

# ARAH PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA BERBASIS INDUSTRI KREATIF DAN INDUSTRI BUDAYA DI ERA GLOBAL

Ahmad Syukron

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember  
Surel: ahmadsyukron@unej.ac.id, HP: 085749423472

**Abstrak:** Sejak tahun 2009, pemerintah Indonesia mencanangkan bahwa Indonesia menuju visi ekonomi kreatif Indonesia 2025. Dalam konteks tersebut, *stakeholder* di bidang pendidikan patut berpikir untuk menjadikan pendidikan menjadi salah satu basis penopang melalui pengembangan pembelajaran berbasis industri kreatif. Selain itu, pengembangan ini perlu disinergikan dengan kearifan lokal yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan berpotensi untuk dikemas menjadi *culture industries*. Selanjutnya, pada level satuan pendidikan, capaian kompetensi hendaknya bermuara pada penguasaan *hardskill* dan *softskill* dalam koridor penguatan industri kreatif. Lebih khusus, pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia (PBSI) yang berposisi sebagai mata pelajaran penghela dalam struktur kurikulum saat ini. Tulisan ini bertujuan untuk memberikan paparan yang menggambarkan pengembangan PBSI berbasis industri kreatif dan industri budaya di era global. Paparan berfokus pada arah pengembangan PBSI yang berpijak pada kajian yang bersifat analitis-prediktif. Hasil kajian ini diharapkan mampu menjadi khasanah untuk mengembangkan ide serupa dan mengimplementasikannya di berbagai daerah Indonesia.

**Kata-kata Kunci:** pembelajaran, industri kreatif, industri budaya, era global

## PENDAHULUAN

Demi terwujudnya visi ekonomi kreatif 2025 di Indonesia, pemerintah perlu menguatkan berbagai sektor penopangnya. Seorang futurolog, Toffler (1980) memprediksikan bahwa industri kreatif yang berorientasi pada ide atau gagasan kreatif akan menjadi salah gelombang peradaban ekonomi di masa kini. Dalam hal ini, ekonomi kreatif di Indonesia secara nyata diwujudkan melalui penguatan industri kreatif melalui subsektor-subsektor yang telah dirancang pemerintah dalam *masterplan* ekonomi kreatif 2025. Legalitas industri kreatif di Indonesia telah dicanangkan pemerintah melalui Inpres No. 6 tahun 2009 tentang pengembangan industri kreatif.

Industri kreatif dimaknai sebagai industri yang bersumber dari kreativitas, keterampilan, dan talenta yang memiliki potensi untuk dijadikan pekerjaan yang menghasilkan profit (PCH, 2013). Sejatinya, industri kreatif tidak selalu berangkat dari ide untuk menciptakan sesuatu yang benar-benar baru. Orisinalitas industri kreatif terletak pada kekhasan dari inovasi, meskipun inovasi dilakukan dari objek yang telah ada sebelumnya. Intinya, produk industri kreatif adalah hasil dari sebuah ide kreatif

untuk melakukan penciptaan inovasi maupun modifikasi hingga sebuah produk memiliki nilai jual.

Industri kreatif berkait erat dengan industri budaya (*culture industry*). Dalam hal ini, kearifan lokal yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia memiliki potensi besar untuk dikemas menjadi bahan dasar industri kreatif. Kearifan lokal diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan berwujud aktivitas yang dilakukan komunitas masyarakat tertentu untuk menyelesaikan berbagai permasalahan kehidupan mereka (Sudikan, 2013:43). Definisi tersebut memperlihatkan bahwa kearifan lokal merupakan representasi budaya lokal. Di Indonesia sendiri, budaya yang tersebar memiliki sifat yang autentik dan original (*single origin*). Artinya, tiap-tiap daerah di Indonesia memiliki potensi yang kuat untuk mengembangkan industri kreatif yang bersinergi dengan industri budaya.

Salah satu karakteristik yang paling penting dari sektor industri budaya adalah keterbukaan (Fesel dan Michael, 2007:14). Di era globalisasi, budaya (kearifan lokal) merupakan sumber daya yang memiliki medan pikat yang kuat untuk dikomersialisasi. Dalam hal ini, Indonesia menjadi salah satu negara dengan sumber daya budaya (*cultural resources*) yang kuat. Sangat disayangkan pemerintah justru *introvert* dan tidak menyusun berbagai strategi pengembangan dan penguatan industri kreatif yang sinergis dengan industri budaya di berbagai sektor.

Pendidikan memegang peran strategis dalam upaya pengembangan dan penguatan industri kreatif dan industri budaya. Untuk memperkuat daya saing industri kreatif yang bersinergi dengan industri budaya di Indonesia, *stakeholder* di bidang pendidikan perlu berkomitmen untuk mengarahkan luaran (*outcome*) yang siap dalam mengembangkan industri kreatif. Dukungan sistem pendidikan mencakup komitmen untuk mendukung dan menginspirasi siswa mengejar karir di bidang industri kreatif (Create UK, 2014:10).

Salah satu visi pendidikan di Indonesia adalah mengembangkan kreativitas peserta didik melalui berbagai aktivitas pembelajaran yang disajikan (UU No. 20 Tahun 2003). Selain kompetensi utama (*hard skill*), pembelajaran di tiap satuan pendidikan hendaknya juga melatih kompetensi tambahan (*soft skill*). Kompetensi tambahan itulah yang akan membekali siswa dengan berbagai kreativitas. Memperkuat kreativitas adalah sesuatu yang penting karena kreativitas membawa kemampuan untuk mempertanyakan, memperluas jejaring, memecahkan masalah, mengomunikasikan, mengolaborasi, dan merefleksikan secara kritis (O'Connor, 2007:4).

Implementasi kurikulum di tiap satuan pendidikan hendaknya bermuara pada pencapaian kompetensi *soft skill* yang berbasis industri kreatif dan industri budaya. Mendukung pernyataan tersebut, perlu diketahui bahwa puncak tertinggi dalam taksonomi pembelajaran dalam kerangka kurikulum saat ini adalah mencipta (Kemendikbud, 2013). Artinya, implementasi kurikulum yang dilakukan dengan serius akan membentuk siswa yang berdaya-saing di era global melalui integasi industri kreatif dan industri budaya dalam pembelajaran.

Secara lebih spesifik, pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia memiliki posisi strategis dalam kerangka pengembangan industri kreatif dan industri budaya. Dalam konteks ini, satuan perlu memikirkan potensi yang menjadi unggulan di lingkungan sekolah atau di daerah tersebut untuk dijadikan sebagai produk unggulan. Pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia menjadi sarana untuk mengakomodasi kepentingan tersebut. Dengan demikian, potensi daerah mendapat perhatian lebih dan terus lestari.

## **METODE**

Gagasan/ide dalam tulisan ini dipaparkan secara komprehensif dengan menggunakan ancangan multidisipliner yang dirancang untuk mendeskripsikan arah pengembangan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya di era global. Sintesis dilakukan melalui telaah berbagai pustaka terkait pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia, industri kreatif dan industri budaya, dan tantangan-tantangan di era global. Hal itu maksudkan agar gagasan dapat diafirmasi dan dilegitimasi secara rasional-akademis. Hasilnya memberikan gambaran secara analitis-prediktif tentang arah pengembangan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya di era global.

## **PEMBAHASAN**

### **Industri Kreatif dan Industri Budaya: Prespektif Nasional dan Global**

Industri kreatif adalah komersialisasi ide. Industri kreatif dimaknai sebagai industri yang bersumber dari kreativitas, keterampilan, dan talenta yang memiliki potensi untuk dijadikan pekerjaan yang menghasilkan profit (PCH, 2013). Ide-ide yang selama ini mungkin mengendap harusnya direalisasikan secara kongkret menjadi produk industri.

Di era global, pengembangan industri kreatif disinergikan dengan industri budaya. Hal ini logis, dunia mulai menyadari bahwa sumber daya yang memiliki nilai jual tinggi bukan lagi mineral tambang, tetapi budaya yang masih lestari dan mencerminkan kearifan masyarakat pemiliknya. Potensi budaya memegang peran penting dalam *branding* beberapa negara, misalnya: *Wonderful Indonesia*, *Malaysia: Truly Asia*, dan lain-lain. *Branding* tersebut kemudian dilengkapi dengan ilustrasi tentang kekayaan budaya dan alam yang dimiliki negara.

Sinergi industri kreatif dan industri budaya dilakukan dalam berbagai bentuk. Unesco (dalam Department of State Growth, 2015) menjelaskan bahwa domain budaya meliputi: warisan budaya dan alam (benda-benda di museum dan tempat-tempat bersejarah), seni pertunjukan (musik, pameran seni, dan *event-event* kesenian), seni rupa dan kerajinan (seni lukis, seni ukir, fotografi, dan kerajinan), media audio-visual dan media interaktif (film, program televisi dan radio, *game*, aplikasi, laman, animasi, media sosial), desain kreatif (*fashion*, perhiasan, mebel, iklan, dan arsitektur).

Di Indonesia, *masterplan* pengembangan industri kreatif di Indonesia juga memiliki kerangka yang tidak jauh berbeda. Pangestu (2008) mengungkapkan bahwa

terdapat 14 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar barang seni, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) film, video, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, (14) riset dan pengembangan. Hal ini memperlihatkan bahwa Indonesia juga gencar menyinergikan industri kreatif dengan industri budaya.

Pemerintah Indonesia meyakini bahwa industri kreatif memiliki kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional (Pangestu, 2008:i). Pernyataan ini logis karena Indonesia diperkuat oleh kekayaan budaya di tiap-tiap daerah. Selain itu, Indonesia juga ditunjang dengan banyak insan-insan kreatif yang mampu menghasilkan produk industri kreatif yang khas dan andal (Kemenprin, 2011).

### ***Social Entrepreneurship:***

#### **Strategi Pengembangan Industri Kreatif dan Industri Budaya**

Hasrat berlebihan terhadap materi membuat manusia berlomba-lomba untuk menjadi kaya. Pada titik tertentu, manusia akan menjadi egois dan apatis karena sibuk menggapai puncak kekayaan material. Dalam mengembangkan industri kreatif dan industri budaya, paradigma tersebut perlu direduksi melalui *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial).

*Social entrepreneurship* adalah model kewirausahaan yang memiliki kontribusi dalam bidang sosial, kemanusiaan, dan kesejahteraan. *Social entrepreneurship* merupakan kegiatan usaha yang tujuannya bermuara pada terciptanya nilai-nilai sosial (Abu-Saifan, 2012). Dengan kata lain, orientasi *social entrepreneurship* tidak hanya pada profit materi, namun juga kebermanfaat secara sosial. Menurut Leadbeater (1997), *social entrepreneurship* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) *Social entrepreneurship* cenderung berupa organisasi yang egaliter, hampir tidak ada birokrasi. Cukup jarang ada laporan formal, yang lebih penting adalah adanya komunikasi dan diksusi.
- 2) *Social entrepreneurship* biasanya dimulai dengan satu anggota (kelompok kecil) yang bekerja penuh meskipun dengan gaji yang sedikit.
- 3) *Social entrepreneurship* mengembangkan budaya kreativitas yang dirancang untuk terobosan-terobosan yang inovatif.
- 4) Kepengurusan dalam *social entrepreneurship* sering tidak bersifat formal namun dilandasi dengan komitmen yang kuat untuk keberlangsungan jangka panjang.

Berkaitan dengan hal itu, industri kreatif dan industri budaya perlu dikembangkan dengan strategi *social entrepreneurship*. Karakteristik *social entrepreneurship* yang berorientasi pada profit sosial daripada materi telah teruji dan terbukti memiliki kebermanfaat dan keberlangsungan yang baik. Artinya, industri kreatif dan industri budaya dapat mengemban peran jangka panjang dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Secara tidak langsung, industri kreatif dan industri

budaya dapat berkontribusi juga dalam pembangunan bidang-bidang sosial di Indonesia, misalnya: membuka lapangan pekerjaan, menyetaheratkan masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan (alam).

### Sketsa Pengembangan Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Berbasis Industri Kreatif dan Industri Budaya

Arah pengembangan pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia (PBSI) berbasis kreatif dan industri budaya berpijak pada kurikulum dan *masterplan* industri kreatif di Indonesia. Peran pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia diintegrasikan ke dalam 14 subsektor industri kreatif dalam kerangka pengembangan industri kreatif nasional. Sejatinya, tiap-tiap kompetensi yang diajarkan dapat diarahkan pada industri kreatif dan industri budaya. Akan tetapi, praktisi (guru) perlu memperhatikan dan menyesuaikan bentuk *soft skill* yang dilatihkan dengan kompetensi inti (*hard skill*) yang akan dicapai sesuai tuntutan kurikulum dalam aktivitas pembelajaran.

Pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia juga memiliki kekhasan karena mengajarkan empat keterampilan berbahasa (menyimak, membaca, berbicara, menulis). Tiap-tiap keterampilan berbahasa ini juga dapat menjadi pijakan untuk mengarahkan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya.

Tabel 1. Pemetaan Pengembangan PBSI Berbasis Industri Kreatif dan Industri Budaya

Keterampilan dalam PBSI	Materi Pokok	Subsektor Industri Kreatif dan Industri Budaya	Pengembangan <i>Soft skill</i>
Menyimak	Mendapatkan informasi penting yang sumber yang didengar	(13) Televisi dan radio	Jurnalistik, pewawancara andal
	Menyimpulkan informasi yang implisit dari sebuah tayangan	(14) Riset dan pengembangan	Melatih kemampuan menafsirkan <i>micro expression</i>
Berbicara	Mengungkapkan gagasan kritis dengan menarik melalui bahasa lisan	(10) Seni pertunjukan	Menkritisi isu politik, sosial, dan ekonomi melalui <i>stand up comedy</i>
	Memberikan arahan secara lisan dengan bahasa yang baik dan benar	Mengenalkan wisata (budaya)	Berlatih menjadi pemandu wisata alam, budaya, sejarah, dan lain-lain
Membaca	Membacakan berita	(13) Televisi dan radio	Menjadi pembawa/pembaca yang andal berita di radio atau televisi
	Membawakan acara formal atau nonformal	(13) Televisi dan radio	Menjadi pembawa acara formal (upacara, seminar, dll) dan nonformal (acara hiburan)

Tabel 1. Pemetaan Pengembangan PBSI Berbasis Industri Kreatif dan Industri Budaya (lanjutan)

Keterampilan dalam PBSI	Materi Pokok	Subsektor Industri Kreatif dan Industri Budaya	Pengembangan <i>Soft skill</i>
Menulis	Menulis laporan kegiatan (perjalanan)	(11) penerbitan dan percetakan	Menulis tips-tips perjalanan di laman yang berbayar
	Menulis iklan dalam berbagai kepentingan	(1) periklanan	Menulis ilustrasi bahasa (slogan unik) dalam iklan
Bersastra	Praktik memerankan karakter tokoh	(7) Film, video, dan fotografi (10) Seni pertunjukan	Praktik bermain drama, ludruk, teater, dan lain-lain.
	Mengolaborasikan pembacaan puisi dengan musik	(9) Musik	Praktik musikalisasi puisi, merekamnya serta mengunggah ke <i>youtube</i>

Dalam mengembangkan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya, perlu sampaikan pula wawasan *social entrepreneurship* kepada siswa. Secara luas, industri kreatif dan industri budaya yang dikembangkan secara masif hendaknya diorientasikan pada tujuan sosial, tidak hanya profit. Dalam konteks ini, pembelajaran juga perlu memberikan gambaran kepada siswa tentang *social entrepreneurship* sekaligus menanamkan karakter sikap sosial.

Contoh gambaran pengembangan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya yang dikembangkan secara masif dengan strategi *social entrepreneurship*.

- 1) Mencermati potensi di lingkungan sekolah (desa, dusun, kecamatan, dan lebih luas lagi), misalnya: kuliner daerah, geografi dan topografi alam, wisata religi, dan lain-lain.
- 2) Melibatkan masyarakat di daerah tersebut untuk memikirkan dan merancang ide kreatif terkait potensi alam atau budaya yang terdapat di daerah.
- 3) Menyiapkan sumber daya manusia (masyarakat), baik melalui sosialisasi maupun pelatihan untuk mempersiapkan sebuah (desa) wisata.
- 4) Membuat ulasan terkait potensi daerahnya dalam berbagai bentuk teks (misalkan: teks deskripsi, narasi, dan lain-lain).
- 5) Mengubah ulasan dalam bentuk berbagai jenis teks tersebut menjadi iklan (cetak/noncetak) untuk televisi, koran, media sosial dan lain-lain.
- 6) Memperluas jaringan agar industri kreatif cepat berkembang dan selanjutnya.

Berdasarkan gambaran yang terurai singkat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi-kompetensi yang dilatihkan dalam pembelajaran bahasa dan sastra

Indonesia dapat menjadi modal untuk menciptakan industri kreatif dan industri budaya. Melalui *social entrepreneurship*, akan banyak tenaga kerja yang terserap. Selain itu, keberlangsungan dan kesinambungannya akan terjaga. Beberapa daerah telah berhasil menerapkannya, misalnya: *Tanoker Jember*, *Desa Using Banyuwangi*, *Rawa Pening Ambarawa*, *Saung Angklung Udjo Bandung*, dan lain-lain.

### **Mewujudkan Siswa yang Berdaya-Saing di Era Global Melalui Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia**

Pengembangan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis Industri kreatif dan industri budaya mampu mewujudkan *outcome* siswa yang berdaya-saing secara global. Pembelajaran yang mengajarkan *hard skill* dan melatih *soft skill* dapat menjadi *life skill* (kecakapan hidup) yang bermanfaat dalam kehidupan nyata siswa. Siswa menguasai 3 ranah kompetensi pembelajaran (kognitif, afektif, dan psikomotor) sebagaimana yang dicita-citakan dalam visi pendidikan selama ini.

Di era globalisasi, sudah barang tentu kehidupan akan berlangsung semakin kompetitif dan penuh persaingan. Era globalisasi ditandai dengan tiga ciri utama, yaitu: liberalisasi perdagangan, keterbukaan arus informasi, dan tingkat persaingan yang tinggi (Wuraji, 1997:11). Untuk itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) tidak boleh statis. SDM merupakan salah satu faktor kunci dalam reformasi ekonomi, yakni menciptakan SDM yang berkualitas dan memiliki keterampilan serta berdaya saing tinggi dalam persaingan global (Petege, 2015).

Pendidikan menjadi kunci utama untuk meningkatkan kualitas SDM di Indonesia. Dalam konsep ini, pendidikan melalui pembelajaran yang dilakukan di satuan pendidikan dilaksanakan untuk menyiapkan siswa yang berdaya-saing baik secara global. Pembelajaran, khususnya pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya dalam rancangan di atas adalah untuk kepentingan tersebut. Melalui pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya, siswa memiliki kecakapan hidup secara individual dan menguatkan ekonomi secara nasional.

### **SIMPULAN**

Di era global ini, penting kiranya merancang, mengarahkan, dan mengembangkan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya. Disadari atau tidak, persaingan ke depan pasti semakin kompetitif. Dengan membekali siswa dengan *hard skill* dan *soft skill* melalui pembelajaran, siswa akan memiliki kecakapan hidup ketika berhadapan dengan kehidupan nyata di masyarakat. Akan tetapi, perlu dipahami bahwa industri tidak hanya tentang profit tetapi dalam perspektif *social entrepreneurship* juga berkaitan dengan kebermaknaan bagi lingkungan dan masyarakat.

Secara teknis, guru hendaknya menyadari pentingnya pengembangan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya.

Di tiap satuan pendidikan, guru mata pelajaran bahasa Indonesia seyogyanya merancang dan mengimplementasikannya. Demi mengakomodasi perkembangan zaman, pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia dapat melangkah pada *outcome* siswa yang kreatif dan inovatif. Dengan demikian, siswa mampu bersaing di era global yang sangat menuntut kreativitas ataupun inovasi-inovasi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abu-Saifan, Samer. 2012. *Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. Technology Innovation Management Review*. (2):22—27.
- Create UK. 2014. *Creative Industry Strategy*. United Kingdom:Print Opal.
- Department of State Growth. 2015. *Cultural and Creative Industries Strategy*. Australia: State of Tasmania.
- Fesel, Bernd dan Michael Söndermann. 2007. *Culture and Creative Industries in Germany*. Bonn:Federal Foreign Office of the Federal Republic of Germany.
- Kemendikbud. 2013. *Konsep dan Implementasi Kurikulum 2013*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kemenperin. 2011. *Industri Kreatif Punya Potensi Besar Menopang Ekonomi Nasional*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Leadbeater, Charles. 1997. *The Rise of Social Entrepreneur*. London:Demos
- O'Connor, Justin. 2007. *The cultural and creative industries: a literature review*. England:Arts Council England
- Pangestu, Mari Elka. 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025*. Jakarta:Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Petegi, Cupen. 2015. *Tantangan SDM Indonesia di Era Globalisasi*.  
[http://www.kompasiana.com/cupen/tantangan-sdm-indonesia-di-era-globalisasi\\_552a0950f17e61654dd623bd](http://www.kompasiana.com/cupen/tantangan-sdm-indonesia-di-era-globalisasi_552a0950f17e61654dd623bd) [diakses 3 Maret 2017]
- Policy Research Group (PCH). 2013. *The Creative Economy: Key Concepts and Literature*. United States:Bantam Books.
- Sudikan, Setya Yuwana. 2013. *Kearifan Budaya Lokal*. Sidoarjo: Damar Ilmu.
- Wuradji. 1997. Tantangan Pendidikan di Indonesia Menyongsong Era Globalisasi dan Kemajuan Iptek Abad 21. *Dinamika Pendidikan*. 1(IV). 11—24.