

Kolaborasi Hexahelix dalam Pengembangan Ekosistem Digital Kreatif di Kota Malang

Hexahelix Collaboration on Creative Digital Ecosystem Development in Malang City

Rosyidatuzzahro Anisykurlillah ^{1*}

E-mail: rosyida.adne@upnjatim.ac.id ¹

¹Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

*corresponding author

Dikirimkan: 03-03-2023; Diterima: 15-01-2024; Diterbitkan: 20-01-2024

DOI: <https://doi.org/10.30996/jpap.v9i2.8228>

Abstract

Malang City is one of the cities projected to become a digital-based Creative City using the digital creative industry subsector as its leading subsector. The digital creative industry subsector includes applications and games. After the Covid-19 pandemic, Malang City has strengthened its steps to become a digital-based creative city. Developing a creative digital ecosystem in Malang City requires a strategy to achieve post-pandemic goals. The strategy implemented by the Malang City Government in developing an innovative digital ecosystem is through hexahelix collaboration. The hexahelix partnership comprises six components: government, business, academics, community, media, and banking. This research aims to analyze and map the role of each stakeholder involved in the Hexahelix collaboration in developing a creative digital ecosystem in Malang City. The research results show that the Hexahelix collaboration in developing the innovative digital ecosystem in Malang City has not run optimally. The contribution of each element in the hexahelix collaboration needs to be considered to support the successful development of the creative digital ecosystem in Malang City. The hexahelix components in the development of the digital industry are government, academia, the business world, media, and financial institutions. Each component has its role in aligning common goals. Before establishing policies and implementing the Hexahelix concept, each stakeholder is expected to know their primary role, even though the implementation is carried out jointly and complements each other.

Keywords: *Collaboration, hexahelix, creative economy, digital ecosystem.*

Abstrak

Kota Malang merupakan salah satu kota yang diproyeksikan untuk menjadi Kota Kreatif berbasis digital dengan menggunakan subsektor industri kreatif digital sebagai subsektor unggulannya. Subsektor industri kreatif digital tersebut meliputi aplikasi dan game. Pasca pandemi Covid-19 memantapkan langkah Kota Malang menjadi kota kreatif berbasis digital. Pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang memerlukan strategi dalam proses pencapaian tujuan pasca pandemi. Strategi yang dilakukan Pemerintah Kota Malang dalam pengembangan ekosistem digital kreatif yaitu melalui kolaborasi hexahelix. Kolaborasi hexahelix terdiri dari enam komponen yaitu pemerintah, dunia usaha, akademisi, komunitas, media, dan perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memetakan peran masing-masing stakeholder yang terlibat pada kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang belum berjalan secara optimal. Kontribusi setiap elemen dalam kolaborasi hexahelix perlu diperhatikan agar mendukung keberhasilan pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Komponen hexahelix yang ada dalam pengembangan industri digital adalah pemerintah, akademisi, dunia usaha, media, serta lembaga keuangan. Setiap komponen mempunyai perannya masing-masing untuk menyelaraskan

tujuan bersama. Sebelum menetapkan kebijakan dan mengimplementasikan konsep Hexahelix, setiap pemangku kepentingan diharapkan mengetahui peran utamanya, meskipun implementasinya dilakukan secara bersama-sama dan saling melengkapi.

Keywords: kolaborasi, hexahelix, ekonomi kreatif, ekosistem digital

1. Pendahuluan

Negara-negara di seluruh dunia bercita-cita untuk meningkatkan inovasi dengan menekankan pada peran kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk mewujudkan inovasi yang efektif di segala aspek pembangunan (Kopczynska & Ferreira, 2021). Pandemi dan digitalisasi adalah dua disrupsi besar yang merubah kehidupan. Keterbatasan jarak pasca pandemi telah memunculkan tren baru di masyarakat. Salah satunya yaitu tren gaya hidup yang berubah. Hal ini terlihat dalam ketergantungan cara berkomunikasi melalui media digital. Digitalisasi komunikasi tidak hanya mempengaruhi komunikasi individu, tetapi juga kehidupan bisnis, termasuk di bidang ekonomi kreatif. Untuk memasarkan produknya, pengusaha kreatif harus beradaptasi dan mengikuti perkembangan.

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam perekonomian karena negara menjadikan mereka sebagai tulang punggung perekonomian yang mampu menciptakan nilai tambah (Prajanti et al., 2021). Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat mengefisiensi pembangunan daerah. Pada pembangunan daerah, potensi ekonomi kreatif berperan strategis dalam menciptakan lapangan kerja yang berdampak pada kesejahteraan daerah (Hariyoko et al., 2022). Salah satu wilayah yang mempunyai potensi ekonomi kreatif di Indonesia yaitu Kota Malang. Ekonomi Kreatif Kota Malang meliputi industri kreatif yang tersebar di berbagai wilayah Kota Malang yang diyakini memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Landasan hukum ekonomi kreatif di Kota Malang adalah Peraturan Walikota Malang Nomor 12 Tahun 2018 Tentang *Road Map* Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Unggulan dan Sub Sektor Prioritas Kota Malang Tahun 2018–2022. Pada tahun 2023, pemerintah Kota Malang sedang menyiapkan penguatan sinergi kebijakan dan regulasi ekonomi kreatif melalui penetapan Peraturan Walikota tentang Rencana Aksi Ekonomi Kreatif Tahun 2024-2028.

Ekonomi kreatif di Kota Malang didukung oleh 17 subsektor termasuk subsektor berbasis digital, yaitu aplikasi dan game. Subsektor industri kreatif digital merupakan subsektor unggulan dan prioritas di Kota Malang dalam rangka mendukung pembangunan kota kreatif berbasis digital. Pemilihan subsektor unggulan kreatif serta prioritas ini berdasarkan analisis tim Komite Ekonomi Kreatif (KEK) Kota Malang yang divalidasi oleh tim Penilaian Mandiri Kabupaten dan Kota Kreatif Indonesia (PMK3I) Badan Ekonomi Kreatif

melalui proses *assessment*. Kota Malang merupakan satu-satunya kota di Jawa Timur yang terpilih dari 21 kota yang ada sebagai salah satu Kota Kreatif Indonesia.

Pasca pandemi Covid-19, pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang memerlukan strategi dalam proses pencapaian tujuan. Kolaborasi hexahelix merupakan strategi yang dilakukan pemerintah Kota Malang sebagai jalan keluar terhadap beragam tantangan pandemi. Konsep kolaborasi yaitu kerjasama yang melibatkan kerjasama dua pihak atau lebih secara intensif melibatkan proses kerja masing – masing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Dorisman et al., 2021). Kolaborasi dalam konsep hexahelix merupakan pengembangan konsep dari triple helix (*community, business, dan government*). Kemudian kolaborasi triplehelix mengalami perkembangan menjadi quadruplehelix, pentahelix, hingga hexahelix. Pemetaan pemangku kepentingan dengan konsep penta helix belum menjelaskan secara komprehensif pemangku kepentingan yang terlibat sehingga diperlukan perbaikan konsep pentahelix menjadi hexahelix dengan menambahkan satu pemangku kepentingan (Astuti et al., 2020.)

Beberapa penelitian konsep hexahelix menunjukkan bahwa secara empiris konsep hexahelix adalah konsep pemetaan pemangku kepentingan secara komprehensif. Konsep hexahelix merupakan kolaborasi *quadruplehelix* dan *quintuple helix innovation* sebagai solusi yang mampu mewujudkan percepatan program – program yang telah ditetapkan melalui sinergi antar elemen yang ada (Firmansyah et al., 2022). Setiap unsur dalam hexahelix memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Sumenep (Hidayaturrahman et al., 2021). Konsep helix didasarkan pada gagasan bahwa kolaborasi antar aktor dalam pembangunan multi sektor penting dilakukan karena proses, tujuan, dan tantangan – tantangan yang dihadapi akan semakin kompleks (Kelvin et al., 2022).

Potensi daerah perlu dikelola dengan memanfaatkan konsep hexa-helix (Zakaria et al., 2019). Kolaborasi menjadi bagian penting saat ini karena dengan kolaborasi masing-masing stakeholders dapat duduk bersama dalam sebuah forum, membangun kesepahaman dan komitmen serta merasa bertanggung jawab untuk kelangsungan pembangunan (Fairuza, 2017). Kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang meliputi enam komponen diantaranya yaitu akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media, dan perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memetakan peran masing-masing stakeholder yang terlibat pada kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Selain itu, pastinya dari keterlibatan setiap pihak akan memberikan kontribusi sesuai dengan kemampuan dan harapan.

2. Metode

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun maksud pendekatan kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang permasalahan manusia dan sosial, bukan untuk menggambarkan bagian permukaan dari realitas seperti yang dilakukan oleh penelitian kuantitatif dengan positivismenya (Fadli, 2021). Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah identifikasi stakeholder yang terlibat pada kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media, dan lembaga keuangan. Pemilihan informan dalam penelitian ini dengan cara purposive sampling dimana informan dipilih secara subjektif dengan maksud bahwa informan yang dipilih memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian yang akan dilakukan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi mendalam guna menggali informasi yang lebih dalam dalam kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah wawancara langsung dengan informan kunci yaitu Bidang Ekonomi dan Sumber Daya Alam Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Malang serta Bidang Pemasaran, Pariwisata, Ekonomi Kreatif Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kota Malang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan maupun dokumentasi yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi digital kreatif di Kota Malang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model *interactive Miles, Huberman*, dan *Saldana* yang terdiri dari kondensasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dimana prosesnya, tidak sekali jadi, melainkan berinteraksi secara bolak balik (Rijali, 2018). Data-data yang ditemukan selama proses di lapangan, diolah dan dianalisis untuk mendapatkan jawaban pertanyaan dari penelitian itu sendiri terkait kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang.

3. Hasil dan Pembahasan

Kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang terdiri dari enam pihak yang punya peran pada komponennya sendiri-sendiri, yaitu: pemerintah, dunia usaha, akademisi, komunitas, media, serta perbankan. Kolaborasi hexahelix dirancang untuk memahami keenam peran agen yang sedang dijalankan, diuji, dan diverifikasi. Keenam komponen tersebut diharapkan dapat menyatukan pandangan untuk mencapai tujuan pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang.

A. Pemerintah

Pemerintah daerah Kota Malang merupakan pemangku kepentingan yang memiliki peran terbesar dalam pengembangan ekosistem kreatif digital di Kota Malang. Pemerintah akan terlibat dalam semua jenis kegiatan mulai dari perencanaan, implementasi sampai dengan monitoring dan evaluasi. Perangkat Daerah yang terlibat dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang adalah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag), Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo), Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata serta Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP). Pemerintah mengkoordinir perangkat daerah - terkait melalui Komite Ekonomi Kreatif (KEK). KEK diketuai oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda). Adapun program KEK adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Program Komite Ekonomi Kreatif (KEK) Kota Malang

No.	Program
1	Iventarisasi dan Pemetaan Potensi Industri dan Ekonomi Kreatif Kota Malang
2	Mendata hambatan – hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif Kota Malang
3	Mengeluarkan sebuah kebijakan strategis sebagai payung hukum pengembangan ekonomi kreatif kota Malang
4	Program pendampingan terhadap semua Potensi Ekonomi kreatif
5	Menyusun Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang
6.	Melakukan monitoring dan evaluasi atas pelaksanaan upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Malang

Sumber : (Bappeda Kota Malang, 2022)

Dari tabel 1 menggambarkan bahwa pemerintah berperan dalam pembuatan kebijakan untuk menjamin keberlangsungan pengembangan ekonomi kreatif digital di Kota Malang. Pengembangan ekosistem digital kreatif menjadi salah satu misi Kota Malang yaitu misi kedua: mewujudkan kota kreatif dan berdaya saing berbasis ekonomi kreatif, keterlanjutan, dan keberlanjutan. Untuk itu, Pemerintah Kota Malang membuat master plan terkait pengembangan ekonomi kreatif. Penyusunan rencana pengembangan industri kreatif menjadi acuan bagi setiap instansi terkait dalam mengembangkan dan memetakan potensi industri kreatif di Kota Malang.

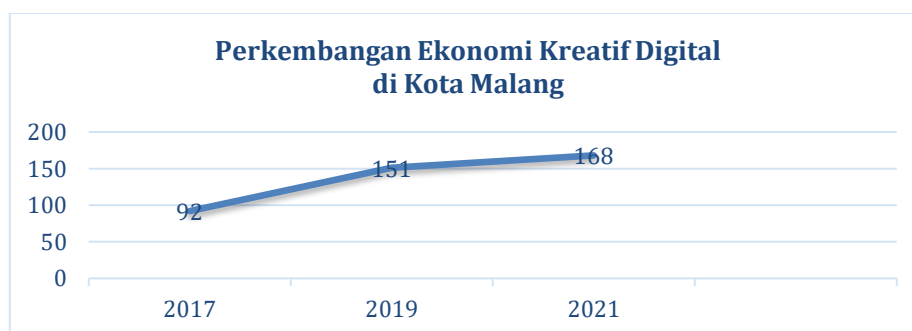
Pemerintah Kota Malang juga menyiapkan rencana strategis dalam *road map* pengembangan ekonomi kreatif terutama subsector aplikasi dangim di Kota Malang. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) beserta pemerintah Kota Malang juga melakukan penyusunan Pedoman Kebutuhan Penguasaan Teknik Berbais Industri Aplikasi dan Pengembang

Permainan sebagai acuan kebutuhan pengembangan sumber daya manusia pada subsektor aplikasi dan *game* di Kota Malang. Hal ini mengingat Kota Malang merupakan kota satu-satunya di Jawa yang ditetapkan sebagai unggulan subsektor digital kreatif aplikasi dan *gim*. Peluncuran pedoman dilakukan Wali Kota Malang dengan arahan “Kota Malang sebagai pusat produksi berbasis teknologi digital yang humanis, futuristik dan berkelas dunia”.

Pemerintah juga harus berfungsi sebagai katalisator yaitu lebih cenderung kepada penyampaian informasi secara komprehensif kepada pelaku usaha seperti adanya informasi bantuan dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Komalasari, 2021). Selain itu pemerintah juga harus berperan sebagai fasilitator dalam berbagai program dan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Dalam rangka memperkuat dukungan ekosistem digital kreatif, pemerintah Kota Malang membangun Malang Creative Center (MCC) yang diresmikan pada bulan September tahun 2023 sebagai realisasi komitmen infrastruktur ekonomi kreatif. MCC juga berfungsi sebagai pusat kegiatan kreatif di Kota Malang sehingga meningkatkan daya saing pelaku ekonomi kreatif. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Liang & Li, 2023) yang menyebutkan bahwa dukungan pemerintah secara signifikan mendorong pengembangan ekonomi digital dimana ketahanan ekosistem inovasi memainkan peran penuh antara dukungan pemerintah dan pengembangan ekonomi digital.

B. Dunia Usaha

Dunia usaha pada kolaborasi hexahelix pengembangan ekosistem digital merupakan objek kreatifitas, dimana dunia usaha merupakan pelaku entitas utama dalam ekosistem digital kreatif. Dunia usaha bertindak sebagai pencipta dan investor produk dan layanan kreatif. Pelaku dunia usaha juga membangun jaringan komunikasi ataupun relasi, manajemen serta inovasi dengan sesama pelaku bisnis. Data Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kota Malang menunjukkan pelaku ekonomi kreatif digital meningkat setiap tahunnya. Adapun perkembangannya seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. Jumlah Dunia Usaha Kreatif Digital; Sumber : (Disporapar Kota Malang, 2022)

Dari gambar 2, pada tahun 2021 terdapat 168 perusahaan studio ataupun startup dengan lebih dari 2200 serapan tenaga kerja (Disporapar Kota Malang, 2022). Pelaku usaha

kreatif digital terbagi menjadi dua jenis yaitu pelaku industri kreatif tahap pengembangan awal dan tahap pengembangan advance. Beberapa jenis aplikasi yang dihasilkan baik pelaku industri kreatif aplikasi tahap pengembangan *advance* dan tahap pengembangan awal meliputi aplikasi pendidikan, kesehatan, pemerintahan, pemasaran, sistem informasi, jasa travel dan hiburan, hingga pemasaran. Berdasarkan data jenis aplikasi yang dihasilkan tersebut, jenis aplikasi pemasaran merupakan aplikasi dominan yang paling banyak dihasilkan oleh pelaku industri kreatif di Kota Malang.

Pelaku dunia usaha digital kreatif di Kota Malang baik yang berada di tahap pengembangan awal dan tahap *advance* sudah memiliki kemampuan dasar dalam pengelolaan, pengoprasiaan, serta pengembangan aplikasi untuk membuat aplikasi yang berkualitas. Namun, seiring dengan berkembangnya industri aplikasi di Kota Malang menuntut sumber daya manusianya untuk terus meningkatkan diri dan mengembangkan kualitas agar mampu bersaing. Keberadaan industri kreatif digital tidak sepenuhnya berjalan sesuai harapan terdapat tantangan-tantangan yang dihadapi seperti tantangan pasar, transfer teknologi, sumber daya manusia, dan birokratis (Rofaida et al., 2019). Khususnya dalam dunia usaha kreatif digital, diperlukan proses pematangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia pada jenis dunia usaha tahap pengembangan awal.

Secara umum, pelaku dunia usaha digital kreatif dalam tahap pengembangan awal belum mempunyai struktur dan sistem kerja yang baik. Hal ini dikarenakan pelaku dunia digital kreatif tersebut belum banyak memiliki pengalaman dan kurangnya kualitas sumber daya manusia. Salah satu kelemahan potensi ekonomi kreatif adalah tingkat kompetensi dan skill yang masih rendah (Sutrisno & Anitasari, 2020). Tentu saja dalam jangka panjang, hal ini mempengaruhi stabilitas dan tingkat keberlangsungan usaha. Untuk itu diperlukan perencanaan yang mawadahi sumberdaya manusia baik secara teknis maupun manajerial dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Dalam menjalankan konsep hexahelix perlu didukung dengan inventarisasi potensi dan kendala yang ada di daerah setempat (Zakaria et al., 2019)

Salah satu langkah yang ditempuh pelaku dunia usaha digital kreatif dalam tahap pengembangan awal untuk mengembangkan sumber daya manusia dan kemampuan skill adalah dengan mengikuti sejumlah kegiatan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan komunitas yang diikuti. Namun dalam hal keberlanjutan program, program, belum ada program yang secara berkala dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan sumberdaya manusia para pelaku industri kreatif aplikasi. Kota Malang sendiri memiliki forum komunikasi antara pelaku bisnis kreatif dan investor yang diberi nama Forum Investor Bois yang digagas

oleh Malang Creative Fushion (MCF). Meskipun begitu beberapa pelaku dunia usaha kreatif digital masih menghadapi permasalahan berupa keterbatasan modal dan akses permodalan dalam mengajukan kredit usaha rakyat (KUR). Kemudian, pada proses perkembangan sistem pemasaran melalui website dan media sosial seringkali belum bisa dapat berjalan secara optimal. Output dari dunia usaha kreatif digital nyatanya tidak hanya terbatas pada produk-produk digital tetapi juga bagaimana memasarkan produknya dengan memanfaatkan teknologi digital.

C. Akademisi – Perguruan Tinggi

Akademisi pada kolaborasi hexahelix pada pengembangan ekosistem kreatif digital mempunyai peran sebagai konseptor dalam berbagai perumusan kebijakan ekosistem digital kreatif. Selain itu, akademisi juga berperan dalam mempersiapkan sumberdaya manusia yang kompeten dan mampu bersaing sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dunia usaha atau industri. Pada tahun 2022 terdapat 62 perguruan tinggi di Kota Malang baik universitas maupun politeknik negeri maupun swasta. Subsektor ekosistem digital kreatif yaitu aplikasi dan game tumbuh pada tahun 2002 seiring dibukanya jurusan yang berkaitan dengan teknologi informasi di berbagai Perguruan Tinggi. Kota Malang memiliki 21 perguruan tinggi dengan program studi berbasis digital yang meluluskan lebih dari 4.800 lulusan akademik setiap tahunnya.

Di sisi lain, pendidikan yang didapat lulusan akademik dari Perguruan Tinggi belum sepenuhnya mengakomodir sumber daya manusianya untuk dapat bekerja secara langsung terutama di bidang industri kreatif aplikasi. Berdasarkan data Pedoman Kebutuhan Penguasaan Teknik Berbasis Industri Aplikasi dan Pengembang Permainan tahun 2021 menyebutkan hanya sekitar 5 persen lulusan yang memiliki keterampilan yang cukup untuk memasuki dunia industri secara langsung. Hal ini memperjelas adanya gap antara sisi akademis dengan standar dunia industri. Penelitian terdahulu (McLachlan & Tippett, 2023) menyebutkan bahwa banyak lulusan media digital yang kesulitan untuk beralih ke dunia kerja karena kesenjangan antara pedagogi universitas dan praktik profesional di dunia nyata.

Belum optimalnya sinkronisasi antara keterampilan lulusan dengan kompetensi yang dibutuhkan industri menimbulkan kesenjangan dalam pengembangan kreatif digital. Dupuits & Mancilla Garcia (2022) membuka perspektif baru untuk kolaborasi masa depan dengan melibatkan aktor akademis akan berkontribusi pada proses kreasi bersama dalam pembangunan ekonomi digital. Akademisi dan dunia usaha harus menyamakan bahasa dan memperkecil kesenjangan yang ada terkait dengan standar kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu diperlukan optimalisasi peran perguruan tinggi melalui kerjasama

pemerintah dan perguruan tinggi dalam hal research and development agar kampus dapat mendukung pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah dialog antar elemen untuk membahas rumusan masalah dan solusi yang dapat diterapkan. Oleh karena itu pihak akademisi dapat memberikan sumbangsih ilmu dan penemuan baru baik dalam bentuk sistem, peralatan, dan lainnya untuk pengembangan pembangunan (Fitria et al., 2023)

D. Komunitas

Komunitas berperan sebagai akselerator, dimana komunitas merupakan objek strategis dalam pengembangan ekosistem kreatif digital. Keberadaan komunitas memungkinkan terciptanya jejaring antar pelaku usaha kreatif digital, sehingga dampak bisnis yang dilakukan lebih besar (Townsend et al., 2017; Vallance, 2014). Dengan adanya komunitas, pencarian peluang kerjasama dapat terus diupayakan. Di Kota Malang, terdapat banyak komunitas ekosistem digital kreatif seperti Kelas Mobile, Komunitas *Frontend*, PHP Malang, *Game Developer* Malang (GDM), Startup Singo Edan (Station), dan lain sebagainya. Selain berjejaring, komunitas juga berperan dalam menyelenggarakan berbagai program dan acara kreatif, seperti Festival Mbois. Selain itu, Kota Malang juga menjadi rumah bagi komunitas Malang *Creative Fusion* (MCF), sebuah wadah untuk berjejaring para pelaku kreatif di subsektor industri kreatif.

E. Media

Media berperan sebagai expender yang mendukung dalam publikasi dan promosi kegiatan kreatif digital. Media menghubungkan semua pemain utama dengan pasar industri, baik secara global maupun internasional (Hariyoko, 2018; Rohimah et al., 2018). Media menyebarkan informasi dalam bentuk media elektronik, media cetak, dan internet serta jembatan antara masyarakat dengan pemerintah. Selain menyebarkan informasi ataupun berita, media juga berfungsi sebagai alat branding kota. Berkaitan dengan hal tersebut, terlihat jelas bahwa media berperan penting dalam membangun reputasi kota Malang dalam pengembangan ekosistem digital kreatif.

Peran media masih minim jika dibandingkan peran aktor-aktor lainnya dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Media juga tidak dilibatkan dalam proses perencanaan maupun prumusan road map. Kemudian, belum adanya media partner yang digandeng kerja sama oleh pemerintah Kota Malang. Padahal, keterlibatan media lokal melalui penunjukan media partner merupakan hal yang sangat penting. Penunjukan media partner untuk media massa lokal diperlukan karena produk, jasa kreatif, serta aktivitas bisa mendapat exposure dari masyarakat luas.

F. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan berperan sebagai pemodal dalam fungsi penguatan untuk pengembangan rintisan baru disektor industri kreatif digital. Saat ini, Pemerintah Daerah Kota Malang bersama Bank Indonesia melakukan kolaborasi bersama dunia usaha kreatif digital aplikasi dan game. Sebagai upaya mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Malang, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang menyelenggarakan kegiatan Bank Indonesia *Digital Creative Festival* (Digicrafest). Tentunya ke depan dibutuhkan akses modal yang tidak saja bersumber dari bank tetapi juga dikembangkan dari lembaga keuangan non bank. Koordinasi antar pihak perlu untuk terus dilakukan dengan menciptakan hubungan dan pembuatan skema pembiayaan pembangunan yang menarik (Haryoko, 2018). Kontribusi lembaga keuangan khususnya perbankan punya peran positif yang masih belum optimal, dan dapat dikembangkan memberikan bantuan pendanaan yang lebih baik.

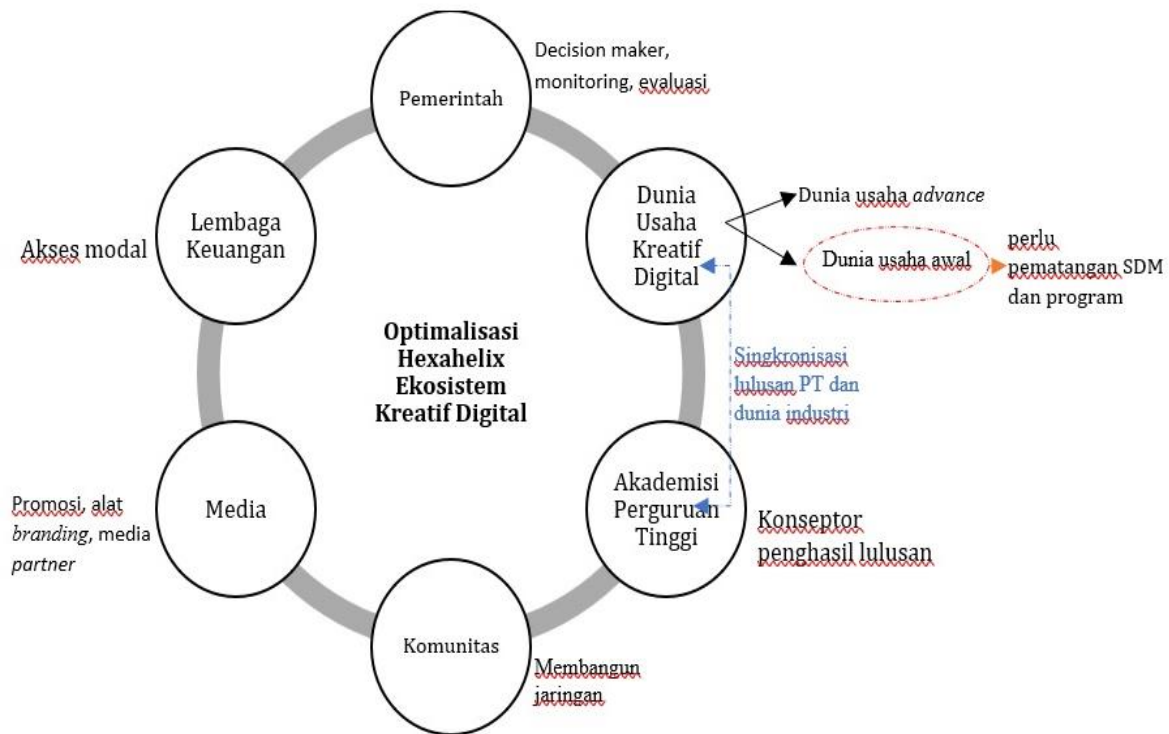
G. Keterkaitan antar komponen dalam Kolaborasi Hexahelix

Masing-masing komponen dalam di hexa helix yaitu pemerintah, dunia usaha, akademisi, komunitas, media, serta lembaga keuangan mempunyai keterkaitan satu dengan lainnya dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Hubungannya tidak tunggal atau linier, tetapi berhubungan banyak, dan bisa tumpang tindih karena setiap elemen memiliki peran yang berbeda (Hidayaturrehman et al., 2021). Kepemimpinan pada komponen pemerintah dalam suatu organisasi adalah salah satu tolok ukur dalam menjamin keberhasilan visi, misi, tujuan serta strategi yang dijalankan (Septiana et al., 2021)

Di antara enam komponen tersebut, pemerintah mempunyai peran sentral karena setiap komponen selalu terhubung dengan pemerintah. Misalnya, kolaborasi antara komponen perguruan tinggi dan pemerintah terlihat dalam studi yang dilakukan oleh para akademisi yang berguna untuk membantu dalam menganalisis kebijakan pemerintah. Komponen perguruan tinggi juga memiliki keterkaitan ke bagian dunia usaha dimana mahasiswa mengikuti program magang di sektor digital kreatif di Kota Malang. Komponen dunia usaha juga memiliki keterkaitan dengan pemerintah karena pada saat mengoperasikan usahanya perlu mendapatkan izin dari pemerintah sesuai dengan ketentuan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Komponen dunia usaha juga memiliki keterkaitan dengan komunitas karena dalam kegiatan usahanya mengikutsertakan komunitas sebagai mitra dari kegiatan usaha yang dioperasikan. Komponen media maupun komunitas memiliki keterkaitan dengan pemerintah ketika mereka melakukan pengawasan terhadap kebijakan yang dibuat pemerintah (Hidayaturrehman et al., 2021).

Meskipun begitu, dari ke-enam komponen yang sudah dijabarkan dalam poin di atas,

terdapat kendala pada kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang sehingga kolaborasi tersebut belum berjalan optimal. Tidak dilibatkannya peran dari masing-masing aktor hexa-helix akan menyebabkan terhambatnya pencapaian (Bahrudin & Fauziah, 2022). Partisipasi dari setiap komponen-komponen kolaborasi hexahelix perlu diperhatikan agar dapat mengoptimalkan keberhasilan pengembangan ekosistem kreatif digital di Kota Malang seperti pada gambar berikut:



Gambar 2. Optimalisasi kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang (Sumber: data diolah)

Agar terjadi optimalisasi kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital di Kota Malang maka pemerintah berperan dalam pengelolaan dan pemantauan yaitu menyusun kebijakan serta melakukan monitoring dan evaluasi terhadap implementasi kebijakan yang sudah direncanakan. Pada komponen dunia usaha, pelaku dunia usaha awal membutuhkan program berkelanjutan dan berkala dalam upaya peningkatan sumber daya manusia yang mampu berdaya saing. Akademisi perlu melakukan sinkronisasi dengan dunia usaha untuk menghasilkan lulusan yang sesuai dengan kebutuhan industri digital kreatif. Keberadaan komunitas berperan positif dalam pengembangan ekosistem digital kreatif. Penunjukkan media partner dan kemudahan akses modal dari lembaga perbankan dan nonperbankan diperlukan. Kolaborasi ini bersifat komplementer dan tidak saling kompeten (Fitriani, 2023). Hal ini sesuai dengan penelitian (Ofe & Sandberg, 2023) yang menyebutkan bahwa tata kelola ekosistem digital memerlukan pengelolaan hubungan yang kompleks dan dinamis. Begitu juga dengan pendapat yang menyebutkan bahwa strategi kolaborasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja (Lizardo & Colline, 2023).

4. Simpulan

Kolaborasi hexahelix dalam pengembangan ekosistem digital kreatif di Kota Malang terdiri dari enam komponen yaitu pemerintah, akademisi, dunia usaha, media, serta lembaga keuangan. Setiap komponen mempunyai perannya masing-masing untuk menyelaraskan tujuan bersama. Sebelum menetapkan kebijakan dan mengimplementasikan konsep Hexahelix, setiap pemangku kepentingan diharapkan mengetahui peran utamanya, meskipun implementasinya dilakukan secara bersama-sama dan saling melengkapi. Pemerintah sebagai pemegang peran kepemimpinan harus bisa mengkoordinasikan para stakeholder dan melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala agar terjadi penguatan ekosistem digital kreatif di Kota Malang. Pemerintah juga dapat secara aktif memantau perkembangan kondisi ekosistem digital dan mengantisipasi tantangan ke depannya.

5. Referensi

- Astuti, R. S., Warsono, H., & Rachim, Abd. (2020). Collaborative governance : dalam perspektif administrasi publik. In Tim DAP Press (Ed.), *Universitas Diponegoro Press* (2020th ed., p. 140). Universitas Diponegoro Press.
- Bahrudin, & Fauziah, N. M. (2022). Politik Pariwisata: Analisis Peran Aktor Hexa Helix dalam Inovasi Kebijakan Pariwisata di Kabupaten Banyumas. *Journal of Public Administration and Local Governance*, 6(2), 136–154.
- Bappeda Kota Malang. (2022). *Program KEK – Situs Resmi Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah*.
- Disporapar Kota Malang. (2022). *Data Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang*. <https://www.instagram.com/disporaparkotamalang>
- Dorisman, A., Muhammad, A. S., & Setiawan, R. (2021). Kolaborasi Antar Stakeholder dalam Penanggulangan Kecelakaan Lalu Lintas. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 19(1), 71. <https://doi.org/10.46730/jiana.v19i1.7966>
- Dupuits, E., & Mancilla Garcia, M. (2022). Knowledge politics around water, development and ecosystem services in Ecuador: creative encounters and resistances. *Alternautas*. <https://doi.org/10.31273/an.v9i2.1149>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fairuza, M. (2017). *Kebijakan dan Manajemen Publik Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi)*. www.kabarbanyuwangi.com
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., Suherman, A., & Susetyo, D. P. (2022). Hexa Helix :

Kolaborasi Quadruple Helix dan Quintuple Helix Innovation Sebagai Solusi Untuk Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(4), 476–499. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i4.4602>

Fitria, N. J. L., Sucahyo, I., & Supriyanto. (2023). Quintuple Helix Dalam Peningkatan Potensi Lokal Berbasis Ekonomi Biru Pelabuhan Kota Probolinggo. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 9(1), 27–39. <https://doi.org/10.30996/jpap.v9i1.9703>

Fitriani, H. (2023). Kajian Urgensi Kemitraan Publik Swasta di Kota Palembang. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 8(2), 359–372. <https://doi.org/10.30996/jpap.v8i2.7982>

Hariyoko, Y. (2018). Pengembangan UMKM di Kabupaten Tuban. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1), 1011–1015. <https://doi.org/10.30996/jpap.v4i1.1286>

Hariyoko, Y., Puspaningtyas, A., Nirmala, E. R., & Larasati, N. (2022). Pengembangan Ekonomi Daerah melalui Sektor Unggulan Kota Surabaya dalam Masa Pandemi Covid-19. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 06(2), 84–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jpsi.v6n2.p84-90>

Haryoko, Y. (2018). Pola Koordinasi Pembangunan Kawasan Strategis Jembatan Suramadu dalam Konsep Pembangunan Berkelanjutan (Studi di Pemerintah Kabupaten Bangkalan). *DIA: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 15(1), 95. <https://doi.org/10.30996/dia.v15i1.1825>

Hidayatullah, M., Haris, R. A., Hidayat, I., & Armaji, P. (2021). Pengembangan Pembangunan Pariwisata di Kabupaten Sumenep Perspektif Hexa Helix. *KARATON: Jurnal Pembangunan Sumenep*, 1(1).

Kelvin, K., Widianingsih, I., & Buchari, R. A. (2022). Kolaborasi Model Penta Helix dalam Mewujudkan Smart Village Pondok Ranji. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 1–15. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2587>

Komalasari, E. (2021). Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Dan Menengah Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Kota Pekanbaru. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(2), 162–173.

Kopczynska, E., & Ferreira, J. J. (2021). The Role of Government Measures in University-Industry Collaboration for Economic Growth: A Comparative Study across Levels of Economic Development. *Triple Helix*, 64(1), 1–48. <https://doi.org/10.1163/21971927-bja10023>

Liang, L., & Li, Y. (2023). How does government support promote digital economy development in China? The mediating role of regional innovation ecosystem resilience. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122328. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122328>

Lizardo, J., & Colline, F. (2023). The Influence of Market Attractiveness and Unique Capability on Collaboration Strategy and Business Performance: A Study at Digital Creative Industry in Java. *The Winners*, 24(1), 45–56. <https://doi.org/10.21512/tw.v24i1.10034>

McLachlan, K., & Tippett, N. (2023). Kickstarting Creative Collaboration: Placing Authentic Feedback at the Heart of Online Digital Media Education. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/02602938.2023.2209295>

- Ofe, H. A., & Sandberg, J. (2023). The emergence of digital ecosystem governance: An investigation of responses to disrupted resource control in the Swedish public transport sector. *Information Systems Journal*, 33(2), 350–384. <https://doi.org/10.1111/isj.12404>
- Prajanti, S. D. W., Margunani, M., Rahma, Y. A., Kristanti, N. R., & Adzim, F. (2021). Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(2), 86–101. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v15i2.124>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).
- Rofaida, R., Nur Aryanti, A., Perdana, Y., & Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, F. (2019). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 8(3), 402–414.
- Rohimah, A., Hariyoko, Y., & Ayodya, B. P. (2018). Kearifan Lokal Sebagai Salah Satu Model Komunikasi Pariwisata Di Desa Carangwulung, Kabupaten Jombang. *Representamen*, 4(02), 42–49. <https://doi.org/10.30996/v4i02.1740>
- Septiana, A. D., Suprastiyo, A., & Swasanti, I. (2021). Collaborative Governance dalam Penanganan Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) di Kabupaten Bojonegoro. In *JIAN* (Vol. 5, Issue 1).
- Sutrisno, S., & Anitasari, H. (2020). Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Dengan Identifikasi Penta Helix Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 3(2), 89–108. <https://doi.org/10.25139/jai.v3i2.1986>
- Townsend, L., Wallace, C., Fairhurst, G., & Anderson, A. (2017). Broadband and the creative industries in rural Scotland. *Journal of Rural Studies*, 54, 451–458. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.09.001>
- Vallance, P. (2014). Creative knowing, organisational learning, and socio-spatial expansion in UK videogame development studios. *Geoforum*, 51, 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.09.002>
- Zakaria, Z., Sophian, R. I., Muljana, B., Gusriani, N., & Zakaria, S. (2019). The Hexa-Helix Concept for Supporting Sustainable Regional Development (Case Study: Citatah Area, Padalarang Subdistrict, West Java, Indonesia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 396(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/396/1/012040>