

# **FESTIVAL SENI, IDENTITAS BUDAYA, DAN *CITY BRANDING*: UPAYA PENINGKATAN EKONOMI DAN PARIWISATA BERBASIS BUDAYA LOKAL DI KOTA BANDUNG**

**Neneng Yanti Khozanatu Lahpan,  
Bagas Dwipantara Putra,  
Iip Sarip Hidayana**

## **PENDAHULUAN**

### **Bandung sebagai Kota Kreatif**

Bandung mempunyai posisi penting sebagai ibu kota Jawa Barat dan sebagai kota penyangga Jakarta sebagai ibu kota Indonesia. Didominasi oleh budaya urban, Bandung mempunyai ciri khas sebagai kota kreatif. Modernitas dan tradisi telah terjalin secara intensif di kota ini sehingga menjadikannya tempat yang menarik untuk menegosiasikan identitas budaya. Bandung mempunyai sejarah panjang sebagai pusat kreativitas dan seni. Kota ini memiliki ekspresi seni modern yang kaya dan sekaligus budaya tradisional yang masih terjaga. Sebagai kota seni dan budaya, Bandung telah lama dikenal dengan artis dan musisi ternama, mulai dari musik indie hingga *outlet fashion* independen yang berkembang sejak tahun 1970-an. Pada tahun 2008, Ridwan Kamil saat menjabat Walikota Bandung membentuk Bandung Creative City Forum untuk mendukung industri kreatif. Upayanya untuk mewujudkan Bandung sebagai “kota kreatif” dilakukan melalui beberapa festival kreatif. Selain itu, sejak tahun 2015, Bandung juga telah menjadi bagian dari UNESCO Creative Cities Network (Kim, 2017).

Kegiatan seni budaya di Bandung tercatat sejak R.A.A. Wiranatakusumah V pada tahun 1920-an saat menjabat sebagai Walikota Bandung, disusul oleh Koko Koswara (Mang Koko), Daeng Sutigna, Udjo Ngalagena, dan generasi berikutnya adalah Keluarga Bimbo yang terdiri dari Sam, Jaka, Acil dan Iin Parlina, Hary Roesli, Dwiki Darmawan, Elfa's, Purwacaraka, Indra Lesmana, Gilang Ramadan, dan lain sebagainya yang sebagian besar mengawali karir bermusiknya di Bandung. Tak hanya di bidang musik, beberapa seniman ternama pun lahir dan tinggal di kota ini, antara lain Rahman Sabur (Teater Payung Hitam), Iman Soleh (Celah-celah Langit), dari seni rupa ada Sunaryo bersama Selasar Sunaryonya, Tisna Sanjaya, dan Nyoman Nuarta juga membuka bengkel instalasi patungnya di kota tersebut. Sedangkan untuk tari, Raden Tjetje Soemantri, Enoch Atmadibrata, Tati Saleh, Gugum Gumbira, Irawati Durban Ardjo, Indrawati Lukman, serta generasi sekarang Mas Nanu Muda, Alfiyanto, Lena Guslina, Mira Tedjaningrum, Oos Koswara dan masih banyak lagi (Wawancara Deden Buleng, 2023).

Sejak adanya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, pemerintah Indonesia telah merumuskan kembali politik kebudayaannya dengan membuat sejumlah instrumen peraturan, seperti PPKD (Pokok-pokok Pikiran Budaya) di tingkat provinsi dan kota/kabupaten, dilakukan pendataan sepuluh objek pemajuan kebudayaan, indeks pemajuan kebudayaan, dan lain-lain. Dalam UU tersebut, pemerintah merumuskan empat Langkah strategis dalam memajukan kebudayaan, yakni pelindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan. Pemerintah daerah pun tampak berperan lebih aktif dengan melakukan sejumlah program yang mengacu pada empat langkah strategis tersebut. Sebagai salah satu upaya pemanfaatan adalah dengan mengembangkan seni budaya lokal yang ada untuk peningkatan ekonomi masyarakat. Salah satunya adalah menjadikan seni budaya sebagai bagian dari atraksi pariwisata yang kini menjadi program andalan pemerintah yang didorong untuk meningkatkan sektor perekonomian melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Tidak hanya sebagai bentuk pemanfaatan, atraksi seni budaya untuk pariwisata juga sekaligus dapat menjadi bentuk pengembangan karena umumnya dikemas sedemikian rupa agar menarik bagi Masyarakat umum.

Festival seni menjadi ciri khas kehidupan seni dan budaya di Kota Bandung. Selain festival yang diprakarsai oleh masyarakat, Pemkot Bandung juga setiap tahunnya mempunyai kalender acara untuk berbagai kegiatan festival. Pada tahun 2024, berdasarkan hasil kurasi terdapat 44 *event*. Di antaranya ada beberapa festival besar yang diselenggarakan oleh pemerintah seperti Festival Asia Afrika, dan ada pula yang diselenggarakan secara mandiri oleh komunitas/kelompok masyarakat seperti *Bandung Arts Festival*. Kedua festival ini dihadiri banyak penonton dan mendapat banyak perhatian masyarakat, keduanya juga memiliki ciri khas yang berbeda. Tulisan ini bertujuan untuk memotret bagaimana festival seni dapat berpotensi menjadi salah satu ‘*city branding*’ di Kota Bandung.

## **Konsep Festival Seni**

Festival seni sebagai sebuah fenomena sosial-budaya, memiliki karakteristik multidimensional yang kompleks. Allen (2000) menekankan dimensi ekonomi dari festival seni megejutkan bahwa “*Festivals mean business.*” Pernyataan ini menggarisbawahi

signifikansi festival seni sebagai katalis pertumbuhan ekonomi dan pembangunan industri kreatif. Namun, hal ini juga mereduksi festival seni menjadi sekadar instrumen ekonomi akan mengabaikan aspek-aspek kultural yang lebih mendalam. Quinn (2019) memperluas pemahaman kita dengan mengemukakan bahwa "*Arts festivals offer possibilities for crystallising, galvanising and articulating local identities.*" Perspektif ini menyoroti peran festival seni sebagai medium artikulasi dan negosiasi identitas lokal. Dalam konteks ini, festival seni berfungsi sebagai ruang liminal di mana komunitas dapat merefleksikan, merayakan, dan bahkan merekonstruksi narasi identitas mereka.

Getz & Page (2019) mendefinisikan festival sebagai "*themed, public celebrations.*" Definisi ini, meskipun singkat, menekankan aspek tematik dan sifat publik dari festival. Sementara itu, Giorgi, Sassatelli, & Delanty (2011) memposisikan festival seni dalam kerangka yang lebih luas sebagai ekspresi "*public culture,*" menegaskan bahwa semua budaya pada dasarnya bersifat publik dan makna-maknanya diproduksi serta direproduksi melalui interaksi sosial.

### **Konsep *City Branding***

Kavaratzis (2004) berpendapat bahwa *city branding* menjadi dasar pengembangan kebijakan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi, dan pada saat yang bersamaan *city branding* juga berfungsi sebagai sarana untuk masyarakat yang dapat meningkatkan rasa berkepemilikan terhadap kota mereka dan membantu masyarakat merasa terhubung dengan kota mereka. Menurut Kavaratzis, *city branding* dipahami sebagai sarana untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam rangka meningkatkan investasi dan pariwisata, dan juga untuk mencapai pengembangan masyarakat, memperkuat identitas lokal dan identifikasi warga dengan kota mereka dan mengaktifkan semua kekuatan sosial untuk menghindari pengucilan dan keresahan sosial (dalam Kasapi & Cela, 2017). Dengan demikian, *city branding* merupakan upaya pembangunan merek sebuah kawasan untuk tujuan tertentu seperti pariwisata maupun investor dengan tujuan akhir terbentuknya pencitraan kota sesuai dengan falsafah yang telah dirumuskan dalam visi dan misi kota (Romli & Romli, 2020).

Miller Merrilees dan Herington berpendapat bahwa *city branding* adalah tentang tata cara berkomunikasi yang tepat untuk membangun merek kota, daerah, masyarakat yang tinggal di dalamnya berdasarkan pasar entitas mereka (dalam Megantari, 2019). Hal tersebut didukung dengan pendapat Mihardja yang menyatakan *city branding* dapat didefinisikan sebagai jaringan asosiasi dalam benak konsumen, berdasarkan ekspresi visual, verbal, dan perilaku dari suatu tempat yang diwujudkan melalui tujuan, nilai-nilai, dan budaya umum para pemangku kepentingan (Romli & Romli, 2020).

Menurut Simon Anholt, *city branding* adalah upaya pemerintah untuk menciptakan identitas tempat, wilayah, kemudian memperromosikannya kepada publik, baik publik internal maupun publik eksternal (dalam Megantari, 2019). Hankinson juga berpendapat *city branding* juga berkaitan erat dengan faktor pemimpinan kepala daerah, budaya organisasi yang berorientasi pada merek, koordinasi departemen yang berbeda akan mempengaruhi citra merek yang dipromosikan (dalam Megantari, 2018).

Dalam pengukuran efektivitas *city branding* terdapat enam aspek yang dikemukakan oleh Simon Anholt (dalam Árpád Papp-Váry, 2011) yang disebut sebagai *Branding Hexagon*. Enam aspek tersebut meliputi:

1. *Presence* (kehadiran)

*Presence* menunjukkan status dan kedudukan kota di mata dunia internasional dan seberapa jauh kota tersebut diketahui oleh masyarakat dunia.

2. *Place* (tempat)

Bagaimana persepsi masyarakat terhadap aspek fisik kota seperti bagaimana iklim dari kota tersebut, bagaimana kebersihan lingkungannya dan seberapa menarik bangunan-bangunan di kota tersebut, dan sebagainya

3. *Potential* (potensial)

Pengukuran persepsi dari sisi peluang ekonomi dan pendidikan di dalam kota, seperti seberapa mudah kemungkinan untuk mendapatkan pekerjaan, apakah kota tersebut tempat yang bagus untuk melakukan bisnis, atau apakah di kota tersebut bagus untuk mendapatkan pendidikan tinggi, dan sebagainya

4. *People* (orang)

Penilaian terhadap apakah penduduk kota ramah, apakah orang yang akan berkunjung merasa aman berada di dalam kota tersebut, apakah orang yang akan berkunjung mudah beradaptasi dengan masyarakat terutama dalam bahasa dan budaya

5. *Pulse* (semangat)

Pengukuran terhadap persepsi apakah ada hal menarik yang bisa dilakukan pada jam kosong, apakah publik dapat dengan mudah menemukan hal-hal baru yang menarik sebagai pengunjung atau penduduk kota tersebut.

6. *Prerequisite* (prasyarat)

Menentukan bagaimana masyarakat memandang kualitas dasar kota apakah memuaskan, terjangkau, dan akomodatif, serta standar fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit, transportasi, dan fasilitas olahraga.

## ISI

### **Kebijakan Pengembangan Kota di Bandung**

Konsep pengembangan kota di Bandung melibatkan berbagai aspek untuk menjadikan kota ini lebih terstruktur, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Berdasarkan keterangan Hendra Feryanto dari Bappelitbangda Kota Bandung (wawancara tanggal 19 Juli 2024) berikut beberapa konsep utama yang diterapkan:

- a. **Smart City:** Bandung sedang mengembangkan infrastruktur digital untuk meningkatkan efisiensi pelayanan publik, termasuk transportasi, kesehatan, pendidikan, dan keamanan.
- b. **Green City:** Bandung berfokus pada pelestarian lingkungan dengan meningkatkan ruang terbuka hijau, mengelola limbah dengan lebih efektif, dan mengurangi emisi karbon melalui program transportasi berkelanjutan.
- c. **Transit-Oriented Development (TOD):** Mengembangkan kawasan yang berorientasi pada transportasi publik untuk mengurangi kemacetan dan meningkatkan mobilitas masyarakat.
- d. **Revitalisasi Kawasan Heritage:** Melestarikan dan mengembangkan kawasan bersejarah untuk menarik wisatawan sekaligus menjaga warisan budaya kota.

- e. **Pembangunan Berbasis Komunitas:** Mengikutsertakan warga dalam proses perencanaan dan pembangunan untuk memastikan kebutuhan dan aspirasi mereka terakomodasi.
- f. **Infrastruktur Berkelanjutan:** Pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan, bangunan hemat energi, dan pengelolaan air yang efisien.
- g. **Pengembangan Ekonomi Kreatif:** Mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar utama perekonomian kota, mengingat Bandung dikenal dengan inovasi dan kreativitas masyarakatnya. Langkah-langkah ini bertujuan untuk menjadikan Bandung kota yang modern namun tetap menjaga identitas lokal dan kelestarian lingkungan.

Pengembangan Bandung dengan pendekatan komprehensif sangat selaras dengan kebutuhan kota modern yang ramah lingkungan, efisien, dan berkelanjutan. Keberadaan TOD membantu memperbaiki mobilitas warga, sementara konsep *green city* dan *smart city* memperkuat daya saing kota di masa depan. Pendekatan berbasis komunitas juga memastikan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan kota, sehingga mereka merasa lebih memiliki.

Pada tahun 2018, Pemerintah Kota Bandung mengeluarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1470 Tahun 2018 tentang **Rencana Induk Bandung Kota Cerdas**. Kota Bandung telah lama dikenal dengan berbagai identitasnya seperti "Kota Kreatif" dan "Kota Kembang". Upaya untuk membangun identitas kota ini telah terlihat dalam berbagai inisiatif seperti promosi pariwisata, pengembangan seni dan budaya, serta dukungan terhadap industri kreatif. Peraturan Walikota Bandung Nomor 1470 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Bandung Kota Cerdas menunjukkan adanya komitmen pemerintah kota untuk mengintegrasikan konsep *smart city* ke dalam perencanaan pembangunan kota.

*City branding* Kota Bandung menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan keseimbangan antara identitas budaya dan inovasi digital. *Branding* ini harus lebih dari sekadar label, tetapi harus mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi yang mendalam. Bandung dikenal dengan sektor kreatifnya, namun dukungan terhadap

pelaku industri kreatif terkadang masih kurang terstruktur, sehingga mereka tidak selalu mendapatkan ruang optimal untuk berkembang.

Bandung juga telah dikenal dengan identitas kota yang khas. Bandung, yang sering disebut sebagai "Paris van Java", memiliki banyak identitas lokal yang khas. Berikut beberapa di antaranya:

- a. **Arsitektur Art Deco:** Bandung dikenal dengan bangunan-bangunan bergaya Art Deco yang menghiasi pusat kota. Gaya arsitektur ini memberikan ciri khas tersendiri dan membuat Bandung memiliki pesona yang unik.
- b. **Kuliner Sunda:** Kota ini terkenal dengan masakan Sunda yang lezat, seperti nasi timbel, pepes, dan sate maranggi. Kuliner-kuliner ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung.
- c. **Kafe dan Factory Outlet:** Bandung adalah surga bagi para pecinta belanja, terutama di daerah seperti Dago dan Setiabudi yang dipenuhi dengan kafe-kafe yang menarik dan *factory outlet* yang menawarkan berbagai produk fashion dengan harga terjangkau.
- d. **Keragaman Etnis:** Bandung memiliki beragam etnis dan budaya yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari, seni, dan tradisi lokal. Hal ini menciptakan suasana yang multikultural dan menarik.
- e. **Alam dan Cuaca:** Terletak di dataran tinggi, Bandung dikelilingi oleh pegunungan yang indah dan memiliki udara yang sejuk. Hal ini menjadikan Bandung tujuan wisata yang populer bagi mereka yang ingin melarikan diri dari panasnya kota besar.
- f. **Pendidikan dan Kreativitas:** Sebagai kota pendidikan, Bandung juga merupakan pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia. Terdapat banyak perguruan tinggi dan lembaga pendidikan seni yang berkontribusi terhadap perkembangan seni dan budaya di kota ini.

Kombinasi dari faktor-faktor ini menjadikan Bandung memiliki identitas lokal yang kuat dan menarik bagi para pengunjung, baik dari dalam maupun luar negeri. Bandung memiliki kekuatan budaya yang unik, tetapi tantangan terbesar adalah mempertahankan daya tarik

tradisional di tengah modernisasi yang cepat. Faktor penting yang kurang diperhatikan adalah bagaimana memastikan bahwa identitas budaya ini tidak tergerus oleh gempuran globalisasi. Upaya melestarikan identitas budaya harus lebih dari sekedar memanfaatkan aset budaya untuk pariwisata, tetapi juga dengan membangun kesadaran mendalam di kalangan warga lokal, terutama generasi muda.

## **Bandung dan City Branding**

### **1) Bandung sebagai Smart City**

Bappelitbangda Kota Bandung menjelaskan bahwa Kota Bandung memiliki konsep *Smart City* sebagai *city branding*. Di dalam konsep ini terdapat 6 dimensi *Smart City*, yaitu *Smart Environment*, *Smart Economy*, *Smart Branding*, *Smart Governance*, *Smart Society*, dan *Smart Living*. Untuk mendukung implementasi *Bandung Smart City*, Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) telah menyebarkan internet gratis sampai tingkat rukun warga (RW). Layanan ini dipasang di sejumlah balai RW, masjid besar kecamatan, serta di taman-taman yang tersebar di Kota Bandung.

Pemerintah Kota Bandung juga mendorong penggunaan tanda tangan digital bagi seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) ataupun kewilayahan agar proses penandatanganan untuk keperluan surat ataupun pengadministrasian lebih efektif dan efisien. Selain itu, penggunaan aplikasi dalam memberikan layanan juga dilakukan dengan memaksimalkan pelayanan. Beberapa jenis pelayanan tersebut antara lain layanan kependudukan, perizinan, dan perpajakan. Dalam mewujudkan *smart government* dengan pemerintahan yang mampu meningkatkan prinsip transparansi dan akuntabel serta bebas dari praktik KKN. Upaya lainnya yang dilakukan Pemerintah Kota Bandung, yakni menyediakan suatu platform yang dinamakan "Sadayana", aplikasi yang mencakup semua aplikasi yang dimaksudkan untuk memudahkan masyarakat. Akses informasi yang luas ini telah meningkatkan peluang masyarakat dalam meningkatkan aktivitas perekonomian dengan biaya operasional yang lebih murah. Melalui penerapan *smart economy*, Kota Bandung telah memperoleh penghargaan salah satunya dalam Indonesia Digital Economy Award kategori kota pada tahun 2016.

Dalam penerapan *smart living*, Pemkot Bandung telah menerapkan **GPS** (Gerakan Pungut Sampah) dan **Bebersih Bandung** guna mewujudkan terciptanya lingkungan yang bersih, indah, dan nyaman. Hadir pula inovasi lain, seperti **Buruan SAE** yang memanfaatkan lahan kosong di rumah, bahkan di perkantoran, untuk dijadikan lahan menanam kebutuhan pokok sehari-hari. Tak hanya itu, ada juga **Kang Pisman** (Kurangi Pisahkan dan Manfaatkan) menjadi program unggulan dan semua masyarakat mampu menerapkannya. Salah satunya dengan memilah sampah mulai dari sumbernya. Masyarakat Kota Bandung ikut berperan aktif dalam membangun Kota Bandung mulai dari perencanaan kota melalui Musrembang Elektronik, serta pengaduan dan aspirasi masyarakat melalui aplikasi **Lapor!**

Berbagai program dan inovasi yang telah dilakukan Pemkot Bandung untuk membangun *Bandung Smart City*, Kota Bandung berhasil meraih indeks *smart city* tertinggi di Indonesia pada 2021 dengan angka 3,71. Kota Bandung tampil sebagai kota terbaik dari 100 Smart City di Indonesia. Hasil ini didapat berdasarkan hasil evaluasi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemenkominfo RI). Dari 100 *smart city*, Kota Bandung meraih skor akhir 3,71 dengan tingkat *improvement* 0,37. Tahun 2022, Pemkot Bandung menerima penghargaan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai Terbaik Kategori Smart Governance Gerakan Menuju Smart City dalam dimensi *Smart City*. Penghargaan tersebut merupakan apresiasi terhadap upaya Pemkot Bandung yang telah melaksanakan tata kelola Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) yang terintegrasi di Kota Bandung. *Smart governance*, meliputi pengelolaan aplikasi, pengelolaan infrastruktur, pengelolaan Sumber Daya Manusia dan pengelolaan data yang terintegrasi dan bermanfaat bagi masyarakat, di Kota Bandung 4 hal tersebut yang dilakukan terus menerus agar e-government berjalan dengan baik dan bisa dilaksanakan dengan biaya yang murah yang mengacu pada pengelolaan SPBE. Dengan *smart governance* tersebut dapat membuat layanan pemerintah kota Bandung lebih transparan. Konsep *smart city* Bandung merupakan upaya yang baik, tetapi masih ada kekhawatiran terkait ketimpangan digital dan kesenjangan dalam akses layanan. Implementasi internet gratis dan layanan digital seringkali tidak mencapai wilayah yang lebih terpencil atau kelompok

yang kurang mampu, yang dapat memperdalam kesenjangan sosial. Program ini harus dipastikan inklusif agar tidak hanya menguntungkan kalangan terdidik dan menengah ke atas.

## 2) Tantangan dalam penetapan *City Branding (Bandung Smart City)*

Menurut Bappelitbangda Kota Bandung, beberapa kendala atau tantangan yang dihadapi oleh Kota Bandung dalam mewujudkan konsep *smart city*, antara lain:

- a. Infrastruktur Teknologi yang Tidak Merata: Tidak semua area di Kota Bandung memiliki infrastruktur teknologi yang memadai untuk mendukung konsep *smart city*, seperti akses internet yang cepat dan luas.
- b. Anggaran dan Investasi: Implementasi teknologi *smart city* memerlukan investasi besar baik untuk pengembangan infrastruktur maupun sistem informasi. Kendala anggaran sering menjadi hambatan dalam mewujudkan ini.
- c. Keamanan Data: Penyediaan layanan *smart city* yang melibatkan pengumpulan dan analisis data warga memerlukan perlindungan yang ketat terhadap privasi dan keamanan data.
- d. Kesadaran dan Penerimaan Masyarakat: Tantangan dalam mengedukasi masyarakat tentang manfaat dari konsep *smart city* serta mendapatkan dukungan penuh dari mereka untuk berpartisipasi aktif dalam penggunaan teknologi ini.
- e. Regulasi dan Kebijakan: Diperlukan regulasi yang mendukung implementasi teknologi *smart city* agar tidak bertentangan dengan kepentingan umum dan privasi individu.
- f. Kesiapan Sumber Daya Manusia: Tantangan dalam menciptakan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dan pengetahuan yang memadai untuk mengelola dan memanfaatkan teknologi *smart city* secara efektif.
- g. Ketergantungan pada Teknologi: Adanya potensi ketergantungan berlebihan pada teknologi dapat mengakibatkan kerentanan terhadap gangguan teknis atau keamanan yang dapat mengganggu operasional kota.

- h. Integrasi Sistem: Mengintegrasikan berbagai sistem dan layanan dalam lingkup *smart city* untuk menciptakan ekosistem yang koheren dan efisien.
- i. Sosialisasi dan Edukasi: Perlu adanya upaya sosialisasi dan edukasi secara berkelanjutan kepada masyarakat tentang manfaat dan cara memanfaatkan teknologi *smart city*.
- j. Kerjasama antar Stakeholder: Dibutuhkan kerjasama yang baik antara pemerintah daerah, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat dalam mengembangkan dan menjalankan inisiatif *smart city*.

Dengan mengatasi kendala-kendala ini secara bertahap, Kota Bandung dapat meningkatkan kemampuan untuk menjadi kota yang lebih cerdas dan berkelanjutan di masa depan. Tantangan terbesar *smart city* adalah kemampuan pemerintah untuk menjembatani kesenjangan teknologi antara pusat dan pinggiran kota. Masalah keamanan data juga menjadi kekhawatiran utama, mengingat pengumpulan data dalam jumlah besar rentan terhadap penyalahgunaan. Kebutuhan akan SDM yang mampu mengelola teknologi ini juga belum sepenuhnya terpenuhi, sehingga perlu ada fokus pada pengembangan kapabilitas SDM lokal yang lebih intensif.

## **Festival di Kota Bandung**

### **1) Jenis-jenis Festival**

Kota Bandung dikenal dengan berbagai macam festival yang diadakan sepanjang tahun. Pada tahun 2024, terdapat sekitar 44 event yang direncanakan oleh Pemerintah Kota Bandung untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Berikut beberapa jenis festival yang akan diadakan:

#### **A. Festival Seni dan Budaya:**

- [1] Bandung Arts Festival (Juli)
- [2] Bandung Art Month (Agustus)
- [3] Asia Afrika Festival (Mei)
- [4] Bandung Orchestra Festival (Juni)
- [5] The Papandayan Jazz Festival (Oktober)

**B. Festival Kuliner:**

- [1] Festival Bakso Juara (Maret)
- [2] Bandung International Food & Hotel Expo (Mei)
- [3] Festival Kolaborasi Kuliner & Kebudayaan Kota Bandung (Oktober)

**C. Festival Musik:**

- [1] Playlist Live Festival (Oktober)
- [2] Tau Tau Festival (Mei)

**D. Festival Olahraga dan Rekreasi:**

- [1] Lomba Kereta Peti Sabun (Agustus)
- [2] BMX Day (Juli)

**E. Festival Fashion dan Lifestyle:**

- [1] Trade Mark Market (Maret)
- [2] Indonesia Hijab Fest (Oktober)

Selain itu, ada juga berbagai acara lain, seperti Baby n Kids Expo, Bandung Photography Month, dan Bandung Great Sale (Mapay Bandung). Dengan keberagaman ini, Bandung berharap dapat terus menjadi destinasi wisata unggulan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pariwisata dan investasi sektor jasa. Kota Bandung menawarkan berbagai jenis festival yang meliputi seni, budaya, kuliner, musik, olahraga, fashion, dan lifestyle. Ini mencerminkan strategi diversifikasi untuk menarik berbagai segmen pengunjung. Dengan adanya 44 event yang direncanakan, Bandung menunjukkan upaya yang konsisten dalam mempromosikan dirinya sebagai destinasi wisata sepanjang tahun. Keberagaman festival bertujuan untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara serta mendukung ekonomi lokal. Festival tersebut memiliki peluang Meningkatkan *branding* Bandung sebagai kota festival yang dinamis, memperluas jangkauan pasar, dan memanfaatkan tren pariwisata untuk meningkatkan ekonomi.

Selain adanya Festival Asia Afrika sebagai salah satu festival unggulan di Kota Bandung, ada beberapa festival yang diselenggarakan dalam rangkaian Hari Jadi Kota Bandung. Sebelumnya, kota Bandung sudah dideklarasikan menjadi sebuah kota angklung, pada tahun 2022. Festival yang diangkat bertemakan musik hingga tradisi yang ada di Kota Bandung. Festival Pasanggiri kawih, sinden, rampak sekar,

angklung, reog, calung, jaipongan, semua unsur tradisi diangkat ke dalam sebuah festival.

## 2) Pelaksanaan Festival Reguler di Kota Bandung

Kota Bandung memiliki beberapa festival yang diadakan secara reguler setiap tahunnya. Beberapa festival tersebut dan frekuensinya adalah sebagai berikut:

- a. Bandung Arts Festival: Diadakan setiap bulan Juli, menampilkan berbagai karya seni dari seniman lokal dan internasional.
- b. Asia Afrika Festival: Dilaksanakan setiap bulan Mei, memperingati Konferensi Asia Afrika yang bersejarah dengan berbagai pawai dan acara budaya.
- c. Bandung Art Month: Setiap bulan Agustus, menampilkan berbagai kegiatan seni dan budaya sepanjang bulan.
- d. Bandung International Food & Hotel Expo: Diadakan setiap bulan Mei, menarik para penggiat kuliner dan perhotelan dengan pameran peralatan dan teknologi terbaru.
- e. Indonesia Hijab Fest: Dilaksanakan setiap bulan Oktober, memamerkan tren dan produk busana muslim terkini.
- f. Trade Mark Market: Diadakan setiap bulan Maret, merupakan acara fesyen terbesar di Bandung dengan berbagai merek terkenal dalam dan luar negeri.

Secara keseluruhan, ada sekitar 44 festival dan acara besar yang diselenggarakan di Bandung setiap tahunnya, dan banyak dari acara tersebut berlangsung secara reguler setiap tahun.

Pelaksanaan festival reguler ini menjadi salah satu daya tarik utama Kota Bandung, yang mampu memadukan berbagai aspek seni, budaya, kuliner, dan *fashion*, serta memberikan ruang bagi pengembangan kreativitas lokal. Festival-festival seperti Bandung Arts Festival dan Bandung Art Month, misalnya, menunjukkan komitmen yang kuat dalam mendukung para seniman lokal sekaligus memperkenalkan Bandung ke kancah internasional. Hal ini tidak hanya menguntungkan dari sisi promosi budaya, tetapi juga berdampak positif bagi perekonomian lokal, terutama bagi para pelaku industri kreatif.

Keberagaman acara, seperti Asia Afrika Festival dan Indonesia Hijab Fest, menunjukkan bahwa Bandung mampu merangkul berbagai lapisan masyarakat dengan minat yang berbeda-beda. Festival ini juga menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan produk-produk lokal ke pasar yang lebih luas. Selain itu, dengan adanya acara-acara seperti Bandung International Food & Hotel Expo dan Trade Mark Market, Bandung tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga para profesional dari berbagai sektor industri.

Dari sisi perencanaan kota, frekuensi dan keberlanjutan acara-acara ini memberikan kontribusi positif terhadap *branding* Kota Bandung sebagai kota kreatif dan dinamis. Secara keseluruhan, agenda tahunan dengan 44 festival ini merupakan bukti nyata dari keberhasilan kolaborasi antara pemerintah kota dan masyarakat dalam menciptakan sebuah ekosistem yang mendukung pertumbuhan pariwisata dan industri kreatif di Bandung.

### **3) Jenis-jenis kesenian dalam Festival di Kota Bandung**

Di Festival di Kota Bandung, ada berbagai jenis kesenian yang mencerminkan kekayaan budaya lokal dan nasional. Beberapa jenis kesenian yang biasanya ditampilkan meliputi:

- a. Musik Tradisional dan Modern: Termasuk gamelan, angklung, dan musik tradisional Sunda, serta band dan musisi modern dari berbagai genre.
- b. Tari Tradisional: Seperti tari Jaipong, tari Kuda Lumping, dan tari-tarian tradisional Sunda lainnya.
- c. Teater: Baik teater tradisional seperti Wayang Golek maupun teater kontemporer dan eksperimen.
- d. Seni Rupa: Pameran seni lukis, patung, dan instalasi yang sering menampilkan karya seniman lokal.
- e. Kesenian Jalanan: Pertunjukan seni seperti sulap, akrobat, dan seni pertunjukan lainnya di ruang terbuka.
- f. Fashion Show: Menampilkan desain busana yang terinspirasi oleh budaya lokal dan tren modern.
- g. Kuliner: Meski bukan kesenian dalam pengertian tradisional, festival sering menyertakan pameran makanan yang juga merupakan bentuk seni kuliner.

- h. Seni Kerajinan: Menampilkan kerajinan tangan tradisional seperti batik, tenun, dan kerajinan berbasis bambu atau kayu.

Festival di Bandung sering kali menggabungkan elemen-elemen ini untuk menciptakan pengalaman yang meriah dan beragam bagi pengunjung. Jenis-jenis kesenian yang ditampilkan dalam festival di Kota Bandung mencerminkan upaya untuk memperlihatkan keragaman budaya lokal dan nasional, namun perlu dilihat lebih kritis dari segi keberlanjutan, relevansi, dan dampaknya terhadap masyarakat. Kehadiran musik tradisional seperti gamelan dan angklung memang penting untuk melestarikan warisan budaya, tetapi tantangannya adalah bagaimana menarik minat generasi muda agar kesenian ini tidak hanya menjadi pajangan seremonial. Penyajian musik modern berdampingan dengan tradisional bisa menjadi jembatan, tetapi pertanyaannya adalah seberapa efektif pendekatan ini dalam menjaga keberlangsungan seni tradisional di tengah derasnya pengaruh globalisasi.

Di sisi lain, pertunjukan teater tradisional seperti Wayang Golek dan seni tari tradisional, meski sarat nilai sejarah, menghadapi risiko kehilangan daya tarik jika tidak disesuaikan dengan selera dan konteks audiens saat ini. Inovasi dalam penyajian, seperti teater kontemporer dan eksperimen, bisa menjadi solusi, tetapi harus sejalan dengan esensi asli budaya tersebut agar tidak terjadi penghilangan makna.

#### **4) Kota Bandung dalam Penyelenggaraan Kegiatan Festival**

Kota Bandung cukup kondusif untuk kegiatan festival, dengan berbagai faktor yang mendukung kelancaran dan kesuksesan acara-acara tersebut:

- a. Infrastruktur dan Fasilitas: Bandung memiliki berbagai *venue* yang cocok untuk acara besar, termasuk gedung-gedung pertemuan, taman kota, dan ruang publik lainnya. Contohnya adalah Lapangan Gasibu, Jalan Asia Afrika, dan beberapa hotel besar yang sering menjadi lokasi festival
- b. Dukungan Pemerintah: Pemerintah Kota Bandung secara aktif mendukung penyelenggaraan festival dengan merilis Kalender Acara Tahunan (Calendar of Event) yang merinci berbagai

acara sepanjang tahun. Hal ini menunjukkan komitmen untuk menjadikan Bandung sebagai kota tujuan wisata dan budaya

- c. Antusiasme Masyarakat: Masyarakat Bandung dikenal sangat antusias dan partisipatif dalam berbagai kegiatan budaya dan seni. Ini tercermin dari tingginya tingkat partisipasi dalam festival-festival yang diadakan, serta dukungan komunitas lokal dalam memeriahkan acara
- d. Keamanan dan Kenyamanan: Bandung memiliki catatan keamanan yang relatif baik untuk acara-acara besar. Pihak berwenang sering kali menyediakan pengamanan ekstra selama festival berlangsung untuk memastikan keselamatan peserta dan pengunjung.
- e. Aksesibilitas: Kota Bandung mudah diakses dari berbagai daerah, baik melalui jalur darat, kereta api, maupun udara. Bandara Internasional Husein Sastranegara dan stasiun kereta api Bandung memudahkan pengunjung dari luar kota untuk datang.
- f. Pengaruh Ekonomi Positif: Festival-festival di Bandung tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan dampak ekonomi positif, terutama bagi sektor UMKM dan industri kreatif. Ini menciptakan siklus ekonomi yang menguntungkan bagi kota.

Dengan dukungan dari berbagai aspek tersebut, Bandung terus memperkuat posisinya sebagai kota yang kondusif dan menarik untuk kegiatan festival sepanjang tahun. Kota Bandung menunjukkan kesiapan luar biasa dalam penyelenggaraan festival berkat dukungan infrastruktur yang memadai, antusiasme masyarakat, serta peran aktif pemerintah dalam merilis "Calendar of Event" tahunan yang terstruktur. Berbagai *venue* strategis seperti Lapangan Gasibu dan Jalan Asia Afrika memudahkan pelaksanaan acara, sementara keamanan dan aksesibilitas kota melalui bandara dan jalur kereta api meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dukungan masyarakat yang tinggi dalam berpartisipasi memperkuat keberlangsungan acara, dan dampak ekonomi positif terhadap UMKM serta industri kreatif menunjukkan bagaimana festival tidak hanya menghibur, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan semua faktor ini, Bandung berhasil memperkuat

posisinya sebagai kota yang kondusif dan menarik untuk kegiatan festival sepanjang tahun.

Namun demikian, sejumlah tantangan dihadapi khususnya bagi festival yang diselenggarakan oleh komunitas/kelompok seni. Tantangan finansial seringkali menjadi hambatan utama dalam pelaksanaan festival. Sebagai contoh Bandung Arts Festival (BAF) yang acaranya lebih mengandalkan pembiayaan mandiri dari komunitas. Hal ini menunjukkan perlunya lebih banyak dukungan, baik dari pemerintah maupun sponsor (Wawancara Deden Buleng, 21 Juli 2024).

## **Festival dalam Pengembangan Ekonomi dan Pariwisata**

### **1) Peningkatan Ekonomi**

Ekonomi kreatif menjadi sebagai salah satu pilar perekonomian kota Bandung, yang mendukung Bandung sebagai kota modern namun tetap menjaga identitas lokal. Festival-festival di Kota Bandung berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai cara:

- a. Peningkatan Pariwisata: Festival menarik wisatawan lokal dan internasional, yang meningkatkan okupansi hotel, restoran, dan sektor pariwisata lainnya. Data menunjukkan bahwa tingkat okupansi hotel di Kota Bandung bisa mencapai 75% selama berlangsungnya festival.
- b. Pendapatan UMKM: Festival sering kali melibatkan banyak UMKM sebagai peserta pameran atau penjual, yang membantu meningkatkan pendapatan mereka. Misalnya, festival kuliner seperti Bandung International Food & Hotel Expo memberikan kesempatan bagi pelaku usaha kuliner untuk mempromosikan produk mereka.
- c. Lapangan Kerja: Penyelenggaraan festival memerlukan banyak tenaga kerja, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga pembersihan. Hal ini membuka peluang kerja sementara bagi masyarakat lokal, yang bisa membantu mengurangi angka pengangguran.
- d. Promosi Produk Lokal: Festival sering digunakan sebagai platform untuk mempromosikan produk-produk lokal, baik itu kerajinan tangan, makanan, ataupun produk kreatif lainnya.

Contohnya, Trade Mark Market dan Bandung Arts Festival yang menampilkan karya-karya local.

- e. Investasi dan Ekonomi Kreatif: Festival juga mendorong investasi di sektor ekonomi kreatif. Investor dan pelaku industri sering kali tertarik untuk berinvestasi di kota yang aktif mengadakan acara-acara kreatif dan budaya.
- f. Meningkatkan Ekonomi Lingkungan Sekitar: Selain pelaku usaha langsung yang terlibat dalam festival, bisnis di sekitar lokasi festival juga mengalami peningkatan pendapatan. Warung, toko, dan transportasi lokal mendapatkan keuntungan dari peningkatan jumlah pengunjung.
- g. Efek Multiplier: Pengeluaran pengunjung festival tidak hanya terbatas pada tiket masuk tetapi juga mencakup makanan, akomodasi, transportasi, dan belanja lainnya. Hal ini menciptakan efek multiplier yang berdampak positif pada perekonomian lokal secara keseluruhan.

Dengan berbagai dampak positif tersebut, festival di Kota Bandung tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Festival-festival yang diadakan di Kota Bandung berperan signifikan dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pariwisata, pendapatan UMKM, dan penciptaan lapangan kerja. Dengan tingkat okupansi hotel mencapai 75% selama festival, pariwisata menjadi sektor yang diuntungkan, sementara pelaku UMKM mendapat peluang untuk mempromosikan produk mereka, seperti yang terlihat dalam acara Bandung International Food & Hotel Expo. Festival juga menjadi platform penting untuk mempromosikan produk lokal dan mendukung investasi di sektor ekonomi kreatif. Selain itu, lingkungan sekitar lokasi festival juga merasakan dampak positif, dengan peningkatan pendapatan dari warung, toko, dan transportasi. Efek multiplier dari pengeluaran pengunjung festival, mulai dari tiket masuk hingga belanja, memberikan kontribusi besar pada perekonomian lokal.

Para pelaku seni juga menyatakan pentingnya festival dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal. Festival dapat berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan produk lokal dan

meningkatkan pendapatan. Hal ini misalnya dapat ditemukan pada Asia Afrika Festival 2024 yang menggandeng UMKM sebagai bagian dari festival, yang tentunya membantu menghidupkan ekonomi masyarakat.

Festival budaya memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui pariwisata, kuliner, kerajinan tangan, dan sewa kostum cosplay, yang memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Sebuah festival dapat menjadi peluang ekonomi bagi masyarakat setempat melalui partisipasi aktifnya. Selain itu, manfaat festival tidak hanya dari segi finansial saja tetapi juga terkait dengan jalinan erat silaturahmi yang dapat memberikan nilai tambah lebih luas bagi masyarakat.

## 2) Festival dalam mendorong peningkatan Pariwisata

Festival-festival di Kota Bandung berperan signifikan dalam mendorong peningkatan pariwisata kota. Berikut adalah beberapa cara bagaimana festival dapat berkontribusi pada peningkatan pariwisata:

- a. Menarik Wisatawan Lokal dan Internasional: Festival yang diadakan di Bandung menarik wisatawan dari berbagai daerah dan bahkan dari luar negeri. Acara-acara besar seperti Asia Afrika Festival, Bandung Arts Festival, dan Bandung International Food & Hotel Expo menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya
- b. Meningkatkan Okupansi Hotel: Selama periode festival, okupansi hotel di Bandung meningkat signifikan. Misalnya, data menunjukkan tingkat okupansi hotel mencapai 75% selama bulan-bulan festival, yang menunjukkan bahwa festival membantu mendongkrak bisnis perhotelan
- c. Menggerakkan Ekonomi Lokal: Festival tidak hanya menguntungkan sektor pariwisata tetapi juga mendukung ekonomi lokal dengan meningkatkan pendapatan UMKM, restoran, dan pedagang lokal. Acara seperti Bandung International Food & Hotel Expo memberikan platform bagi pelaku usaha lokal untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.
- d. Memperkenalkan Budaya Lokal: Festival budaya dan seni membantu mempromosikan dan melestarikan budaya lokal. Acara seperti Bandung Art Month dan Bandung Angklung Festival memperkenalkan pengunjung pada kekayaan budaya dan seni Bandung, yang dapat meningkatkan daya tarik wisata budaya kota.

- e. Peningkatan Investasi: Kesuksesan festival dan acara besar menarik perhatian investor potensial, baik dari dalam maupun luar negeri. Investasi dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif meningkat seiring dengan keberhasilan festival-festival ini, yang membantu pembangunan infrastruktur dan fasilitas pariwisata.
- f. Citra Kota yang Positif: Festival membantu membangun citra positif Kota Bandung sebagai destinasi wisata yang menarik dan dinamis. Citra positif ini meningkatkan daya tarik Bandung bagi wisatawan yang mencari pengalaman budaya dan rekreasi yang unik
- g. Mendorong Inovasi dan Kreativitas: Festival menjadi platform bagi seniman dan pelaku kreatif untuk menampilkan karya mereka, yang pada gilirannya mendorong inovasi dan kreativitas di kota. Ini memperkaya pengalaman wisatawan dan memperkuat identitas kota sebagai pusat seni dan budaya.

Dengan berbagai kontribusi tersebut, festival-festival di Kota Bandung tidak hanya memperkaya kehidupan budaya dan sosial kota, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan pariwisata dan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Festival-festival di Kota Bandung memiliki peran signifikan dalam mendorong pariwisata, menarik wisatawan lokal dan internasional, serta meningkatkan okupansi hotel hingga 75% selama periode festival. Selain menggerakkan ekonomi lokal melalui dukungan terhadap UMKM, restoran, dan pedagang lokal, festival juga memperkenalkan kekayaan budaya Bandung melalui acara-acara seperti Bandung Art Month dan Asia Afrika Festival. Kesuksesan festival ini menarik minat investor dan meningkatkan citra positif kota sebagai destinasi wisata yang dinamis. Selain itu, festival juga menjadi wadah bagi inovasi dan kreativitas seniman lokal, memperkaya pengalaman wisatawan dan memperkuat identitas Bandung sebagai pusat seni dan budaya. Strategi pemerintah dalam menggelar berbagai acara ini terbukti efektif dalam mendongkrak pariwisata dan mendukung ekonomi lokal secara berkelanjutan.

### 3) Festival dalam meningkatkan ekosistem pariwisata di Kota Bandung

Festival dapat meningkatkan ekosistem pariwisata di Kota Bandung dengan cara-cara berikut:

- a. Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Festival menarik wisatawan dari berbagai daerah dan negara, meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Bandung. Hal ini memperluas pasar bagi sektor pariwisata lokal.
- b. Memperluas Musim Pariwisata: Dengan adanya festival yang berlangsung pada waktu tertentu, seperti di luar musim liburan utama, kota dapat menarik wisatawan sepanjang tahun, mengurangi ketergantungan pada musim puncak.
- c. Meningkatkan Pengeluaran Wisatawan: Wisatawan yang datang untuk festival akan mengeluarkan uang untuk akomodasi, makanan, transportasi, dan oleh-oleh, yang memberikan manfaat ekonomi langsung kepada bisnis lokal.
- d. Memperkenalkan Atraksi Baru: Festival sering menampilkan atraksi dan kegiatan baru yang tidak selalu tersedia sepanjang tahun, memberikan alasan tambahan bagi wisatawan untuk mengunjungi Bandung.
- e. Kolaborasi dengan Pelaku Industri Lokal: Festival sering melibatkan pelaku industri lokal seperti hotel, restoran, dan toko, menciptakan kesempatan untuk kerjasama dan promosi yang saling menguntungkan.
- f. Peningkatan Infrastruktur: Untuk menyelenggarakan festival besar, kota mungkin perlu meningkatkan infrastruktur, seperti transportasi, fasilitas umum, dan area publik, yang juga dapat bermanfaat bagi pengunjung di luar festival.
- g. Pemasaran dan Promosi: Festival sering mendapatkan liputan media dan promosi yang luas, yang dapat meningkatkan visibilitas Bandung sebagai destinasi wisata. Kampanye pemasaran festival dapat menarik perhatian wisatawan baru.
- h. Pengembangan Produk Pariwisata: Festival dapat memacu pengembangan produk pariwisata baru, seperti tur tematik yang berhubungan dengan festival, pameran seni, dan produk kerajinan lokal.

- i. Peningkatan Kualitas Layanan: Dengan adanya festival, pelaku industri pariwisata mungkin akan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas mereka untuk memenuhi ekspektasi pengunjung, yang meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan.
- j. Partisipasi Komunitas: Festival melibatkan komunitas lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan, yang menciptakan rasa memiliki dan kebanggaan yang dapat berkontribusi pada pengalaman wisata yang lebih autentik dan ramah.

Dengan cara-cara ini, festival tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata Bandung tetapi juga berkontribusi pada pengembangan dan diversifikasi ekosistem pariwisata kota. Festival di Kota Bandung berperan penting dalam meningkatkan ekosistem pariwisata dengan beberapa cara yang signifikan. Pertama, festival meningkatkan kunjungan wisatawan dari berbagai daerah dan negara, memperluas pasar untuk sektor pariwisata lokal dan memperkenalkan Bandung sebagai destinasi yang menarik. Dengan adanya festival yang berlangsung di luar musim liburan utama, seperti yang dijadwalkan pada waktu tertentu, kota ini dapat menarik wisatawan sepanjang tahun, sehingga mengurangi ketergantungan pada musim tertentu. Kolaborasi dengan pelaku industri lokal seperti hotel, restoran, dan toko menciptakan peluang promosi yang saling menguntungkan, sementara peningkatan infrastruktur yang sering diperlukan untuk menyelenggarakan festival besar juga bermanfaat bagi pengunjung di luar acara.

Dengan kata lain, festival telah menjadi daya tarik wisata, menjadi ikon dan membentuk citra positif kota, daya tarik kota sebagai destinasi. Festival budaya memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui pariwisata, kuliner, kerajinan tangan, dan sewa kostum cosplay, yang memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat.

#### **4) Strategi pemerintah dalam mengembangkan pariwisata**

Pemerintah mendorong kegiatan pariwisata melalui beberapa aspek seperti mengadakan event-event di kota bandung, menggerakkan ekonomi dan budaya lokal, mengundang investor, membangun citra positif kota Bandung yang baik skala nasional dan internasional. Kota

Bandung dikenal sebagai kota inovasi dibandingkan dengan kota lainnya, pemerintah membangun Bandung Creative Hub sebagai wadah untuk berekspresi dan kreasi. Pembangunan di era transisi mengacu para RPJM tahun 2024-2026, terkait dengan pariwisata tercantum dalam isu ketiga, terdiri dari:

1. Bidang pariwisata mengacu pada meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi kota Bandung. Kota Bandung sebagai kota jasa perjalanan, didukung dengan mengandalkan bidang pariwisata
2. Memiliki dua sasaran utama. pertama, meningkatkan sektor wisata indikatornya peningkatan jumlah wisatawan. Kedua ekonomi kreatif, indikatornya adalah indeks ekonomi kreatif.

### **Peran Komunitas dan Seniman dalam Festival**

#### **1) Upaya pemerintah dalam peningkatan partisipasi masyarakat**

Upaya Pemerintah dalam mendorong peran aktif komunitas dalam kegiatan festival Pemerintah Kota Bandung telah mengambil berbagai langkah untuk mendorong dan mendukung peran aktif komunitas, seniman, dan masyarakat dalam meningkatkan festival sebagai ruang bersama. Berikut beberapa inisiatif yang dilakukan

- a. Penyediaan Ruang dan Fasilitas: Pemerintah menyediakan ruang publik yang dapat digunakan oleh komunitas dan seniman untuk menyelenggarakan acara. Taman-taman kota, gedung kesenian, dan jalan-jalan utama sering kali dijadikan lokasi festival, seperti Lapangan Gasibu dan Jalan Asia Afrika.
- b. Dukungan Finansial dan Sponsorship: Melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pemerintah memberikan dukungan finansial dan membantu mendapatkan sponsorship untuk penyelenggaraan acara. Bantuan ini dapat berupa dana langsung atau fasilitasi dalam mencari mitra sponsor dari sektor swasta.
- c. Program Pelatihan dan Pendampingan: Pemerintah mengadakan program pelatihan dan pendampingan bagi komunitas dan seniman untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola acara. Ini mencakup pelatihan manajemen

acara, pemasaran, dan keterampilan teknis lainnya yang diperlukan untuk menyelenggarakan festival yang sukses.

- d. Promosi dan Publikasi: Festival-festival yang diselenggarakan di Bandung dipromosikan secara aktif melalui berbagai saluran media, baik lokal maupun nasional. Promosi ini membantu meningkatkan visibilitas acara dan menarik lebih banyak pengunjung. Misalnya, Calendar of Event (CoE) Bandung yang dirilis setiap tahun mencakup berbagai acara besar yang direncanakan
- e. Kolaborasi dengan Komunitas Lokal: Pemerintah sering kali bekerja sama dengan komunitas lokal dan organisasi seni untuk merancang dan mengelola acara. Kolaborasi ini memastikan bahwa acara yang diselenggarakan relevan dan menarik bagi masyarakat setempat serta mencerminkan kekayaan budaya local.
- f. Regulasi yang Mendukung: Pemerintah menetapkan regulasi yang mendukung kegiatan seni dan budaya, seperti kemudahan perizinan untuk penyelenggaraan acara, serta kebijakan yang mendorong partisipasi publik dalam kegiatan budaya.
- g. Pemberian Penghargaan dan Pengakuan: Untuk mendorong kreativitas dan inovasi, pemerintah memberikan penghargaan kepada seniman dan komunitas yang berprestasi. Anugerah Budaya dan Anugerah Pesona Pariwisata adalah contoh penghargaan yang diberikan untuk mengapresiasi kontribusi dalam bidang seni dan pariwisata. Melalui berbagai upaya ini, Pemerintah Kota Bandung tidak hanya mendukung pertumbuhan festival sebagai ruang bersama, tetapi juga meningkatkan partisipasi dan kolaborasi dari berbagai elemen masyarakat, menjadikan festival-festival di Bandung semakin berwarna dan berdampak positif.

Dukungan pemerintah terhadap penyelenggaraan festival sangat signifikan dalam memastikan keberhasilan acara dan dampaknya terhadap masyarakat. Fasilitasi yang dilakukan pemerintah, seperti penyediaan ruang publik dan pelatihan untuk seniman, mendorong terciptanya ekosistem kreatif yang dinamis, sekaligus memberdayakan seniman lokal untuk terus berkembang dan berkarya.

## 2) Peran seniman/komunitas dalam mendukung kebijakan kota

Seniman dan komunitas di Kota Bandung memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung kebijakan kota, terutama dalam bidang seni, budaya, dan pariwisata. Berikut adalah beberapa cara mereka mendukung kebijakan kota:

- a. Kolaborasi dalam Program dan Acara: Seniman dan komunitas sering kali berkolaborasi dengan pemerintah kota dalam merancang dan melaksanakan berbagai acara budaya dan seni. Misalnya, acara seperti Bandung Arts Festival dan Bandung Art Month melibatkan banyak seniman lokal yang bekerja sama dengan pemerintah untuk mempromosikan budaya lokal.
- b. Promosi Pariwisata: Melalui partisipasi aktif dalam festival dan acara, seniman dan komunitas membantu meningkatkan daya tarik wisata Kota Bandung. Kegiatan-kegiatan ini menarik wisatawan dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.
- c. Pengembangan Ekonomi Kreatif: Seniman dan komunitas berperan dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Bandung. Mereka menciptakan karya-karya yang unik dan menarik yang dapat dijual atau dipamerkan, sehingga membantu meningkatkan pendapatan kota dan memberikan peluang kerja.
- d. Edukasi dan Pelatihan: Banyak seniman dan komunitas yang terlibat dalam program edukasi dan pelatihan untuk masyarakat. Mereka mengadakan workshop, seminar, dan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan seni dan budaya, yang juga sejalan dengan program pemerintah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
- e. Penggalangan Dana dan Kegiatan Sosial: Seniman dan komunitas sering kali mengadakan acara amal dan penggalangan dana untuk mendukung berbagai inisiatif sosial dan budaya. Kegiatan ini tidak hanya membantu mereka yang membutuhkan tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan keterlibatan masyarakat dalam isu-isu lokal
- f. Penyampaian Aspirasi dan Kritik Konstruktif : Melalui karya seni dan forum diskusi, seniman dan komunitas memberikan masukan dan kritik yang konstruktif terhadap kebijakan pemerintah. Ini membantu menciptakan dialog yang sehat

antara pemerintah dan masyarakat, serta memastikan bahwa kebijakan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi warga.

- g. Pelestarian Budaya Lokal: Seniman dan komunitas berperan penting dalam melestarikan budaya lokal melalui berbagai kegiatan seni dan budaya. Mereka mempromosikan kesenian tradisional, bahasa daerah, dan warisan budaya lainnya, yang sejalan dengan upaya pemerintah untuk menjaga identitas budaya Kota Bandung.

Dengan peran yang beragam ini, seniman dan komunitas di Kota Bandung tidak hanya mendukung kebijakan kota tetapi juga menjadi mitra penting dalam mencapai visi kota yang lebih kreatif, inklusif, dan berkelanjutan. Peran seniman dan komunitas di Kota Bandung sangat signifikan dalam mendukung kebijakan kota, terutama dalam seni, budaya, dan pariwisata. Kolaborasi mereka dengan pemerintah dalam merancang acara, seperti Bandung Arts Festival, memperkuat daya tarik pariwisata sekaligus mendorong pengembangan ekonomi kreatif. Selain itu, seniman berperan dalam edukasi dan pelatihan masyarakat, mengadakan acara amal, serta melestarikan budaya lokal. Kritik konstruktif yang disampaikan melalui karya seni dan dialog dengan pemerintah juga memastikan kebijakan lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan peran yang beragam ini, seniman dan komunitas menjadi mitra strategis dalam menciptakan kota yang lebih kreatif, inklusif, dan berkelanjutan.

Dukungan dan peran aktif komunitas lokal menjadi faktor krusial dalam keberhasilan dan kelangsungan festival seperti BAF, tidak hanya berkontribusi dalam bentuk partisipasi, tetapi juga mempengaruhi penentuan lokasi festival, di mana untuk pertama kalinya BAF dipusatkan sepenuhnya di wilayah hutan kota Babakan Siliwangi, Kota Bandung.

Kreativitas BAF dalam pemanfaatan ruang publik sebagai lokasi utama perhelatan sebagai upaya meningkatkan aksesibilitas dan partisipasi publik pada BAF. Menetapkan beberapa titik venue di area Babakan Siliwangi dan tema festival "Keberagaman Budaya di Bumi Parahyangan" menjadi salah satu upaya meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas festival dimana ruang publik tersebut jarang digunakan, juga

sebagai eksistensi hutan kota sebagai paru-paru Kota Bandung. (Wawancara Deden Buleng, 21 Juli 2024).

Festival seni dianggap penting karena dapat memperluas pengetahuan dan memberi inspirasi, serta dapat membuka peluang dalam merangsang kreativitas dan menghasilkan karya unik sehingga festival memiliki peran dalam pengembangan kreativitas bagi pelaku seni (Wawancara Deden Buleng, 21 Juli 2024). Hal ini sebagaimana ditekankan oleh De Greef (B dalam Quinn, 2013) pentingnya dimensi artistik dari festival seni dengan menyatakan bahwa festival ada untuk alasan artistik, yaitu untuk *"stage exceptional pieces of art, present new art forms and supply new creative possibilities."* Perspektif ini menegaskan peran festival seni sebagai inkubator kreativitas dan inovasi dalam dunia seni.

### **3) Respon Masyarakat terhadap Kegiatan Festival**

Respon masyarakat Kota Bandung terhadap kegiatan festival umumnya positif dan beragam, tergantung pada jenis festival dan dampaknya terhadap komunitas. Berikut adalah beberapa aspek dari respon masyarakat terhadap festival di Bandung:

- a. Antusiasme dan Dukungan: Banyak warga Bandung menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap festival, terutama yang merayakan budaya lokal, seni, dan musik. Festival sering menjadi ajang perayaan dan kebanggaan lokal.
- b. Partisipasi Aktif: Masyarakat lokal sering terlibat secara aktif dalam festival, baik sebagai peserta maupun penyelenggara. Ini bisa mencakup keterlibatan dalam pertunjukan seni, pameran, dan kegiatan lain.
- c. Peningkatan Kegiatan Ekonomi Lokal: Festival biasanya mendapatkan sambutan baik dari pelaku bisnis lokal, seperti restoran, hotel, dan toko-toko yang melihat peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan selama acara berlangsung.
- d. Efek Sosial Positif: Festival sering kali mempererat hubungan antarwarga dan menciptakan rasa komunitas yang lebih kuat. Ini juga dapat menjadi kesempatan untuk berkumpul dan merayakan keberagaman budaya bersama.
- e. Tanggapan Terhadap Penyelenggaraan: Respon masyarakat terhadap penyelenggaraan festival bisa bervariasi. Sebagian

menyampaikan rasa puas terhadap organisasi dan manajemen acara yang baik, sementara yang lain menyuarakan keluhan tentang masalah seperti keramaian, kebisingan, atau dampak lalu lintas.

- f. Tingkat Kesadaran Budaya: Festival membantu meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal, yang umumnya mendapat respon positif dari masyarakat yang bangga akan warisan budaya mereka.
- g. Inovasi dan Kreativitas: Festival yang memperkenalkan elemen baru atau inovatif sering kali diterima dengan baik, karena ini dapat memberikan pengalaman yang segar dan menarik bagi masyarakat.
- h. Kritik dan Saran: Beberapa festival mungkin menghadapi kritik terkait organisasi atau dampak lingkungan. Masyarakat sering memberikan saran untuk perbaikan di masa depan, yang bisa membantu dalam penyelenggaraan festival yang lebih baik.

Secara keseluruhan, festival di Bandung umumnya diterima dengan baik dan dianggap sebagai bagian penting dari kehidupan budaya dan sosial kota. Respon positif ini sering kali memotivasi penyelenggara untuk terus menyelenggarakan acara dan mengembangkan ide-ide baru. Hanya saja, problem-problem sosial lain, terutama terkait kemacetan lalu lintas harus menjadi perhatian utama pemerintah.

Tingginya partisipasi masyarakat dalam festival mencerminkan keberhasilan pemerintah dalam menciptakan ruang bagi warga untuk terlibat dalam acara budaya. Ini menunjukkan bahwa festival di Bandung tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai platform pemberdayaan komunitas yang memperkuat keterlibatan sosial.

Keingintahuan tentang bagaimana budaya-budaya diekspresikan melalui pertunjukkan seni menjadi alasa utama dan daya tarik pengunjung. Minat responden ini lebih condong pada festival seni dengan ciri budaya yang khas. Festival sebagai kegiatan yang seru dan menghibur dan rasa penasaran terhadap bagaimana festival dilaksanakan menjadi motivasi utama untuk mengunjungi BAF. Sebagai seseorang yang otodidak, responden merasa bahwa festival memberikan kesempatan untuk mengenal berbagai karya seni. Bagi

Masyarakat, festival juga merupakan hiburan yang terjangkau, terkhusus bagi masyarakat Kota Bandung, sehingga kegiatan seperti festival AAF menjadi salah satu cara untuk mengisi kebutuhan hiburan publik secara luas.

#### **4) Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan festival**

Keterlibatan masyarakat Kota Bandung dalam kegiatan festival sangat beragam dan dapat melibatkan berbagai aspek berikut:

- a. Partisipasi Aktif: Banyak warga Bandung berpartisipasi langsung dalam festival, baik sebagai pengisi acara seperti musisi, penari, atau seniman, maupun sebagai peserta dalam berbagai kegiatan festival.
- b. Penyelenggaraan dan Organisasi: Warga lokal sering terlibat dalam penyelenggaraan festival, baik sebagai relawan, panitia, atau anggota tim kreatif. Mereka berperan dalam perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan acara.
- c. Kegiatan Budaya dan Seni: Festival sering menampilkan karya seni, musik, dan tarian yang diciptakan dan dipersembahkan oleh seniman lokal. Ini mencakup pertunjukan tradisional dan kontemporer yang melibatkan artis dari Bandung.
- d. Keterlibatan Komunitas: Festival sering melibatkan komunitas lokal dalam perayaan, misalnya dengan mengadakan bazar, pameran, atau pasar rakyat yang menampilkan produk dan kerajinan tangan dari masyarakat setempat.
- e. Workshop dan Edukasi: Masyarakat juga terlibat dalam kegiatan edukasi seperti workshop dan seminar yang diadakan selama festival. Ini memberikan kesempatan bagi warga untuk belajar dan berbagi pengetahuan tentang budaya dan keterampilan.
- f. Dukungan dan Promosi: Banyak warga aktif dalam mendukung dan mempromosikan festival melalui media sosial, selebaran, atau dengan menyebarluaskan informasi kepada teman dan keluarga.
- g. *Feedback* dan Partisipasi dalam Evaluasi: Masyarakat dapat memberikan umpan balik tentang festival, baik melalui survei, komentar langsung, atau forum diskusi. Ini membantu dalam penilaian dan perbaikan acara di masa depan.

- h. Keterlibatan dalam Kegiatan Sosial: Festival juga sering melibatkan kegiatan sosial seperti program amal atau penggalangan dana yang melibatkan masyarakat dalam mendukung tujuan sosial atau lingkungan.
- i. Kehadiran dalam Festival: Warga Bandung umumnya menghadiri festival sebagai penonton atau pengunjung, menunjukkan minat dan dukungan terhadap acara yang diselenggarakan.

Secara keseluruhan, keterlibatan masyarakat Bandung dalam festival sangat penting dan beragam, dari peran aktif dalam pelaksanaan hingga dukungan dan partisipasi sebagai pengunjung. Keterlibatan ini membantu memastikan festival berjalan lancar dan memberikan manfaat yang luas bagi komunitas.

Keterlibatan masyarakat dalam festival di Kota Bandung sangat integral dan mencakup berbagai aspek yang berkontribusi pada kesuksesan dan dampak acara tersebut. Pertama, partisipasi aktif warga sebagai pengisi acara, seperti musisi, penari, dan seniman, memberikan warna dan keunikan pada festival, mencerminkan kekayaan budaya lokal secara langsung. Selain itu, peran masyarakat dalam penyelenggaraan dan organisasi festival sebagai relawan, panitia, dan anggota tim kreatif memastikan bahwa acara dapat berlangsung dengan baik dan terkoordinasi secara efisien.

Festival di Bandung juga memperlihatkan keterlibatan masyarakat dalam aspek budaya dan seni dengan menampilkan karya-karya lokal, baik dalam bentuk pertunjukan tradisional maupun kontemporer. Keterlibatan komunitas dalam bazar, pameran, dan pasar rakyat memungkinkan masyarakat untuk memamerkan produk dan kerajinan tangan mereka, memberikan platform bagi kreativitas lokal dan mendorong ekonomi komunitas.

## **Festival Seni, Pelestarian Seni Tradisi, dan Identitas Budaya**

### **1) Sarana Pelestarian Tradisi**

Festival seni di Kota Bandung berperan penting sebagai sarana pelestarian seni tradisi. Berikut adalah beberapa cara bagaimana festival-festival tersebut dapat berkontribusi:

- a. Menampilkan Seni Tradisional: Banyak festival di Bandung yang secara khusus menampilkan seni dan budaya tradisional. Contohnya, Bandung Angklung Festival yang merayakan alat musik tradisional angklung, serta Asia Afrika Festival yang sering menampilkan pertunjukan seni tradisional dari berbagai daerah di Indonesia.
- b. Menghidupkan Kembali Kesenian yang Hampir Punah: Festival memberikan platform bagi seni tradisional yang mungkin sudah jarang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Ini termasuk tarian tradisional, musik daerah, dan kerajinan tangan. Dengan menampilkan kesenian ini di festival, ada upaya untuk menghidupkan kembali dan mempertahankan kesenian yang hampir punah.
- c. Meningkatkan Kesadaran dan Apresiasi Masyarakat: Dengan memasukkan elemen seni tradisional dalam festival, masyarakat, terutama generasi muda, dapat lebih mengenal dan mengapresiasi warisan budaya mereka. Misalnya, acara seperti Bandung Art Month dan Bandung Arts Festival sering kali mencakup pameran seni tradisional yang mendidik dan menginspirasi pengunjung.
- d. Partisipasi Komunitas dan Seniman Lokal: Festival melibatkan komunitas dan seniman lokal yang berfokus pada pelestarian seni tradisional. Mereka diberi kesempatan untuk menampilkan karya mereka dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas, yang membantu menjaga tradisi tetap hidup dan relevan.
- e. Dukungan dari Pemerintah dan Sponsor: Pemerintah dan sponsor sering kali memberikan dukungan finansial dan logistik untuk acara yang berfokus pada pelestarian budaya. Ini memastikan bahwa festival dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan pelestarian budaya yang diinginkan.
- f. Edukasi dan Workshop: Banyak festival yang menyelenggarakan workshop dan sesi edukasi tentang seni tradisional. Ini memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk belajar langsung dari para ahli dan praktisi seni tradisional, yang membantu transfer pengetahuan dan keterampilan kepada generasi berikutnya.

Melalui berbagai inisiatif ini, festival-festival di Kota Bandung tidak hanya menjadi ajang hiburan tetapi juga memainkan peran penting dalam melestarikan seni tradisi dan budaya lokal. Dengan terus melibatkan berbagai elemen masyarakat dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, festival dapat terus menjadi sarana efektif untuk menjaga dan merayakan warisan budaya yang kaya. Festival-festival di Kota Bandung berperan penting sebagai sarana pelestarian seni tradisi, dengan menampilkan seni tradisional seperti Angklung dan tarian daerah di acara-acara besar seperti Bandung Angklung Festival dan Asia Afrika Festival. Selain menghidupkan kembali kesenian yang hampir punah, festival ini meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat, terutama generasi muda, terhadap warisan budaya. Partisipasi komunitas dan seniman lokal juga didorong, sementara dukungan pemerintah dan sponsor memastikan keberlangsungan acara. Melalui workshop dan edukasi, festival menjadi wadah transfer pengetahuan, menjaga seni tradisi tetap hidup di tengah modernisasi. Upaya ini memperkuat identitas budaya Bandung dan menarik wisatawan yang tertarik pada kekayaan budaya lokal.

Dalam hal ini, peran pemerintah semakin meningkat sehingga komunitas punya ruang untuk berkembang, mendukung keberlanjutan tradisi. Dukungan pemerintah dalam menyelenggarakan festival, karena ini bisa menjadi alat perlindungan dan pelestarian budaya lokal.

Unsur tradisi dalam sebuah festival memiliki daya tarik yang lebih kuat, terkhusus pada pertunjukkan seni, seperti tari, musik, dan lain sebagainya. Di sini, festival berperan penting dalam memperkuat kesadaran budaya, menjadi sarana mengenal dan memahami budaya dari berbagai negara serta menyadari identitas agar tidak lupa akan akar budaya sendiri. Festival menjadi ruang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan berbagai budaya, termasuk dari mancanegara. Hal ini karena peserta BAF tidak hanya dari Indonesia saja, kemudian terselenggaranya festival menjadi upaya dalam meningkatkan pengalaman dan pengetahuan seni. (wawancara...)

Potensi festival seni sebagai alat edukasi dan pelestarian budaya, serta pentingnya festival dalam mempromosikan kesenian tradisional kepada masyarakat luas, terutama generasi muda. Festival sebagai sarana memperkuat identitas kota Bandung, mengingatkan akan sejarah budaya dan bagaimana festival dapat menjadi simbol penting bagi kota.

Dukungan pemerintah sangat penting untuk kesuksesan festival, namun masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal pelayanan dan dukungan infrastruktur untuk para seniman dan penyelenggara festival.

## **2) Edukasi terkait budaya lokal dan identitas budaya**

Festival di Kota Bandung bisa menjadi sarana edukasi yang efektif terkait budaya lokal dan identitas budaya dengan beberapa cara:

- a. Pengenalan Budaya Lokal: Festival menampilkan berbagai aspek budaya Bandung dan Sunda, seperti musik, tarian, dan kuliner. Ini memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mempelajari dan mengalami budaya lokal secara langsung.
- b. Workshop dan Demonstrasi: Banyak festival menyelenggarakan workshop dan demonstrasi tentang kerajinan tangan, seni tradisional, dan teknik memasak. Ini memungkinkan pengunjung untuk belajar secara praktis tentang keterampilan dan tradisi lokal.
- c. Pameran dan Diskusi: Pameran seni dan sejarah yang diadakan selama festival sering kali mencakup informasi dan narasi tentang warisan budaya. Diskusi dan seminar yang diselenggarakan selama festival dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang budaya lokal.
- d. Pertunjukan dan Teater: Pertunjukan teater, tarian, dan musik tradisional memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai-nilai, cerita, dan mitos budaya lokal.
- e. Kegiatan Pendidikan untuk Anak-anak: Festival sering menyelenggarakan kegiatan khusus untuk anak-anak yang dapat memperkenalkan mereka pada budaya lokal melalui permainan, seni, dan cerita.
- f. Publikasi dan Materi Edukasi: Banyak festival menyediakan materi edukasi seperti booklet, brosur, atau informasi digital tentang budaya dan sejarah lokal yang dapat diakses oleh pengunjung.
- g. Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan: Festival sering bekerja sama dengan sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan kegiatan edukasi yang melibatkan siswa dan mahasiswa.

- h. Pemeliharaan Tradisi dan Kearifan Lokal: Festival membantu dalam melestarikan tradisi dan kearifan lokal dengan merayakan dan memperkenalkan praktik budaya yang mungkin kurang dikenal oleh generasi muda.
- i. Interaksi Budaya: Festival dapat menyediakan platform untuk dialog dan interaksi antara berbagai kelompok budaya, yang membantu dalam pemahaman lintas budaya dan memperkaya pengetahuan tentang identitas budaya lokal.

Dengan semua aspek ini, festival tidak hanya merayakan budaya tetapi juga berfungsi sebagai alat pendidikan yang memperkenalkan dan mendalamai kekayaan budaya Bandung kepada pengunjung dari berbagai latar belakang. Festival di Kota Bandung memainkan peran penting sebagai sarana edukasi terkait budaya lokal dan identitas budaya dengan beberapa cara yang sangat positif, sebagai ditegaskan Quinn (2009). Pertama, festival memberikan kesempatan langsung bagi pengunjung untuk mengenal dan mengalami budaya lokal, termasuk musik, tarian, dan kuliner Bandung, yang memperkaya pemahaman mereka tentang warisan budaya. Melalui workshop dan demonstrasi tentang kerajinan tangan, seni tradisional, dan teknik memasak, festival memungkinkan partisipasi aktif dalam belajar keterampilan dan tradisi lokal secara praktis.

Dengan kata lain, festival telah menjadi sarana promosi kebudayaan dan keragaman/inklusivitas yang melibatkan berbagai kalangan/usia. Melalui sebuah festival, dapat memberikan ruang atau kesempatan untuk menampilkan keragam budaya dari berbagai daerah maupun sanggar.

Salah satu peran penting dari sebuah festival yaitu dapat memperkenalkan dan mempromosikan budaya lokal ke audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan dari luar daerah dan internasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kunjungan pariwisata. Kehadiran BAF menjadi salah satu upaya meningkatkan ekraf dan pariwisata di Kota Bandung, melalui 320 delegasi nasional dan internasional.

### 3) **Kohesi sosial dan pembentukan identitas**

Festival sebagai momentum yang dapat mempererat kebhinekaan dengan menyatukan berbagai budaya dan kesenian dari berbagai

daerah, memperkuat kohesi sosial melalui seni dan budaya. Peningkatan pengakuan ini juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan komunitas dan memperkuat identitas budaya lokal. Festival dapat membentuk dan memperkuat identitas kota yang dapat menunjukkan kekayaan budaya lokal, kemudian menciptakan citra kota yang unik serta memperkuat kebanggan lokal.

Potensi festival budaya sebagai alat edukasi dan pelestarian budaya, serta pentingnya festival dalam mempromosikan kesenian tradisional kepada masyarakat luas, terutama generasi muda.

Festival sebagai momentum yang dapat mempererat kebhinekaan dengan menyatukan berbagai budaya dan kesenian dari berbagai daerah, memperkuat kohesi sosial melalui seni dan budaya. Peningkatan pengakuan ini juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan komunitas dan memperkuat identitas budaya lokal.

Identitas kota menjadi elemen penting dalam festival, karena dapat memperkuat karakteristik lokal dan menarik perhatian baik dari dalam maupun luar daerah, serta mempromosikan ciri khas yang unik dari sebuah kota. Sebuah konsep "arts to arts" yang digagas oleh BAF dimana semua peserta, termasuk delegasi luar negeri berpartisipasi secara mandiri menjadi simbol dan kemandirian dan kreativitas Kota Bandung di tingkat global.

Dukungan dari pemerintah menjadi salah satu indikator yang nantinya memungkinkan tercipta lebih banyak festival, dan pada akhirnya dapat memperkuat identitas kota sebagai pusat budaya dan kreatifitas untuk Kota Bandung yang dikenal sebagai "Kota Festival". Setiap kota memiliki karakter yang unik yang menjadi pembeda dari kota lain, salah satu nya jaipongan menjadi bagian identitas Kota Bandung (wawancara Deden Buleng 21 Juli 2024).

## **Festival dalam Membangun *City Branding* Bota Bandung**

Festival dapat memiliki dampak besar dalam membranding sebuah kota seperti Bandung dengan beberapa cara:

- 1) Meningkatkan Daya Tarik Wisata: Festival menarik wisatawan baik lokal maupun internasional, yang berpotensi meningkatkan kunjungan dan mengembangkan sektor pariwisata. Hal ini memperkenalkan Bandung sebagai destinasi yang menarik dan dinamis.

- 2) Menonjolkan Identitas Budaya: Dengan menampilkan kesenian, musik, tarian, dan kuliner khas, festival memperkuat citra budaya lokal dan memperkenalkan kekayaan budaya Bandung kepada audiens yang lebih luas.
- 3) Mendorong Ekonomi Lokal: Festival seringkali memacu aktivitas ekonomi di sekitar acara, seperti peningkatan penjualan di restoran, hotel, dan toko-toko lokal. Hal ini juga menciptakan peluang kerja baru di sektor acara dan pariwisata.
- 4) Membangun Komunitas dan Identitas: Festival memberikan kesempatan bagi warga kota untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang membangun kebanggaan lokal dan meningkatkan rasa komunitas. Ini juga membantu dalam membangun identitas kota yang unik.
- 5) Media Exposure dan Promosi: Festival yang sukses seringkali mendapatkan liputan media, baik lokal maupun internasional. Ini membantu mempromosikan kota secara lebih luas dan meningkatkan visibilitasnya di panggung global.
- 6) Inovasi dan Kreativitas: Festival dapat memperkenalkan inovasi dan kreativitas dalam berbagai bidang, dari seni hingga teknologi, menunjukkan Bandung sebagai kota yang progresif dan dinamis.
- 7) Keterlibatan Global: Festival internasional atau yang melibatkan partisipasi internasional dapat memperkenalkan Bandung ke audiens global, membangun reputasi sebagai kota yang terbuka dan terhubung secara global.

Dengan semua faktor ini, festival bukan hanya merayakan budaya dan tradisi tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis dalam membangun dan memperkuat brand kota. Keterlibatan komunitas dalam festival memperkuat kebanggaan lokal dan membangun rasa identitas kota yang unik. Media *exposure* yang diperoleh dari festival yang sukses juga membantu mempromosikan Bandung secara luas, meningkatkan visibilitas kota di panggung global. Inovasi yang diperkenalkan melalui festival menunjukkan Bandung sebagai kota progresif, sementara keterlibatan internasional memperkuat reputasi kota sebagai tempat yang terbuka dan terhubung secara global. Dengan demikian, festival tidak hanya merayakan budaya tetapi juga berfungsi

sebagai alat strategis yang efektif dalam membangun dan memperkuat *brand* Kota Bandung. Hal itu sebagaimana ditegaskan oleh Quinn (2005) bahwa festival dapat berkontribusi penting bagi pengembangan identitas kota, perayaan keberagaman dan juga ekonomi dan pariwisata di sebuah kota.

Dengan kata lain, festival perlu menjadi bagian dari *city branding* karena festival dapat menarik perhatian dan meningkatkan nilai ekonomi dan budaya kota. Festival yang diinisiasi Masyarakat seperti BAF maupun AAF turut berperan dalam membentuk citra Bandung sebagai "kota festival" dengan promosi Bandung sebagai pusat seni dan budaya di tingkat nasional maupun internasional.

## **PENUTUP**

Kota Bandung memiliki kekhasan tersendiri sebagai kota yang dicirikan sebagai kota kreatif. Posisinya yang berada di kawasan yang bersanding dengan ibukota membuat tingkat kunjungan ke kota Bandung cukup tinggi. Tentu, hal itu tidak terlepas dari konsep pengembangan kota yang disusun oleh Bappelitbangda dan diimplementasikan oleh berbagai SKPD Kota Bandung. Sebagai kebijakan, Bandung telah membranding dirinya sebagai *smart city* dan sejauh ini dianggap berhasil.

Namun demikian, keberadaan festival seni di Kota Bandung yang selalu menarik perhatian masyarakat luas, dapat ikut berkontribusi pada kekhasan kota Bandung yang dibangun di atas identitas budaya yang juga khas dan unik, yakni budaya lokal yang berada di wilayah urban. Di Kota Bandung, festival yang begitu beragam telah mendorong tingginya kunjungan wisata dan perputaran ekonomi. Maraknya festival di kota Bandung membuat Bandung layak di sebut 'kota festival'. Lebih jauh, hal ini dapat mendorong perkembangan ekonomi dan pariwisata, selain menjadi sarana pelestarian tradisi, penguatan kohesi sosial, dan identitas budaya.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Kemdikbudristek RI atas pendanaan penelitian melalui skema Riset Fundamental, berjudul: Festival Seni dan Ekspresi Budaya Lokal sebagai Strategi City Branding bagi

Pengembangan Ekonomi dan Pariwisata di Jawa Barat. Tulisan ini merupakan bagian dari hasil penelitian tersebut.

## REFERENSI

- Allen, K. (2000). *Festivals mean business: the shape of arts festivals in the UK*. (P. Shaw & B. A. F. Association, Eds.). British Arts Festivals Association.
- Árpád Papp-Váry. (2011). The Anholt-GMI City Brand Hexagon and the Saffron European City Brand Barometer: A Comparative Study. *REGIONAL AND BUSINESS STUDIES 3(1 Suppl.)*, 555–562.
- Bernadette Quinn. (2013). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. In D. Stevenson & A. Matthews (Eds.), *Culture and the City: Creativity, Tourism, Leisure* (1st ed.). London: Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event Studies*. Fourth Edition. | New York: Routledge, 2020. | Series: Events management series | “First edition published by Butterworth-Heinemann 2007. Third edition published by Routledge 2016”—T.p. verso.: Routledge. doi:10.4324/9780429023002
- Giorgi, L., Sassatelli, M., & Delanty, G. (2011). *Festivals and the cultural public sphere*. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.
- Kasapi, I., & Cela, A. (2017). Destination Branding: A Review of the City Branding Literature. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(4), 129–142. doi:10.1515/mjss-2017-0012
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 1(1), 58–73. doi:10.1057/palgrave.pb.5990005
- Kim, Y. (2017). Making “Creative” movement: Transformation of urban culture and politics in Bandung, Indonesia. *Geographical Review of Japan Series B*, 90(1), 17–25. doi:<https://doi.org/10.4157/geogrevjapanb.90.17>
- Megantari, K. (2018). Penerapan Strategi City Branding Kabupaten Ponorogo “Ethnic Art of Java”. *ARISTO*, 7(1), 130. doi:10.24269/ars.v7i1.1385
- Quinn, B. (2005). Arts Festivals and the City. *Urban Studies*, 42(5–6), 927–943. doi:10.1080/00420980500107250

- Quinn, B. (2019). A comment on: arts festivals, urban tourism and cultural policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(sup1), s8–s12. doi:10.1080/19407963.2018.1556855
- Romli, R., & Romli, N. A. (2020). Implementasi strategi komunikasi “Bandung Juara” sebagai bagian dari city branding Kota Bandung. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 263. doi:10.24198/prh.v4i2.23547