



## STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DIGITAL MELALUI KOMPETISI DAN KOLABORASI

Ida Bagus Ketut Alamsyah, S.Sos.,M.Si.<sup>1</sup>

Balai Industri Kreatif Digital dan Kemasan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah

[ibkalamsyah30@gmail.com](mailto:ibkalamsyah30@gmail.com)

### Riwayat Artikel

Received :18 April 2026

Revised :05 Mei 2026

Accepted :10 Mei 2026

### Abstraksi.

Industri kreatif digital merupakan sektor strategis dalam mendukung transformasi ekonomi berbasis pengetahuan. Subsektor animasi memiliki potensi besar dalam menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus sebagai media komunikasi publik yang efektif. Potensi SDM Jawa Tengah mencapai 10.000 lulusan setiap tahun dari jurusan bidang konten dari SMK dan PT sehingga membutuhkan fasilitasi dan apresiasi dalam berkaraya. Artikel ini menunjukkan program Lomba Animasi dan Video Kreatif di Provinsi Jawa Tengah serta merumuskan strategi penguatan ekosistem industri kreatif digital berbasis kompetisi dan kolaborasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis evaluasi program dengan analisis dokumen dan best practice kegiatan. Hasil kajian menunjukkan bahwa program lomba animasi efektif sebagai mekanisme identifikasi talenta (*talent discovery*), serta memiliki keunggulan dalam integrasi hasil karya sebagai media komunikasi kebijakan publik melalui penayangan di bioskop dan videotron. Program ini juga menunjukkan inovasi berupa pemberian apresiasi berkelanjutan kepada pemenang melalui pemanfaatan karya animasi sebagai media kampanye publik Kanwil Bea Cukai dalam pemberantasan rokok ilegal yang ditayangkan pada jaringan bioskop dan media luar ruang (billboard/videotron). Bentuk apresiasi ini memberikan ruang eksposur yang lebih luas bagi kreator sekaligus meningkatkan nilai sosial dan ekonomi karya kreatif digital. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi kebijakan bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan industri kreatif digital yang berkelanjutan.

### Kata Kunci

kompetisi, kolaborasi, industri kreatif digital, animasi

### Keyword:

### Abstract.

*The digital creative industry is a strategic sector in supporting the transformation of the knowledge-based economy. The animation subsector has great potential in creating added economic value as well as being an effective public communication medium. Central Java's human*

competition,  
collaboration,  
creative  
animation

digital  
industry,

resource potential reaches 10,000 graduates each year from content majors from vocational schools and universities, thus requiring facilitation and appreciation in their work. This article describes the Animation and Creative Video Competition program in Central Java Province and formulates a strategy to strengthen the digital creative industry ecosystem based on competition and collaboration. The research uses a descriptive qualitative approach based on program evaluation with document analysis and activity best practices. The results of the study indicate that the animation competition program is effective as a talent identification mechanism (talent discovery), and has advantages in integrating works as a medium for public policy communication through screenings in cinemas and videotrons. This program also demonstrates innovation in providing ongoing appreciation to winners by utilizing animated works as a public campaign medium for the Regional Office of Customs and Excise in eradicating illegal cigarettes, which are shown in cinema networks and outdoor media (billboards/videotrons). This form of appreciation provides wider exposure space for creators while increasing the social and economic value of digital creative works. These findings are expected to serve as a policy reference for local governments in developing a sustainable digital creative industry.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam struktur ekonomi global menuju ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge-based economy), di mana kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi (Howkins, 2020; UNCTAD, 2022). Dalam konteks ini, industri kreatif digital berkembang sebagai sektor strategis yang mampu meningkatkan daya saing ekonomi serta menciptakan lapangan kerja berbasis kompetensi (Li et al., 2021).

Subsektor animasi merupakan bagian penting dari industri kreatif digital yang memiliki potensi luas dalam berbagai bidang, seperti hiburan, pendidikan, pemasaran, dan komunikasi publik (Flew, 2021). Perkembangan teknologi digital memungkinkan distribusi konten animasi secara luas melalui platform digital, sehingga meningkatkan peluang monetisasi karya kreatif (Yoon & Malecki, 2022). Selain itu, animasi memiliki keunggulan sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan secara menarik, efektif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Di Indonesia, pengembangan industri kreatif digital telah menjadi bagian dari strategi pembangunan nasional. Namun demikian, implementasi di tingkat daerah masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan ekosistem industri, rendahnya integrasi antara dunia pendidikan dan industri, serta terbatasnya akses pasar bagi produk kreatif lokal (Sari et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan potensi talenta kreatif digital belum sepenuhnya berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang berkelanjutan.

Sebagai respon terhadap tantangan tersebut, pemerintah daerah mulai mengembangkan program berbasis aktivitas seperti kompetisi kreatif sebagai instrumen pengembangan talenta. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Balai Industri Kreatif Digital dan Kemasan (BIKDK) telah menyelenggarakan program Lomba Animasi dan Video Kreatif sebagai upaya untuk menggali potensi generasi muda serta meningkatkan kompetensi di bidang animasi. Program ini berfungsi sebagai sarana identifikasi talenta kreatif digital sekaligus sebagai ruang ekspresi kreativitas berbasis teknologi.

Keunikan dari program ini tidak hanya terletak pada penyelenggaraan kompetisi, tetapi juga pada pemanfaatan hasil karya sebagai media komunikasi publik. Karya animasi yang dihasilkan tidak berhenti pada tahap kompetisi, melainkan dimanfaatkan sebagai materi edukasi publik melalui penayangan di bioskop dan media luar ruang seperti videotron di wilayah Jawa Tengah. Pendekatan ini menunjukkan adanya integrasi antara pengembangan talenta kreatif digital dengan kebutuhan komunikasi kebijakan pemerintah, khususnya dalam kampanye pemberantasan rokok ilegal.

Sebagian besar kompetisi kreatif berhenti pada tahap pemberian penghargaan dan penetapan pemenang. Kondisi tersebut sering menyebabkan karya yang dihasilkan tidak memiliki keberlanjutan pemanfaatan sehingga dampaknya terhadap pengembangan industri kreatif menjadi terbatas. Dalam perspektif ekonomi kreatif, apresiasi terhadap karya kreatif merupakan faktor penting yang mempengaruhi motivasi berkarya, pengembangan kompetensi, dan keberlanjutan karier pelaku kreatif.

Pada program Lomba Animasi dan Video Kreatif Jawa Tengah, apresiasi tidak hanya diberikan dalam bentuk penghargaan kompetisi, tetapi juga melalui pemanfaatan karya pemenang sebagai media kampanye publik Kanwil Bea Cukai dalam pemberantasan rokok ilegal. Karya pemenang ditayangkan pada bioskop dan videotron di berbagai wilayah Jawa Tengah sehingga memperoleh eksposur publik yang lebih luas. Pendekatan ini menunjukkan bahwa apresiasi berkelanjutan dapat menjadi mekanisme penghubung antara pengembangan talenta kreatif dan pemanfaatan karya dalam mendukung kebijakan publik.

Namun demikian, efektivitas program kompetisi dalam mendukung pengembangan industri kreatif digital secara berkelanjutan masih perlu dikaji lebih lanjut. Banyak program yang berhenti pada tahap kompetisi tanpa adanya tindak lanjut yang sistematis. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengevaluasi program tersebut serta merumuskan strategi penguatan ekosistem industri kreatif digital berbasis kompetisi dan kolaborasi.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN PROPOSISI/ HIPOTESIS**

Industri kreatif digital merupakan sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan teknologi sebagai sumber utama nilai ekonomi (UNCTAD, 2022). Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, kreativitas menjadi faktor produksi utama yang menggantikan dominasi sumber daya alam (Howkins, 2020). Hal ini menjadikan industri kreatif digital sebagai sektor yang memiliki fleksibilitas tinggi serta potensi pertumbuhan yang signifikan.

Penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif digital berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan inovasi dan produktivitas (Li et al., 2021). Digitalisasi memungkinkan distribusi produk kreatif secara global, sehingga memperluas peluang pasar dan meningkatkan daya saing industri kreatif (Yoon & Malecki, 2022). Dalam konteks ini, subsektor animasi memiliki peran strategis karena dapat dimanfaatkan dalam berbagai sektor pembangunan.

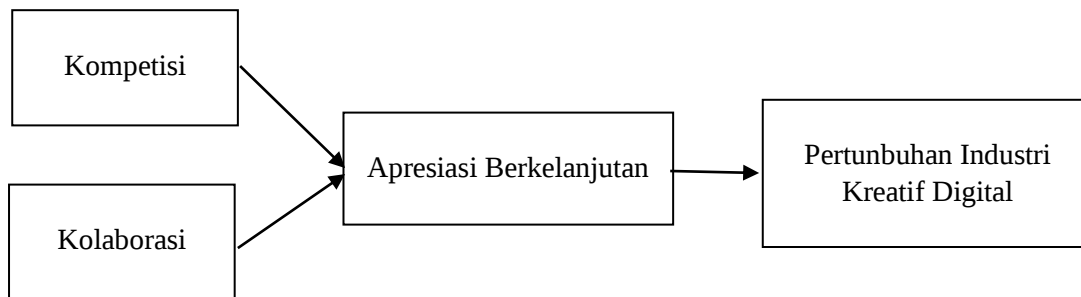
Pengembangan industri kreatif sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia sebagai human capital (Florida, 2020). Oleh karena itu, pengembangan talenta kreatif digital menjadi aspek penting dalam kebijakan industri kreatif. Program seperti kompetisi, pelatihan, dan inkubasi bisnis terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi talenta kreatif (Comunian et al., 2021).

Selain itu, keberhasilan industri kreatif juga dipengaruhi oleh keberadaan ekosistem inovasi yang melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri (Etzkowitz & Zhou, 2021). Kolaborasi ini memungkinkan integrasi antara pengembangan talenta, inovasi teknologi, dan kebutuhan pasar.

Dalam konteks Indonesia, keberhasilan implementasi kebijakan ekonomi kreatif juga sangat dipengaruhi oleh kapasitas kelembagaan serta keberlanjutan program (Prasetyo et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif memerlukan pendekatan kebijakan yang terintegrasi dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN/DEMENSI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis evaluasi program (*program evaluation*). Pendekatan ini digunakan untuk memahami implementasi program serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan kebijakan (Creswell, 2021).



Gambar 1. Alur Penelitian

Data diperoleh melalui studi dokumen, laporan kegiatan, serta literatur ilmiah terkait industri kreatif digital. Analisis dilakukan menggunakan *thematic analysis* untuk mengidentifikasi pola hubungan antara kompetisi, kolaborasi, dan pengembangan ekosistem industri kreatif digital.

Kompetisi dilakukan oleh Balai Industri Kreatif Digital dan Kemasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah sejak tahun 2024, namun berdasarkan evaluasi kegiatan diperlukan apresiasi berkelanjutan bagi produk kreatif karya para pemenang kompetisi. Oleh karena itu, pada tahun 2025 dilakukan inovasi kegiatan dengan melibatkan Kanwil Bea Cukai sehingga para pemenang tidak hanya mendapatkan piala dan pembinaan namun juga apresiasi berkelanjutan dengan menampilkan produk para pemenang di billboard dan bioskop-bioskop.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi terhadap pelaksanaan program Lomba Animasi dan Video Kreatif di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa program ini memiliki kontribusi yang signifikan dalam tahap awal pengembangan industri kreatif digital, khususnya dalam aspek identifikasi talenta kreatif (*talent discovery*). Tingginya partisipasi peserta yang berasal dari pelajar, mahasiswa, serta komunitas kreatif digital mencerminkan adanya potensi besar sumber daya manusia di bidang animasi yang selama ini belum sepenuhnya terfasilitasi secara optimal. Hal ini sejalan

dengan pandangan bahwa kompetisi kreatif dapat menjadi instrumen efektif dalam menjaring dan mengidentifikasi individu dengan kemampuan inovatif tinggi (Comunian et al., 2021).

Dari perspektif pengembangan sumber daya manusia, program lomba animasi tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi, tetapi juga sebagai media pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Peserta tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya, tetapi juga melalui proses kreatif yang melibatkan riset ide, pengembangan konsep, desain visual, serta *storytelling*. Proses ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan kompetensi teknis maupun non-teknis yang sangat relevan dengan kebutuhan industri kreatif digital. Hal ini memperkuat argumen bahwa pengembangan *human capital* dalam industri kreatif membutuhkan pendekatan praktis dan berbasis pengalaman (Florida, 2020).

Selain itu, kompetisi juga berperan dalam membangun motivasi intrinsik peserta untuk berinovasi dan berkarya. Lingkungan kompetitif mendorong individu untuk menghasilkan karya terbaiknya, sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan beradaptasi terhadap standar industri. Dalam konteks ini, program lomba animasi dapat dilihat sebagai tahap awal dalam pipeline pengembangan talenta kreatif digital.

Namun demikian, hasil evaluasi menunjukkan bahwa keberhasilan program dalam tahap identifikasi talenta belum diikuti dengan mekanisme pengembangan lanjutan yang terstruktur. Banyak peserta yang memiliki potensi tinggi tidak mendapatkan akses ke program pelatihan lanjutan, inkubasi bisnis, atau peluang kerja di industri kreatif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara proses *talent discovery* dan *talent development* yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa banyak program pengembangan ekonomi kreatif di daerah berhenti pada tahap awal tanpa integrasi kebijakan lanjutan (Prasetyo et al., 2022).

Salah satu aspek yang menjadi keunggulan utama dari program ini adalah adanya integrasi antara hasil kompetisi dengan kebutuhan komunikasi publik pemerintah. Berbeda dengan kompetisi kreatif pada umumnya yang berhenti pada tahap pemberian penghargaan, program ini memiliki pendekatan yang lebih progresif dengan memanfaatkan hasil karya peserta sebagai media komunikasi kebijakan publik. Karya animasi yang dihasilkan digunakan dalam kampanye edukasi pemberantasan rokok ilegal melalui penayangan di bioskop serta media luar ruang seperti videotron di berbagai wilayah di Jawa Tengah.



Gambar 2 : Pemenang Kompetisi

Pendekatan ini menunjukkan adanya transformasi output program dari sekadar produk kompetisi menjadi instrumen komunikasi kebijakan publik yang memiliki dampak nyata. Integrasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan karena tidak hanya mendorong pengembangan talenta kreatif digital, tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kebijakan kepada masyarakat. Dalam konteks komunikasi publik, penggunaan media animasi terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda, dibandingkan dengan metode komunikasi konvensional (Flew, 2021).

Lebih lanjut, integrasi antara industri kreatif digital dan komunikasi publik ini mencerminkan konsep creative economy yang tidak hanya berorientasi pada nilai ekonomi, tetapi juga pada nilai sosial. Bakhshi et al. (2022) menyatakan bahwa industri kreatif memiliki potensi untuk menghasilkan dual value, yaitu nilai ekonomi dan nilai sosial secara bersamaan. Dalam konteks program ini, karya animasi tidak hanya memiliki nilai estetika dan kreativitas, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi masyarakat yang mendukung kebijakan pemerintah.

Namun demikian, meskipun program ini memiliki inovasi dalam pemanfaatan output kompetisi, masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian. Salah satu keterbatasan utama adalah belum adanya sistem yang mengintegrasikan hasil kompetisi dengan ekosistem industri kreatif secara berkelanjutan. Karya animasi yang dihasilkan memang dimanfaatkan untuk komunikasi publik, tetapi belum sepenuhnya diarahkan untuk pengembangan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi jangka panjang, seperti intellectual property (IP) atau produk komersial.

Selain itu, keterbatasan akses pasar juga menjadi tantangan dalam pengembangan industri animasi daerah. Sebagian besar karya animasi masih belum memiliki jalur distribusi yang jelas di industri kreatif, seperti platform digital, industri periklanan, atau sektor hiburan. Dalam konteks ini, akses pasar menjadi faktor kunci dalam keberhasilan industri kreatif digital (Yoon & Malecki, 2022). Tanpa adanya akses pasar yang memadai, kreativitas yang dihasilkan tidak akan mampu menghasilkan nilai ekonomi yang optimal.

Dari perspektif ekosistem, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri masih bersifat parsial dan belum terintegrasi secara sistematis. Padahal, keberhasilan pengembangan industri kreatif sangat bergantung pada sinergi antara berbagai aktor dalam ekosistem inovasi. Model triple helix yang melibatkan pemerintah, universitas, dan industri menunjukkan bahwa kolaborasi yang kuat dapat meningkatkan kapasitas inovasi dan daya saing suatu wilayah (Etzkowitz & Zhou, 2021).

Dalam konteks program ini, kolaborasi telah mulai terbentuk, terutama dalam pelaksanaan kegiatan dan penjurian. Namun, kolaborasi tersebut belum berkembang menjadi kemitraan strategis yang berkelanjutan, seperti dalam bentuk inkubator bisnis, program magang industri, atau pengembangan kurikulum berbasis kebutuhan industri. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan collaborative ecosystem menjadi salah satu kebutuhan utama dalam pengembangan industri kreatif digital daerah.



Gambar 3 : Apresiasi berkelanjutan pemutaran di billboard

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa salah satu inovasi utama program ini adalah penerapan konsep apresiasi berkelanjutan terhadap karya pemenang kompetisi. Berbeda dengan kompetisi pada umumnya yang berakhir pada pemberian penghargaan, program ini memberikan kesempatan kepada para pemenang untuk memperoleh eksposur publik melalui penayangan karya pada bioskop dan billboard/videotron dalam kampanye pemberantasan rokok ilegal yang diselenggarakan Kanwil Bea Cukai.

Penayangan karya tersebut memberikan beberapa manfaat strategis. Pertama, meningkatkan pengakuan publik (public recognition) terhadap kreator dan hasil karyanya. Kedua, memperkuat portofolio profesional yang dapat digunakan untuk memasuki industri kreatif digital. Ketiga, meningkatkan motivasi kreator untuk terus menghasilkan karya berkualitas. Keempat, membuka peluang kolaborasi dengan pemerintah, industri, maupun komunitas kreatif.

Dari perspektif industri kreatif digital, apresiasi berkelanjutan berfungsi sebagai mekanisme hilirisasi karya kreatif. Karya yang sebelumnya hanya menjadi output kompetisi berubah menjadi produk komunikasi publik yang digunakan secara nyata dalam mendukung program pemerintah. Dengan demikian, apresiasi berkelanjutan dapat diposisikan sebagai variabel penghubung antara kompetisi, kolaborasi, dan pertumbuhan industri kreatif digital.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa program lomba animasi memiliki peran penting sebagai entry point dalam pengembangan industri kreatif digital, namun belum cukup untuk menciptakan ekosistem industri yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kebijakan yang lebih komprehensif dan terintegrasi.

Model pengembangan yang direkomendasikan dalam penelitian ini adalah model berbasis empat pilar utama, yaitu talent development, creative incubation, collaborative ecosystem, dan market access. Talent development berfokus pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan berbasis industri. Creative incubation berperan dalam membantu pelaku kreatif mengembangkan ide menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi melalui mentoring, akses pendanaan, dan pengembangan model bisnis (Hausberg & Korreck, 2020).

Sementara itu, collaborative ecosystem menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi. Market access berfokus pada pengembangan akses pasar melalui platform digital,

jejaring industri, serta integrasi dengan sektor lain seperti komunikasi publik dan industri kreatif.

Integrasi keempat pilar tersebut diharapkan dapat menciptakan ekosistem industri kreatif digital yang lebih kuat dan berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, program kompetisi tidak hanya berfungsi sebagai ajang identifikasi talenta, tetapi juga menjadi bagian dari sistem pengembangan industri yang terstruktur.

Dengan demikian, program lomba animasi di Jawa Tengah dapat dikembangkan menjadi model kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada kegiatan, tetapi juga pada dampak jangka panjang. Model ini memiliki potensi untuk direplikasi oleh daerah lain dalam mengembangkan industri kreatif digital berbasis potensi lokal, sekaligus mendukung transformasi ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas.

## **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai peran kompetisi dan kolaborasi dalam pengembangan industri kreatif digital subsektor animasi, namun memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif berbasis evaluasi program, sehingga belum mampu mengukur dampak secara kuantitatif, khususnya terkait kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif atau keberhasilan peserta dalam memasuki industri. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada satu studi kasus di Provinsi Jawa Tengah, sehingga generalisasi hasil ke daerah lain perlu dilakukan dengan mempertimbangkan perbedaan konteks kebijakan dan kapasitas kelembagaan. Ketiga, analisis masih didominasi oleh studi dokumen, sehingga belum sepenuhnya menangkap perspektif langsung dari pelaku industri kreatif seperti peserta, komunitas, maupun stakeholder terkait.

Selain itu, meskipun penelitian ini mengidentifikasi pemanfaatan animasi sebagai media komunikasi publik, pengukuran efektivitasnya terhadap perubahan perilaku atau peningkatan kesadaran masyarakat belum dianalisis secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur dampak program secara lebih komprehensif, memperluas cakupan studi lintas daerah, serta mengkaji secara lebih mendalam efektivitas animasi sebagai media komunikasi kebijakan publik.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menegaskan bahwa program lomba animasi merupakan instrumen yang efektif dalam tahap awal pengembangan industri kreatif digital, khususnya dalam mengidentifikasi dan mengaktivasi potensi talenta kreatif di kalangan generasi muda. Kompetisi tidak hanya berfungsi sebagai ajang seleksi, tetapi juga sebagai mekanisme pembelajaran berbasis pengalaman yang mampu meningkatkan kompetensi teknis, kreativitas, serta kemampuan komunikasi visual peserta. Temuan ini memperkuat peran kompetisi sebagai entry point strategis dalam membangun fondasi sumber daya manusia pada industri kreatif digital.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama program terletak pada integrasi antara kompetisi dan kolaborasi, yang tercermin dalam pemanfaatan hasil karya animasi sebagai media komunikasi publik. Penayangan karya melalui bioskop dan videotron dalam kampanye edukasi rokok ilegal menunjukkan bahwa industri kreatif digital dapat berkontribusi tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga pada penyampaian kebijakan publik yang lebih efektif dan inovatif. Hal ini menempatkan program sebagai model yang menghubungkan pengembangan talenta, kebutuhan industri kreatif, dan kepentingan kebijakan pemerintah dalam satu ekosistem yang saling terintegrasi.

Namun demikian, keberlanjutan dampak program masih memerlukan penguatan melalui integrasi kebijakan yang lebih komprehensif, khususnya dalam aspek inkubasi bisnis, akses pasar, dan kolaborasi multi stakeholder. Oleh karena itu, pengembangan industri kreatif digital subsektor animasi perlu diarahkan pada pendekatan berbasis ekosistem yang mengintegrasikan talent development, creative incubation, collaborative ecosystem, dan market access. Dengan pendekatan tersebut, program kompetisi tidak hanya berhenti sebagai kegiatan tahunan, tetapi dapat berkembang menjadi strategi kebijakan yang berkelanjutan dalam mendorong transformasi ekonomi digital berbasis kreativitas di tingkat daerah

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Comunian, R., Faggian, A., & Jewell, S. (2021). Creative graduates and the creative economy: Evaluating the role of higher education. *Urban Studies*, 58(5), 1023–1040.
- Creswell, J. W. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2021). Triple helix innovation: A model for regional innovation systems. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1–16

- Flew, T. (2021). The creative industries: Culture and policy. *Media International Australia*, 178(1), 8–19.
- Florida, R. (2020). *The rise of the creative class* (Revised ed.). Basic Books.
- Hausberg, J. P., & Korreck, S. (2020). Business incubators and accelerators: A systematic literature review. *Small Business Economics*, 54(4), 151–177.
- Howkins, J. (2020). *The creative economy: How people make money from ideas*. Edward Elgar Publishing.
- Prasetyo, A., Nugroho, R., & Wibowo, A. (2022). Implementasi kebijakan ekonomi kreatif daerah dalam mendukung pembangunan ekonomi. *Jurnal Kebijakan Publik*, 7(2), 101–115.
- Sari, D., Rahman, A., & Putra, B. (2023). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis daerah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(1), 45–60.
- UNCTAD. (2022). *Creative economy outlook 2022*. United Nations.
- Yoon, H., & Malecki, E. J. (2022). Innovation ecosystems and regional development: A systematic review. *Research Policy*, 51(3), 104–123.