar seni terkenal di daerah ini adalah Pasar Seni Sukawati dan Pasar Seni Guwang. Pasar-pasar ini menawarkan berbagai macam produk seni dan kerajinan, seperti lukisan, ukiran kayu, perhiasan, dan kain tenun tangan, sementara kerajinan terkenal dari wilayah Sukawati adalah perak dari desa Celuk. Namun, para pengrajin di Sukawati menghadapi beberapa masalah, termasuk harga bahan baku yang tinggi, kurangnya minat generasi milenial untuk menjadi pengrajin, kurangnya skema pendidikan pemasaran, pelestarian ekosistem warisan yang tidak memadai, dan beberapa kasus penipuan yang dilakukan oleh wisatawan asing yang berniat membeli barang di Sukawati, mengakibatkan kerugian bagi pemilik bisnis lokal.

Kedua, Blahbatuh dikenal sebagai daerah kerajinan bambu dan tenun. Model kerajinan bambu terkenal berasal dari desa Belega, dan salah satu karya terkenal adalah ruang jamuan acara G20 yang diadakan pada bulan November. Daerah Blahbatuh juga terkenal dengan seni tenun dari desa Bona. Produk tenun Bona Blahbatuh sangat diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Bali sebagai suvenir khas daerah tersebut. Namun, para pengrajin di wilayah Blahbatuh juga menghadapi beberapa tantangan, seperti munculnya supermarket besar yang menjual suvenir Bali, menyebabkan tertinggalnya industri toko eceran kecil, alat dan teknologi terbatas, manajemen bisnis yang buruk, dan pemasaran produk.

Melanjutkan ke tata ruang bagian timur Gianyar, terutama difokuskan pada area pemerintah seperti kantor Dinas, Dewan Legislatif Gianyar, dan kantor layanan publik lainnya. Tidak seperti daerah lain di Gianyar, bagian timur didominasi oleh fasilitas olahraga dan rekreasi seperti Stadion Kapten I Wayan Dipta, Gor Kebo Iwa, dan Lapangan Astina Gianyar. Ini juga didukung oleh infrastruktur layanan publik lainnya seperti Kantor Polisi dan fasilitas lain yang mendukung kegiatan masyarakat.

Selanjutnya, bagian barat Gianyar didominasi oleh seni dan budaya. Penelitian menunjukkan bahwa tata ruang bagian barat Gianyar, yang meliputi Istana Ubud, Pasar Ubud, dan museum seni, telah menjadi ikon daerah tersebut. Ubud di Gianyar adalah salah satu pusat seni dan budaya terbesar di Bali. Di daerah ini, terdapat berbagai bentuk seni yang menarik untuk dikunjungi, seperti pertunjukan tari tradisional Bali, lukisan, patung, dan kerajinan tangan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh para pengrajin di daerah Ubud meliputi inovasi terbatas atau kualitas produk yang kurang memuaskan dan persaingan pasar.

Daerah terakhir di Gianyar adalah wilayah tengah, yang didominasi oleh area Warisan Budaya. Daerah ini memiliki nilai sejarah, budaya, dan kearifan lokal yang tinggi yang diakui oleh masyarakat dan dunia internasional sebagai bagian penting dari warisan manusia. Area Warisan Budaya biasanya mencakup berbagai jenis objek, seperti bangunan bersejarah, situs arkeologi, karya seni, dan tradisi budaya yang dilestarikan dan dipelihara oleh masyarakat setempat. Gianyar adalah wilayah yang kaya

akan sejarah dan budaya, dan salah satu tempat di sana yang diakui sebagai bagian dari warisan manusia adalah Goa Gajah dan Gunung Kawi. Goa Gajah adalah candi Hindu yang terletak di dekat desa Bedulu. Candi ini juga dikenal sebagai 'Goa Gajah' karena relief gajah besar di depannya. Sementara itu, Gunung Kawi adalah situs arkeologi yang terletak di desa Tampaksiring. Namun, ada beberapa tantangan dalam mengembangkan Warisan Budaya di wilayah tengah Gianyar, seperti upaya lebih untuk memotivasi pedagang souvenir untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan yang berkunjung ke sana.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mahyuni & Setiawan, 2021) Dengan perkembangan teknologi, berbagai pasar digital dan platform telah muncul, yang membuka peluang lebih luas bagi industri untuk memasarkan produk mereka, mencapai berbagai wilayah geografis di Indonesia dan luar negeri. Menurut penelitian oleh (Ayu & Saskara, 2021), masih banyak kendala yang menghambat perkembangan industri kerajinan di Kabupaten Gianyar, seperti kelemahan dalam akses dan pengembangan modal, keterbatasan dalam memperluas pangsa pasar, kurangnya akses informasi dan teknologi, dan kolaborasi yang lemah. Masalah kompleks terkait kerajinan tangan ini memerlukan penanganan yang cermat dari perencanaan hingga implementasi.

Kabupaten Gianyar dapat membangun kemitraan dengan perusahaan dan institusi lain, seperti institusi pendidikan dan organisasi pengrajin, untuk meningkatkan akses ke pasar dan pengembangan keterampilan. Para pengrajin lokal dapat menerima pelatihan, dukungan teknis, dan sumber daya lainnya untuk membantu mengembangkan bisnis mereka melalui kemitraan ini. Untuk mengatasi keterbatasan dalam akses dan pengembangan modal, Kabupaten Gianyar dapat memperkuat kolaborasinya dengan lembaga keuangan seperti bank, koperasi, atau lembaga keuangan mikro. Selain itu, mengembangkan kemitraan dengan investor swasta juga dapat membantu meningkatkan modal dan mendukung pengembangan bisnis di Kabupaten Gianyar.

Meskipun fasilitas fisik yang disediakan oleh pemerintah di Kabupaten Gianyar sudah memadai menurut evaluasi indikator Place di World Craft City, masih ada kendala yang dirasakan oleh para pengrajin di daerah tertentu. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut seperti meningkatkan komunikasi dengan masyarakat dan pengrajin, melakukan survei yang lebih komprehensif, membuat rencana strategis untuk mengatasi masalah yang ada, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan citra wilayah. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing juga penting bagi industri kecil dan menengah (Darma et al., 2020). Dengan demikian, diharapkan persepsi masyarakat dan pengrajin terhadap World Craft City di Kabupaten Gianyar dapat ditingkatkan, sehingga meningkatkan branding kota. Indikator Place, yang mengevaluasi aspek fisik suatu kota, Oleh karena itu, evaluasi indikator Place dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kehadiran kota dan meningkatkan citra dan reputasinya di komunitas internasional. Dengan meningkatkan kualitas aspek fisik kota, seperti meningkatkan kenyamanan dan keamanan fasilitas serta mempertahankan tata kota yang baik, kota diharapkan menjadi lebih menarik dan nyaman bagi wisatawan atau pengunjung internasional lainnya. Hal ini dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi kota di komunitas internasional, serta meningkatkan kehadirannya.

Namun, indikator Place dalam mendukung World Craft City di Kabupaten Gianyar belum optimal dalam mendukung upaya branding. Tantangan yang masih dihadapi oleh para pengrajin tetap menjadi kendala signifikan yang memerlukan perhatian lebih besar dari pemerintah daerah.

Indikator Potential mengevaluasi peluang ekonomi dan pendidikan yang ditawarkan kepada pengunjung, pengusaha, dan imigran, seperti akses ke peluang kerja, kemudahan membangun bisnis, dan peluang untuk memperoleh kualifikasi tinggi dalam pendidikan. Gianyar menawarkan berbagai kemudahan bisnis bagi pengusaha. Pemerintah daerah telah mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) No. 2 Tahun 2022 tentang Perizinan Berbasis Risiko, yang menyederhanakan proses perizinan bisnis, termasuk dengan mengembangkan sistem perizinan online yang dapat diakses oleh pelaku bisnis dari mana saja.

Selanjutnya, Kabupaten Gianyar memiliki distribusi berbagai fasilitas perdagangan yang dapat digunakan sebagai alternatif pilihan bisnis untuk memulai kegiatan usaha, termasuk 240 toko, diikuti oleh 125 kios, 64 pasar, dan 75 warung. Jenis fasilitas perdagangan yang tersebar merata di berbagai wilayah di Kabupaten Gianyar dapat menjadi peluang baik bagi pengusaha atau calon pengusaha

untuk memulai bisnis. Pemerintah Kabupaten Gianyar telah memberikan akses luas bagi pencari kerja untuk menemukan peluang kerja. Selain itu, pemerintah daerah sering mengadakan job fair yang dihadiri oleh perusahaan-perusahaan terkemuka di daerah tersebut. Selain itu, pemerintah Kabupaten Gianyar juga memberikan akses kerjasama bisnis untuk pihak eksternal yang ingin bekerja sama, salah satunya melalui waralaba. Ada beberapa waralaba yang sudah berdiri di Kabupaten Gianyar seperti KFC, Mixue, Menantea, Starbucks, dan beberapa kemitraan lainnya.

Selanjutnya, Kabupaten Gianyar juga memiliki potensi yang menjanjikan di bidang fashion kerajinan. Beberapa kegiatan fashion kerajinan di Kabupaten Gianyar antara lain Kompetisi Desainer Fashion pada tahun 2023, pameran Inacraft 2023 di Jakarta Convention Center, dan Fashion Show "Tembang Warni Ikat Gianyar" di Indonesia Fashion Week 2023. Pameran ini bertujuan untuk memperkenalkan produk fashion Kabupaten Gianyar kepada konsumen dan juga sebagai kesempatan untuk menjalin hubungan bisnis dengan investor.

Terakhir, dalam hal akses pendidikan tinggi, Kabupaten Gianyar menyediakan fasilitas pendidikan dari prasekolah hingga universitas, dengan tujuan memberikan akses pendidikan yang setara bagi seluruh warga Kabupaten Gianyar. Distribusi fasilitas pendidikan di Kabupaten Gianyar adalah sebagai berikut: prasekolah (157), sekolah dasar (292), sekolah menengah pertama (37), sekolah menengah atas (11), sekolah menengah kejuruan (18), universitas (2). Beberapa sekolah di Kabupaten Gianyar fokus pada kegiatan seni, terutama kerajinan tangan, dengan membangun sekolah kejuruan khusus yang didominasi oleh mata pelajaran seni.

Indikator Potential dalam City Branding Hexagon adalah evaluasi peluang ekonomi dan pendidikan yang ditawarkan kepada pengunjung, pengusaha, dan imigran di suatu kota. Kabupaten Gianyar, sebagai kota yang fokus pada pengembangan industri kerajinan tangan, telah menunjukkan upaya yang memadai dalam hal ini.

Indikator People mengevaluasi apakah penduduk kota ramah dan memfasilitasi pertukaran budaya dan bahasa, serta apakah kota tersebut menciptakan rasa aman saat tinggal di sana. Masyarakat Gianyar diakui secara internasional karena melestarikan budaya dan tradisi Bali dengan baik. Tidak hanya itu, Gianyar juga memiliki banyak festival dan acara budaya seperti Festival Seni dan Budaya Bali yang diadakan setiap tahun yang memungkinkan banyak interaksi antara masyarakat dan wisatawan, serta interaksi dalam bentuk kerjasama dan pernikahan. Sarwono (2010) dalam (Mahaardhika, 2021) menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang mendasari interaksi sosial, yaitu komunikasi, sikap, perilaku kelompok, dan kontak sosial.

Melalui kontak sosial, orang dapat belajar lebih banyak tentang budaya dan tradisi Bali dan memperluas pengetahuan mereka tentang seni dan budaya dari tempat lain, seperti beberapa wisatawan asing yang berpartisipasi dalam upacara keagamaan di Gianyar, seperti selama liburan Galungan dan upacara Ngaben, yang dapat menjadi sarana yang baik untuk pertukaran budaya. Melalui komunikasi, orang dapat memperkenalkan budaya dan tradisi mereka kepada orang lain dan belajar tentang seni dan budaya dari tempat lain. Hal ini dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang budaya dan seni, serta memperkuat hubungan antara masyarakat lokal dan wisatawan dari seluruh dunia. Serayu Pot di Kabupaten Gianyar memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk membuat kerajinan tembikar dan terakota, dengan tujuan mengoptimalkan interaksi sosial antara masyarakat dan wisatawan.

Selanjutnya, dalam konstruksi seni Kabupaten Gianyar, terdapat enam pilar yang menjadi acuan dalam membangun seni daerah. Enam pilar ini meliputi: Keaslian: Seni tumbuh di tanah Gianyar, Ekspresif: berdasarkan nilai solidaritas, estetika, dan etika, Humanistik dan Mulia: terbuka terhadap antitesis, sinergis dan sintesis, Harmoni: harmoni hubungan antara manusia, manusia dan alam, serta manusia dan Tuhan, Progresif: dinamis melalui representasi energi, semangat dan kreativitas, dan Kebersamaan: inklusif, toleran, dan menghormati multikulturalisme. Pilar terakhir, kebersamaan, memberikan gambaran tentang bagaimana Kabupaten Gianyar membangun konstruksi seninya dengan mengoptimalkan toleransi terhadap keragaman seni internasional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Agung Gede Agung Indra Prathama, 2022), ditunjukkan bahwa prosedur interaksi sosial masyarakat Bali diatur oleh peraturan lokal yang dikenal sebagai awig-awig. Keterbukaan terhadap pariwisata juga memperkuat kesadaran masyarakat Gianyar

untuk melestarikan tradisi dan budaya mereka. Dalam menyambut wisatawan, masyarakat Gianyar secara otomatis memperhatikan adat dan etiket dalam budaya mereka. Selain itu, mereka juga membangun hubungan harmonis dengan wisatawan, sehingga meningkatkan kunjungan wisatawan dan memajukan sektor pariwisata di Gianyar. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurita et al., 2022)

Dalam konteks World Craft City Kabupaten Gianyar, Indikator People sangat penting dalam mendukung upaya City Branding. Hal ini karena Gianyar adalah kota yang memiliki banyak atraksi budaya dan wisata, sehingga kemampuan penduduknya untuk ramah dan memfasilitasi pertukaran budaya dengan pengunjung menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan.

Dalam hubungannya dengan indikator lain, Indikator People terkait langsung dengan Indikator Place dalam City Branding Hexagon. Hal ini karena Indikator Place mengevaluasi kenyamanan dan keamanan yang dialami oleh pengunjung di kota tersebut. Dalam hal ini, sikap dan perilaku penduduk kota menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi pengunjung. Indikator Potential juga memiliki hubungan dengan Indikator People dalam upaya City Branding. Hal ini karena peluang ekonomi dan pendidikan yang ditawarkan oleh kota dapat menarik pendatang baru untuk datang dan tinggal di kota tersebut. Oleh karena itu, sikap dan perilaku penduduk kota dalam menyambut pendatang baru menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang ramah dan menyambut pendatang baru.

Indikator Pulse menganalisis apakah kota menunjukkan gaya hidup perkotaan sebagai bagian penting dari citranya, serta apakah publik dapat dengan mudah menemukan hal-hal menarik sebagai pengunjung atau sebagai penduduk kota dalam jangka pendek atau panjang. Gianyar menyajikan gaya hidup perkotaan yang menarik bagi wisatawan. Salah satu contoh gaya hidup perkotaan di Gianyar adalah keberadaan kafe dan restoran modern, serta kegiatan penyembuhan seperti yoga dan meditasi.

Kafe dan restoran menawarkan makanan dan minuman inovatif dan berkualitas tinggi, serta suasana yang nyaman dan modern. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2022), dinyatakan bahwa gaya hidup erat kaitannya dengan perkembangan zaman, dengan suasana yang nyaman dan modern, kedai kopi di Kabupaten Gianyar menjadi salah satu tempat untuk mengalami gaya hidup kota perkotaan di tengah lingkungan pedesaan yang tenang. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Antari & Anggraini, 2022), dinyatakan bahwa suasana kafe adalah salah satu faktor yang mendukung bisnis, di mana suasana yang ada di dalamnya membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap kafe yang mereka kunjungi. Selanjutnya, Gianyar juga menampilkan gaya hidup perkotaan yang sehat dan holistik melalui kegiatan seperti yoga dan penyembuhan. Gianyar telah menjadi pusat yoga dan terapi alternatif yang terkenal di Bali. Praktisi pariwisata dalam industri yoga dapat membangun komunikasi yang baik antara praktisi yoga dan wisatawan, serta antara wisatawan dan wisatawan (Nabilah Wahyu Utami, Sheila Sherviana, Istijanto, 2020)

Kegiatan yoga yang semakin populer di kalangan masyarakat juga dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di Gianyar. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan kebugaran, banyak orang mencari tempat untuk berlatih yoga secara teratur. Data dari salah satu situs perjalanan, [tripadvisor.co.id](https://www.tripadvisor.co.id), menunjukkan bahwa Kabupaten Gianyar memiliki jumlah studio yoga tertinggi di Provinsi Bali dengan 52 studio, diikuti oleh Tabanan dan Badung dengan 21 studio masing-masing, kemudian Klungkung dan Denpasar dengan 18 dan 17 studio, dan terakhir Jembrana dengan 9 studio dan Karangasem dengan 7 studio. Indikator Pulse dalam City Branding Hexagon mengevaluasi suasana gaya hidup perkotaan yang ditawarkan oleh suatu kota, serta kemudahan bagi pengunjung dan penduduk untuk menemukan hal-hal menarik di dalamnya. Hal ini terkait dengan indikator Presence, yang mengevaluasi seberapa terkenal suatu kota di tingkat internasional dan posisi serta statusnya di dunia. Misalnya, pada Bali Spirit Festival, yang menawarkan gaya hidup perkotaan melalui berbagai acara seperti yoga, meditasi, dan seni, dapat menarik perhatian internasional terhadap Gianyar sebagai kota yang menawarkan pengalaman gaya hidup perkotaan yang unik.

Dalam hubungannya dengan indikator lain, Pulse terkait erat dengan indikator People dan Place. Indikator People mengevaluasi apakah penduduk kota ramah dan memberikan kemudahan pertukaran budaya, sementara Pulse mengevaluasi apakah kota menampilkan gaya hidup perkotaan sebagai bagian penting dari citranya. Kedua indikator ini saling terkait karena kehadiran komunitas yang

ramah dan inklusif akan menarik pendatang baru dan memperkuat gaya hidup perkotaan di kota tersebut. Indikator Potential mengevaluasi peluang ekonomi dan pendidikan yang ditawarkan kepada pengunjung dan pengusaha, seperti akses ke peluang kerja, kemudahan memulai bisnis, dan peluang untuk memperoleh kualifikasi pendidikan tingkat tinggi. Gaya hidup perkotaan yang kuat dalam indikator Pulse dapat memperkuat potensi suatu kota dalam hal ekonomi dan pendidikan dengan meningkatkan daya tarik kota bagi pendatang baru dan pelaku bisnis. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa indikator Pulse dalam upaya city branding di Kabupaten Gianyar sudah memadai. Hal ini karena suasana gaya hidup perkotaan dapat dengan mudah ditemukan oleh penduduk dan pengunjung di kota tersebut. Selain itu, acara seperti Bali Spirit Festival, yang berfokus pada gaya hidup sehat dan spiritual, seperti yoga, meditasi, dan seni, juga dapat menjadi daya tarik unik bagi pengunjung yang ingin mengalami sesuatu yang berbeda saat berada di Kabupaten Gianyar. Semua ini menunjukkan bahwa Kabupaten Gianyar telah melakukan upaya untuk menampilkan citra kota yang dinamis dan modern melalui suasana perkotaan yang dapat dirasakan di setiap sudut kota.

Indikator Prerequisite menggambarkan potensi publik terhadap fondasi suatu kota, seperti kenyamanan, infrastruktur yang memadai, dan layanan publik yang aktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa infrastruktur dasar di Kabupaten Gianyar telah terpenuhi, seperti jaringan jalan yang sebagian besar memadai, tetapi perlu ditingkatkan di daerah pedesaan. Selanjutnya, transportasi umum seperti bus, taksi, dan moda transportasi lainnya harus tersedia dan terjangkau bagi masyarakat.

Infrastruktur pendukung lainnya seperti fasilitas kesehatan seperti rumah sakit dan puskesmas sudah tersebar di setiap kecamatan di Kabupaten Gianyar. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Gianyar tahun 2023 menunjukkan distribusi fasilitas kesehatan yang tersedia di Kabupaten Gianyar, termasuk 60 posyandu, 8 rumah sakit, 22 klinik, 13 puskesmas, dan 57 puskesmas pembantu.

Selanjutnya, terdapat tempat ibadah yang meliputi 6 masjid, 13 gereja Protestan, 13 gereja Katolik, 46.454 pura, dan 1 vihara. Ini diikuti oleh fasilitas layanan publik lainnya seperti kantor pemerintah, kantor polisi, bank, kantor pajak, dan kantor registrasi kendaraan (Samsat) yang mendukung semua kegiatan masyarakat dan pemerintah di Kabupaten Gianyar.

Hal ini sejalan dengan arah pembangunan nasional Indonesia di bidang infrastruktur, di mana Pemerintah Indonesia berupaya meningkatkan aksesibilitas dan konektivitas di semua wilayah Indonesia, termasuk di daerah terpencil dan sulit dijangkau. Pengembangan infrastruktur yang terintegrasi dan berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Korpiyoni, 2021).

Layanan publik yang memadai dapat membantu pelaku bisnis kerajinan tangan untuk mengakses perizinan dan lisensi bisnis yang diperlukan, serta mempercepat proses administrasi dan penanganan dokumen terkait bisnis mereka. Selain itu, layanan publik yang efektif juga dapat membantu meningkatkan kualitas infrastruktur dan fasilitas di area kota kerajinan, seperti jalan, listrik, dan air bersih. Hal ini akan membuat pelaku bisnis kerajinan tangan merasa nyaman dan termotivasi untuk mengembangkan bisnis mereka, sehingga meningkatkan produktivitas dan daya saing industri kerajinan tangan. Data penelitian menunjukkan bahwa jalan, listrik, air bersih, dan infrastruktur pendukung lainnya di Kabupaten Gianyar sudah memadai. Dalam jangka panjang, layanan publik yang memadai juga dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi area kota kerajinan di mata publik. Korelasi layanan publik yang memadai sangat penting untuk optimalisasi kota kerajinan dan keberhasilan bisnis kerajinan tangan di area tersebut.

Indikator Prerequisite dalam City Branding Hexagon adalah indikator awal yang sangat penting untuk menilai potensi suatu kota dalam membangun citra yang baik. Indikator ini mencakup aspek kenyamanan, infrastruktur, dan layanan publik yang aktif. Ketiga aspek ini memainkan peran yang sangat penting dalam menarik minat publik untuk datang dan mengunjungi kota tersebut. Infrastruktur yang memadai dan kenyamanan kota akan memberikan kesan positif kepada pengunjung, sehingga mereka merasa nyaman tinggal lebih lama di kota tersebut. Layanan publik yang aktif juga akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung.

Korelasi antara indikator Prerequisite dengan indikator lain seperti Presence, Potential, dan Pulse sangat erat karena ketiga indikator tersebut memerlukan fondasi Prerequisite yang kuat agar dapat

berfungsi dengan baik. Misalnya, tanpa infrastruktur yang memadai, sulit bagi suatu kota untuk menarik minat investor atau pengusaha, yang berarti potensi ekonominya tidak dapat berkembang secara optimal. Oleh karena itu, Prerequisite menjadi fondasi penting dalam pengembangan city branding yang sukses.

Indikator Prerequisite dalam City Branding Hexagon sangat penting dalam mendukung citra suatu kota. Jika indikator ini memadai, akan memudahkan penduduk atau pengunjung untuk mengakses fasilitas publik dan transportasi di kota tersebut. Hal ini juga akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi penduduk dan pengunjung dalam aktivitas mereka di dalam kota. Namun, indikator ini juga perlu terus ditingkatkan agar dapat memenuhi tuntutan publik yang semakin kompleks dan beragam. Pemerintah harus terus meningkatkan infrastruktur kota, meningkatkan kualitas layanan publik, dan menambahkan fasilitas yang dapat memudahkan mobilitas publik. Dengan demikian, potensi kota akan meningkat dan dapat menarik pengunjung untuk datang dan berkunjung.

Dalam konteks pengembangan Gianyar sebagai kota kerajinan, kebijakan yang sesuai untuk dimasukkan dalam city branding septagon adalah kebijakan yang mendukung pengembangan industri kerajinan dan meningkatkan daya saing pengrajin di daerah tersebut. Kebijakan dapat didefinisikan sebagai rencana tindakan atau pernyataan yang diambil oleh pemerintah atau institusi lain untuk mencapai tujuan tertentu dalam menangani masalah atau situasi tertentu. Kebijakan ini biasanya terkait dengan regulasi atau pengelolaan sektor atau bidang tertentu, seperti ekonomi, sosial, budaya, atau lingkungan. Kebijakan juga dapat berupa peraturan, program, atau keputusan berdasarkan analisis dan evaluasi berbagai faktor yang mempengaruhi masalah atau situasi yang dihadapi (Prof. Dr. H. Solichin Abdul Wahab, 2012). Rekomendasi kebijakan berikut perlu diambil untuk memenuhi indikator kebijakan:

Meningkatkan akses pasar bagi pengrajin di Kabupaten Gianyar. Pemerintah dapat mengembangkan kerjasama dengan berbagai instansi terkait, baik domestik maupun internasional, untuk meningkatkan akses pasar bagi produk kerajinan Gianyar. Hal ini dapat dilakukan melalui skema benchmarking produk, acara internasional yang berkelanjutan, mengundang seniman asing untuk memberikan perbandingan produksi, serta festival dan pameran yang dapat diakses oleh semua pengrajin.

Memberikan perlindungan bagi warisan budaya lokal, terutama kerajinan tangan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum terhadap pembajakan dan pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam industri kerajinan. Hal ini dapat mendorong inovasi dan kreativitas bisnis kerajinan lokal serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Mendokumentasikan dan menginventarisasi kerajinan lokal, termasuk cara pembuatannya, bahan yang digunakan, dan nilai budaya yang terkait dengannya. Hal ini dapat membantu menjaga keberlanjutan budaya dan memfasilitasi upaya pengembangan dan promosi kerajinan lokal.

Memberikan bantuan modal kepada pengrajin kerajinan tangan agar mereka dapat meningkatkan infrastruktur, meningkatkan bahan baku, dan meningkatkan fasilitas produksi. Membentuk kemitraan antara pengrajin dan pihak lain, seperti instansi pemerintah, universitas, dan perusahaan swasta, untuk meningkatkan keberlanjutan produksi dan pemasaran.

Dengan menambahkan indikator kebijakan, akan ada dukungan kebijakan yang terkoordinasi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh Craft City Gianyar. Dalam hal ini, kebijakan yang diberikan dapat mencakup pelatihan keterampilan, bantuan modal, promosi produk, kemitraan, dukungan pemerintah dan pemangku kepentingan terkait, serta meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan akan nilai budaya dan ekonomi produk kerajinan tangan Bali. Dengan indikator kebijakan dalam City Branding Hexagon, Craft City Gianyar akan lebih terorganisir dan terintegrasi dalam upaya mengatasi masalah yang ada.

KESIMPULAN

Indikator presence dalam penelitian ini menunjukkan prestasi Kabupaten Gianyar seperti menjadi kota kerajinan dunia, lokasi syuting film Hollywood, dan menjadi tuan rumah acara dunia,

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Indexed:



termasuk Ubud dalam daftar 10 kota terbaik di dunia. Kolaborasi budaya dengan standar internasional yang tinggi, Kabupaten Gianyar mampu mendukung city branding sebagai kota kerajinan dunia. Selanjutnya adalah Place, tata ruang Kabupaten Gianyar dibagi menjadi 5 bagian sesuai dengan karakteristik masing-masing daerah. Bagian utara meliputi kecamatan Tegallalang, Payangan, dan Tampaksiring dengan kerajinan ukiran kayu dan tulang, serta menghadapi masalah seperti inovasi, pemasaran, modal, keselamatan kerja, sistem produksi, dll. Bagian selatan meliputi kecamatan Sukawati dan Blahbatuh dengan potensi di pasar seni, tenun, dan bambu, serta menghadapi masalah seperti pemasaran, bahan baku, inovasi produk, alat dan teknologi, dan sistem manajemen industri. Bagian timur berfungsi sebagai pusat pemerintahan dan rekreasi Kabupaten Gianyar, termasuk kecamatan Gianyar. Bagian barat meliputi area Ubud dengan ukiran kayu, patung, lukisan, dan atraksi budaya, menghadapi masalah seperti persaingan pasar dan kualitas produk. Terakhir, bagian tengah adalah area warisan budaya dengan objek wisata seperti Goa Gajah dan Gunung Kawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal fasilitas indikator place, sudah memadai, tetapi masih ada kendala internal dari para pengrajin yang tersebar di seluruh Kabupaten Gianyar. Selanjutnya, sebagai indikator potential, Pemerintah Kabupaten Gianyar telah mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Risiko. Peraturan ini membahas proses perizinan bisnis, termasuk pengembangan sistem perizinan berbasis online yang dapat diakses oleh pelaku usaha. Fasilitas perdagangan seperti kios, warung, toko, dan pasar tersebar di seluruh wilayah Gianyar. Pemerintah juga mengadakan job fair secara terus-menerus bagi pencari kerja. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Gianyar membuka akses kerjasama bisnis bagi pihak luar yang ingin bekerja sama, termasuk melalui waralaba. Indikator People, masyarakat Kabupaten Gianyar berinteraksi dengan seni seperti lukisan dan atraksi budaya. Wisatawan berpartisipasi dalam mengalami budaya Gianyar pada upacara Galungan dan Ngaben. Serayu Pot memberikan pengalaman kepada wisatawan untuk membuat kerajinan pot dan interaksi sesuai dengan konstruksi seni Kabupaten Gianyar. Indikator People mendukung upaya city branding untuk kota kerajinan dunia Kabupaten Gianyar. Terakhir, indikator Prerequisite bertujuan untuk meningkatkan fasilitas layanan di Kabupaten Gianyar dan membuatnya lebih nyaman bagi pengunjung untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kabupaten ini menawarkan berbagai fasilitas seperti kantor pemerintah, kantor polisi, kantor pos, penukaran uang, rumah sakit, puskesmas, tempat ibadah, dan pilihan akomodasi. Menurut penelitian terbaru, fasilitas terkait pemasaran produk untuk pengrajin lokal, termasuk pasar, infrastruktur jalan, listrik, dan pasokan air, sudah dalam kondisi baik. Dengan memenuhi persyaratan dasar ini, indikator Prerequisite telah berhasil mendukung upaya city branding Kabupaten Gianyar.

REFERENSI

- Asror, M. (2021). STUDI ANALISIS PROGRAM BIMBINGAN KONSELING KOMPREHENSIF BERBASIS ISLAM UNTUK MENINGKATKAN RESILIENSI SISWA. In Pamomong Journal of Islamic Educational Counseling (Vol. 1, Issue 1, p. 1). IAIN Salatiga. <https://doi.org/10.18326/pamomong.v1i1.1-13>
- Bagus, N. (2019). HUBUNGAN ANTARA PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DAN KEMAMPUAN USAHA MASYARAKAT. In REFORMASI (Vol. 9, Issue 2, p. 174). <https://doi.org/10.33366/rfr.v9i2.1542>
- Bormasa, M. (2023). Menggalang solidaritas sosial: pengaruh kepedulian sosial dalam mengatasi tantangan lingkungan di daerah rentan bencana (studi di kabupaten cianjur). Jurnal Pengabdian West Science, 2(6), 477-489. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i6.453>
- Choirunnisa, L., Purwaningsih, Y., & Prasetyani, D. (2022). Adaptasi nelayan pesisir kabupaten pacitan akibat perubahan iklim. Jurnal Wilayah Dan Lingkungan, 10(2), 166-181. <https://doi.org/10.14710/jwl.10.2.166-181>
- Dwinugraha, A. (2023). Rekomendasi kebijakan model pembelajaran pendidikan di kabupaten malang. Jurnal Ilmiah Tata Sejuta Stia Mataram, 9(1), 209-217. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v9i1.506>

- Elva, S. (2023). Collaborative governance for social protection policy in karimun regency. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(9), 1331-1341. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i9.718>
- Haley, J., Heeks, R., & Belle, J. (2021). Measuring resilience in marginalised urban communities: a south african township pilot study. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3821218>
- Handayani, L., & Aliyudin, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Pada Program Keluarga Harapan (PKH). In *Tamkin Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.15575/tamkin.v5i1.24164>
- Hulaifah (2022). Memposisikan pembangunan sosial sebagai mainstream penyelenggaraan pemerintahan di indonesia. *JISMA: J. Ilmu Sos. Manajemen, dan Akunt.*, 1(4), 627-638. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.209>
- Hulu, A. (2023). Studi inovasi strategi kebijakan percepatan pencapaian swasembada kedelai indonesia tahun 2035. *Matra Pembaruan*, 7(1), 13-23. <https://doi.org/10.21787/mp.7.1.2023.13-23>
- Islam, M., Chisty, M., Fuad, A., Rahman, M., Muhtasim, M., Dola, S., ... & Khan, N. (2022). Using arc-d toolkit for measuring community resilience to disasters. *Sustainability*, 14(3), 1758. <https://doi.org/10.3390/su14031758>
- Molla, T. and Pham, L. (2019). Editorial: capital, capability and educational justice. *Policy Futures in Education*, 17(5), 575-581. <https://doi.org/10.1177/1478210319837835>
- Muhdin (2019). Peran para pihak dalam mendukung percepatan perhutanan sosial. *Policy Brief Pertanian Kelautan Dan Biosains Tropika*, 1(1), 17-19. <https://doi.org/10.29244/agro-maritim.0101.17-19>
- Mustamin, M. (2023). Kepercayaan sosial online di pemerintah (analisis kebijakan pemerintah selama pandemi covid-19). *Journal Social Society*, 3(1), 32-38. <https://doi.org/10.54065/jss.3.1.2023.343>
- Najwa, Y. (2024). Analisis efektivitas program perlindungan sosial dalam meningkatkan kesejahteraan kelompok rentan di indonesia. *itimad*, 2(1), 1-20. <https://doi.org/10.35878/alitimad.v2i1.1131>
- Ndaumanu, F. (2020). Hak Penyandang Disabilitas: Antara Tanggung Jawab dan Pelaksanaan oleh Pemerintah Daerah. In *Jurnal HAM* (Vol. 11, Issue 1, p. 131). <https://doi.org/10.30641/ham.2020.11.131-150>
- Riyanto, M. (2023). Partisipasi masyarakat menuju negara kesejahteraan: memahami pentingnya peran aktif masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan bersama. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 5(2), 374-388. <https://doi.org/10.14710/jphi.v5i2.374-388>
- Sapuan, M. (2024). Implementasi kebijakan publik program percepatan infrastruktur kelurahan (pik). *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 3(2), 153-162. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v3i2.862>
- Vela-Jiménez, R. (2021). Do current measures of social exclusion depict the multidimensional challenges of marginalized urban areas? insights, gaps and future research. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 7993. <https://doi.org/10.3390/ijerph18157993>
- Wijayanti, I., Hartati, D., & Adham, M. J. I. (2022). Masalah Sosial Dalam Kumpulan Cerpen Riwayat Negeri Yang Haru Cerpen Kompas Pilihan 1980-1990. In *Jurnal Pendidikan Tambusai* (Vol. 6, Issue 3, p. 13616). Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4483>
- Wirmas, M. and Pramono, R. (2021). Untitled. *Jurnal Pembangunan Nagari*, 6(2), 130. <https://doi.org/10.30559/jpn.v6i2.254>
- Agung Gede Agung Indra Prathama, A. (2022). Hakekat Hukum Desa Adat Bali Sebagai Subjek Hukum Dalam Pengelolaan Pariwisata Budaya. *Jurnal Meta-Yuridis*, 5(2), 30-41. <https://doi.org/10.26877/m-y.v5i2.12854>
- Antari, N. P. I. S., & Anggraini, N. P. N. (2022). PENGARUH PROMOSI, SUASANA CAFE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HANGOUT ACOUSTIC CAFE GIANYAR. *Jurnal Emas*, Vol.3(9), 51-70.

- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Ayu, I., & Saskara, N. (2021). TERHADAP PRODUKSI INDUSTRI KERAJINAN PERAK DI GIANJAR I Putu Rama Pramana Semita 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia ABSTRAK Pembangunan merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan, yaitu berupa kegiatan. *E-JURNAL E*, 3855–3882.
- Darma, G. S., Putu, N., & Krismajayanti, A. (2020). Challenges and Strategies to Encourage Women to be Entrepreneurs in The Industrial Revolution Era. *Revenue*, 1(1), 9–16.
- Hidayat, W. (2022). Coffee Shop as Symbol Lifestyle of the Urban Community (Case Study on Customers of Coffee Shop in Makassar City). 11(2), 575–582. www.legal.isha.or.id/index.php/legal
- Korpiyoni, D. P. (2021). Pemanfaatan Infrastruktur Dan Ruang Pasca Pembangunan Infrastruktur Di Desa Kerta, Payangan, Gianyar. *PADURAKSA: Jurnal Teknik Sipil Universitas Warmadewa*, 10(2), 297–316. <https://doi.org/10.22225/pd.10.2.2895.297-316>
- Mahaardhika, I. M. (2021). Meningkatkan Interaksi Sosial Melalui Permainan Tradisional Bali. *Widyadari*, 22(1), 159–168. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4661271>
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM ? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS How Does QRIS Attract Msmes ? A Model To Understand The Intentions Of Smes Using QRIS. *Forum EKonomi*, 23(4), 735–747.
- Maranisya, U., & Sutanto, S. (2022). Efektivitas Metaverse Tourism Sebagai Sarana Promosi Wisata Alam Hiu Paus Di Taman Nasional Teluk Cenderawasih. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2811–2820. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i3>
- Nabilah Wahyu Utami, Sheila Sherviana, Istijanto, B. R. Y. (2020). Pengaruh Emosi Wisatawan terhadap Citra Kognitif dan Afektif dalam Wisata Yoga di Bali. *Kajian Branding Indonesia*, 2(2), 201–229. <https://doi.org/10.21632/kbi.2.2.201-229>
- Nurita, W., Ayu, I. D., & Maharani, D. (2022). The Local Wisdom ‘ Tri Hita Karana ’ Implementation for Sustainable Tourism. 3(01), 76–83.
- Prima wahyudi, Ismandianto, Yasir, & Suyanto. (2021). Strategi Komunikasi “City Branding” Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Jurnal Niara*, 14(3), 157–167. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.6357>
- Rahmasari, I., & Parameswari, P. (2020). Strategi Pemerintah Indonesia untuk Memperoleh Pengakuan UNESCO sebagai UNESCO Global Geopark Studi Kasus: Kawasan Gunung Rinjani 2013-2018. *Balcony: Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy*, 4(2), 184–194. <https://jom.fisip.budiluhur.ac.id/index.php/balcony/article/view/229>
- Remawa, A. A. G. R., Muka, D. I. K., Udayana, A. A. G. B., Bagus, I., Trinawindu, K., Suparta, I. M., Laba, I. N., & Suardana, I. W. (2019). *Buku Branding World Craft City*.
- Sayoko, J., & Wikantiyoso, R. (2019). Kajian Citra Kota Dalam Branding City Beautiful Malang. *Mintakat: Jurnal Arsitektur*, 20(1). <https://doi.org/10.26905/mj.v20i1.3796>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyudi, L., Sarjiyanto, S., & Suryanadi, P. (2019). Analisis City Branding Kabupaten Sukoharjo Sebagai Kota Jamu: Pendekatan Persepsi Brand Box Model. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 14–27. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2>