

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kreativitas merupakan satu diantara bentuk kapasitas individu dan kelompok dalam memproduksi atau membuat sesuatu untuk melakukan transformasi di lingkungan mereka (Glaveanu, 2017, pp. 27-28). Bentuk yang dihasilkan dari kapasitas tersebut dapat menghidupkan bakat, pengetahuan dan inovasi (Kiráľová, 2017, p. 67). Transformasi pun bisa terjadi karena adanya kreativitas yang dapat meningkatkan kualitas hidup dari fasilitas komunitas yang baik, aktivitas budaya, potensi fasilitas untuk rekreasi dan kemungkinan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas penting dalam mendukung pengembangan pariwisata. (Jarábková (2012), p. 7). Pentingnya meningkatkan kreativitas sebagai salah satu aspek strategis untuk pembangunan pariwisata juga didukung oleh program UNESCO yaitu UNESCO Creative Cities Network (UCCN) atau Jejaring Kota atau Kabupaten Kreatif UNESCO (UNESCO, 2017). Beberapa kota di Indonesia telah didapuk menjadi kota kreatif, salah satunya adalah Kota Bandung.

Kota Bandung memiliki sejarah panjang sebagai kota kreatif, yang dimulai sejak tahun 2008 dengan berdirinya Bandung Creative City Forum (BCCF) hingga yang paling baru yaitu *Youth Innovation Fest* pada Juni 2022. Banyak program yang telah berjalan dalam rangka meningkatkan kreativitas di Kota Bandung. Salah satu di antaranya adalah program “Kampung Kreatif” yang diformulasikan untuk pemberdayaan kreativitas warga kampung urban di Kota Bandung yang dicanangkan pada *event* Bandung *Creative: Road to Kampung Kreatif* pada tahun 2012 (Pikiran Rakyat, 2012). Penetapan kampung-kampung yang ada di kota Bandung sebagai daya tarik wisata kampung kreatif diharapkan dapat memberikan dampak yang positif terhadap pengembangan kampung tersebut (Pikiran Rakyat, 2012).

Selain pembuatan program-program yang terkait dengan kreativitas, kota Bandung juga memiliki misi untuk mewujudkan Kota Bandung nyaman

dengan infrastruktur dan tata ruang kota yang berkualitas dan berwawasan lingkungan (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bandung Tahun 2018-2023). Misi ini sejalan dengan tren wisatawan saat ini yang lebih memilih pelayanan dan kegiatan wisata yang berkelanjutan, *eco-friendly* serta berdampak rendah terhadap lingkungan dan budaya (Ecotourism Outlook, 2019). Implementasi daya tarik yang berwawasan lingkungan ini besar manfaatnya dalam mengurangi polusi, menjaga karakteristik natural yang dimiliki suatu daerah, meningkatkan kualitas hidup serta kontribusi ekonomi masyarakat lokal (Ibnou-Laaroussi, Rjoub, & Wong, 2020, p. 2). Kota Bandung memiliki urgensi besar dalam melakukan pengembangan yang berwawasan lingkungan, termasuk pariwisata di dalamnya. Pembangunan berwawasan lingkungan ini diharapkan mampu menjadi pemecahan masalah yang dihadapi Kota Bandung, terutama dalam pengelolaan sampah, mengingat Kota Bandung sendiri menghasilkan 1500 ton sampah per harinya (Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Bandung, 2022)

Di antara kampung kreatif yang berwawasan lingkungan di Kota Bandung adalah Kampung Cibunut. Kampung Cibunut didapuk sebagai Kampung Kreatif Cibunut yang berwawasan lingkungan pada 27 November 2017. Berdasarkan hasil pra-survey yang telah dilakukan sebelumnya, masyarakat Kampung Cibunut terbiasa hidup dengan memilah sampah rumah tangga sebagai bentuk dukungan untuk Kota Bandung dalam mengurangi sampah. Kreativitas dan pengetahuan yang dimiliki masyarakat Kampung Cibunut dalam kesehariannya memilah sampah ini menjadi sebuah daya tarik yang mengundang pengunjung untuk datang ke Kampung Cibunut. Pengunjung yang datang dapat melihat bagaimana proses pemilahan, pengolahan sampah organik dan anorganik, serta turut ikut serta dalam memilah sampah yang ada di sana. Kampung Cibunut menata perumahan-perumahan warga dengan mewarnainya dan memberikan tema pada setiap RT sehingga Kampung Cibunut terlihat indah dan tertata.

Akan tetapi, berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa Kampung Cibunut belum mendeklarasikan kampungnya secara resmi menjadi daya tarik wisata, tetapi terbuka pada kesempatan untuk

mengembangkan diri menjadi suatu daya tarik wisata jika memang memiliki potensi. Kreativitas masyarakat di Kampung Cibunut ini sudah termasuk dalam potensi daya tarik wisata karena sudah terdapat aktivitas yang melibatkan wisatawan di sana.

Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk menggali potensi produk wisata yang dimiliki oleh Kampung Cibunut dengan menggunakan teori *The System Model of Creativity* oleh Mihaly Csikszentmihalyi (2014) yang terdiri atas ranah (*the domains*), pelaku (*the persons*), dan “jaringan ahli” (*the fields*). *The System Model of Creativity* merupakan suatu model yang menggunakan pendekatan sistem untuk menggali suatu fenomena studi kreativitas (Csikszentmihalyi, 2014, p. 210)

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul *Kreativitas Masyarakat Sebagai Potensi Produk Wisata di Kampung Cibunut Kota Bandung*.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan dalam menggali kreativitas masyarakat di Kampung Cibunut sebagai potensi untuk mengembangkan produk wisata yang ada di sana. Dalam menggali kreativitas tersebut, peneliti menggunakan 3 aspek dalam *The System Model of Creativity* oleh Mihaly Csikszentmihalyi pada tahun 2014 yakni:

1. Bagaimana ranah (*the domain*) pada kreativitas masyarakat di Kampung Cibunut?
2. Bagaimana pelaku (*the persons*) pada kreativitas masyarakat di Kampung Cibunut?
3. Bagaimana “jaringan ahli” (*the fields*) pada kreativitas masyarakat di Kampung Cibunut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan identifikasi potensi untuk pengembangan produk wisata dengan menggali kreativitas masyarakat di

Kampung Cibunut yang terdiri atas aspek ranah (*the domain*), pelaku (*the persons*) dan “jaringan ahli” (*the fields*).

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang peneliti hadapi dalam melakukan penelitian ini adalah kondisi aktual dari Kampung Cibunut tidak dapat tergali secara maksimal karena adanya pandemi Covid-19 dan minimnya hasil studi yang menggunakan *The System Model of Creativity*. Untuk analisis SWOT yang digunakan dilakukan pembatasan hanya sampai dengan mengidentifikasi aspek SWOT dan tidak sampai pada pembuatan kuadran karena tujuan dari penelitian ini hanya untuk menggali potensi produk wisata.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menggali kreativitas yang ada di masyarakat sebagai potensi untuk mengembangkan pariwisata di Kampung Cibunut dan menjadi bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya yang akan dilakukan di masa yang akan datang.
2. Secara praktis diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa suatu sumbangan pikiran berupa identifikasi potensi produk wisata dengan menggali kreativitas masyarakat agar dapat mengembangkan suatu konsep pariwisata yang dapat diterapkan di Kampung Cibunut.