

## Menuju Kota Masa Depan: *Creative Hub* sebagai Infrastruktur Sosial dalam Komunikasi Pembangunan

<sup>1</sup> Yusri Yusuf<sup>1</sup>, <sup>2</sup>Eli Jamilah Mihardja

<sup>1,2</sup>Program S2 Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta

<sup>1</sup>Nama prodi, nama perguruan tinggi, kota

E-mail: <sup>1</sup>penulis1@domain, <sup>2</sup>eli.mihardja@bakrie.ac.id

### ABSTRAK

Transformasi perkotaan yang ditandai oleh urbanisasi, meningkatnya mobilitas penduduk, serta diversifikasi ekonomi menuntut kota-kota di Indonesia untuk tidak hanya membangun infrastruktur fisik, tetapi juga mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan sosial yang semakin kompleks. Berangkat dari penelitian terdahulu mengenai Malang Creative Center (MCC) sebagai media kota kreatif, artikel ini bertujuan untuk memahami kembali peran *creative hub* sebagai infrastruktur sosial dalam komunikasi pembangunan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental yang diperkaya perspektif *foresight*. Data diperoleh dari Focus Group Discussion (FGD), wawancara mendalam, observasi lapangan di MCC yang dilakukan pada tahun 2025, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MCC dimaknai oleh para penggunanya sebagai media komunikasi pembangunan yang memungkinkan terjadinya dialog antaraktor, pembentukan kesepakatan mengenai arah pembangunan kota, serta pengalaman langsung terhadap visi pembangunan yang diusung pemerintah daerah. Selain itu, MCC berfungsi sebagai infrastruktur sosial yang memperkuat ekosistem talenta, memperluas jejaring sosial, memfasilitasi pembelajaran lintas generasi, serta membangun kohesi sosial melalui praktik kolaboratif dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa *creative hub* tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif, tetapi juga membentuk kapasitas adaptif masyarakat dalam menghadapi perubahan. Dengan menggunakan perspektif *foresight*, artikel ini menawarkan refleksi bahwa kota masa depan memerlukan ruang komunikasi yang mampu menyiapkan manusianya untuk hidup dalam keberagaman dan transformasi yang berkelanjutan. Temuan penelitian ini menjadi pijakan konseptual bagi agenda riset lanjutan mengenai kesiapan sosial masyarakat dalam menghadapi transformasi perkotaan di berbagai konteks pembangunan di Indonesia.

Kata kunci : komunikasi pembangunan; creative hub; infrastruktur sosial; kota masa depan; foresight.

### ABSTRACT

Urban transformation characterized by urbanization, increasing population mobility, and economic diversification requires cities not only to invest in physical infrastructure but also to prepare communities for increasingly complex social changes. Building upon previous research on Malang Creative Center (MCC) as a medium of the creative city, this article reexamines the role of creative hubs as social infrastructure within the framework of development communication. The study employed a qualitative approach using an instrumental case study design enriched by a foresight perspective. Data were collected through Focus Group Discussions (FGDs), in-depth interviews,

field observations conducted at MCC in 2025, and document analysis. The findings reveal that MCC is perceived by its users as a medium of development communication that facilitates dialogue among stakeholders, fosters collective agreements on the future direction of the city, and enables citizens to experience development visions in everyday life. Furthermore, MCC functions as social infrastructure by strengthening local talent ecosystems, expanding social networks, facilitating intergenerational learning, and enhancing social cohesion through collaborative practices. These findings suggest that creative hubs contribute not only to the development of the creative economy but also to the formation of communities' adaptive capacities in responding to social change. Through a foresight perspective, this article argues that future cities require communicative spaces capable of preparing people to live within diversity and ongoing transformations. The study provides a conceptual foundation for future research on community preparedness in responding to urban transformations across various development contexts in Indonesia.

**Keyword :** development communication; creative hub; social infrastructure; future cities; foresight.

## 1. PENDAHULUAN

Perpindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur tidak hanya dipahami sebagai proyek pembangunan fisik berskala nasional, tetapi juga sebagai proses transformasi sosial yang berpotensi mengubah struktur ekonomi, komposisi demografis, dan identitas kota-kota di sekitarnya. Kota-kota penyangga seperti Sangatta di Kabupaten Kutai Timur diperkirakan akan menghadapi peningkatan mobilitas penduduk, masuknya kelompok profesional dari berbagai daerah, serta tuntutan diversifikasi ekonomi yang lebih kompleks. Dalam situasi demikian, tantangan pembangunan tidak lagi terbatas pada penyediaan infrastruktur dasar seperti jalan, perkantoran, dan fasilitas pelayanan publik, tetapi juga mencakup upaya mempersiapkan masyarakat lokal agar mampu beradaptasi, berkolaborasi, dan membangun kohesi sosial di tengah perubahan yang berlangsung cepat.

Namun demikian, diskursus pembangunan perkotaan di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan fisik dan ekonomi. Keberhasilan pembangunan sering kali diukur melalui jumlah proyek

yang diselesaikan, nilai investasi yang masuk, atau pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan. Perspektif tersebut cenderung mengabaikan dimensi sosial-komunikatif pembangunan, yakni bagaimana masyarakat memahami, mengalami, dan memberi makna terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Padahal, komunikasi pembangunan menempatkan masyarakat bukan sekadar sebagai penerima manfaat, melainkan sebagai subjek yang terlibat dalam proses pembelajaran sosial, negosiasi makna, dan pembentukan masa depan bersama (Servaes, 2008; Melkote & Steeves, 2015).

Dalam perkembangan mutakhir, komunikasi pembangunan tidak lagi dipahami sebagai proses penyampaian informasi secara linear dari pemerintah kepada masyarakat. Servaes (2008) menegaskan bahwa pembangunan merupakan proses dialogis yang menuntut partisipasi, pertukaran pengalaman, dan pembelajaran bersama. Senada dengan itu, Waisbord (2018) menekankan pentingnya pendekatan komunikasi yang berorientasi pada keterlibatan warga (citizen engagement), karena keberhasilan pembangunan sangat ditentukan oleh kemampuan masyarakat untuk memahami, merespons, dan mengadaptasi

perubahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Dengan demikian, pembangunan sesungguhnya merupakan proses komunikasi yang berlangsung melalui berbagai medium, baik media formal maupun pengalaman sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks tersebut, keberadaan ruang-ruang sosial yang memungkinkan warga bertemu, berinteraksi, dan membangun jejaring menjadi semakin penting. Klinenberg (2018) memperkenalkan konsep *social infrastructure* untuk menjelaskan bahwa ketahanan dan kualitas kehidupan kota tidak hanya ditentukan oleh infrastruktur fisik, tetapi juga oleh ruang-ruang yang memperkuat hubungan sosial, rasa memiliki, dan kapasitas kolektif masyarakat. Perpustakaan, taman kota, pusat komunitas, maupun ruang kreatif merupakan bentuk infrastruktur sosial yang memungkinkan terbentuknya kepercayaan, solidaritas, dan kemampuan masyarakat menghadapi perubahan. Kota yang hanya berinvestasi pada infrastruktur fisik tanpa memperhatikan infrastruktur sosial berisiko menghasilkan keterputusan sosial, polarisasi, dan rendahnya kapasitas adaptasi warga.

Salah satu bentuk infrastruktur sosial yang berkembang di berbagai kota adalah *creative hub*. *Creative hub* tidak hanya dipahami sebagai fasilitas pendukung industri kreatif, tetapi juga sebagai ruang perjumpaan lintas komunitas, inkubator talenta, serta arena pertukaran pengetahuan dan kolaborasi (Comunian, Chapain, & Clifton, 2020). Dalam perspektif komunikasi, ruang semacam ini dapat dipahami sebagai medium komunikasi pembangunan karena memungkinkan masyarakat mengalami secara langsung nilai, visi, dan arah perubahan yang ingin diwujudkan pemerintah daerah. *Creative hub* menghadirkan pembangunan dalam bentuk yang konkret dan dapat diakses

warga melalui praktik-praktik sosial yang berlangsung di dalamnya.

Salah satu bentuk infrastruktur sosial yang berkembang di berbagai kota adalah *creative hub*. *Creative hub* tidak hanya dipahami sebagai fasilitas pendukung industri kreatif, tetapi juga sebagai ruang perjumpaan lintas komunitas, inkubator talenta, serta arena pertukaran pengetahuan dan kolaborasi (Comunian, Chapain, & Clifton, 2020). Dalam perspektif komunikasi, ruang semacam ini dapat dipahami sebagai medium komunikasi pembangunan karena memungkinkan masyarakat mengalami secara langsung nilai, visi, dan arah perubahan yang ingin diwujudkan pemerintah daerah. *Creative hub* menghadirkan pembangunan dalam bentuk yang konkret dan dapat diakses warga melalui praktik-praktik sosial yang berlangsung di dalamnya.

Dalam konteks Indonesia, penelitian Mihadja et al. (2025) mengenai Malang Creative Center (MCC) menunjukkan bahwa pusat kreatif kota tidak hanya berfungsi sebagai infrastruktur ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai ruang publik yang memperkuat ekosistem talenta, mendorong kolaborasi antaraktor, serta menjadi medium komunikasi pembangunan dalam mendukung terwujudnya kota yang inklusif dan berkelanjutan. Studi tersebut menegaskan bahwa MCC dimaknai sebagai ruang belajar, ruang bertemu, dan arena pembentukan identitas kota kreatif melalui pengalaman sosial masyarakat (Mihadja et al., 2025). Akan tetapi, kajian tersebut masih berfokus pada kontribusi MCC terhadap pembangunan kota kreatif dan pencapaian SDG 11. Belum banyak penelitian yang mendiskusikan bagaimana pengalaman tersebut dapat menjadi pelajaran bagi kota-kota yang sedang memasuki fase transformasi sosial yang lebih besar, seperti daerah-daerah penyangga Ibu Kota Nusantara (IKN).

Berangkat dari celah tersebut, artikel ini memposisikan pengalaman Malang bukan semata sebagai contoh praktik kota kreatif, melainkan sebagai *lesson learned* mengenai pentingnya menghadirkan ruang komunikasi yang mampu menyiapkan masyarakat menghadapi perubahan. Dalam konteks kota-kota penyangga IKN, *creative hub* berpotensi berfungsi sebagai infrastruktur sosial yang mendukung adaptasi masyarakat lokal terhadap meningkatnya heterogenitas sosial, mobilitas penduduk, dan tuntutan ekonomi baru yang menyertai proses metropolitanisasi.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Transformasi Kota Penyangga IKN dan Tantangan Sosial-Komunikatif

Pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur diproyeksikan tidak hanya menghasilkan perubahan tata ruang dan pusat administrasi negara, tetapi juga memicu transformasi sosial yang signifikan di wilayah sekitarnya. Kota-kota penyangga seperti Balikpapan, Samarinda, Penajam Paser Utara, Kutai Kartanegara, hingga Kutai Timur diperkirakan akan mengalami peningkatan mobilitas penduduk, pertumbuhan ekonomi baru, perubahan struktur pekerjaan, serta meningkatnya heterogenitas sosial. Oleh karena itu, kesiapan wilayah tidak dapat diukur semata dari aspek fisik dan administratif, tetapi juga dari kapasitas sosial masyarakat dalam menghadapi perubahan.

Paramananda dan Muta'ali (2021) menunjukkan bahwa kesiapan wilayah calon IKN memerlukan dukungan infrastruktur, tata ruang, serta kapasitas kelembagaan yang memadai. Sementara itu, Lestari (2021) menegaskan bahwa pengembangan wilayah dan kota di Indonesia perlu memperhatikan dimensi sosial masyarakat agar pembangunan

tidak menghasilkan ketimpangan baru. Dalam konteks IKN, Amri dan Lessy (2024) menemukan bahwa diskursus pemerataan ekonomi menjadi salah satu narasi utama pembangunan nasional, meskipun implementasinya tetap memerlukan perhatian terhadap distribusi manfaat pembangunan bagi masyarakat lokal.

Selain persoalan ekonomi, berbagai penelitian juga mengingatkan adanya konsekuensi sosial yang menyertai pembangunan IKN. Mazda (2022) menjelaskan bahwa perpindahan ibu kota berpotensi memengaruhi aspek keamanan sosial (*social security*), terutama terkait kesiapan masyarakat menghadapi perubahan demografis, kompetisi ekonomi, serta kemungkinan terjadinya marginalisasi kelompok tertentu. Bahkan, dalam perspektif pertahanan wilayah, Tambayong et al. (2023) menegaskan bahwa pembangunan IKN membutuhkan penguatan ketahanan sosial masyarakat lokal sebagai bagian dari sistem pertahanan nasional. Dengan demikian, transformasi kota penyangga IKN sesungguhnya merupakan proses perubahan sosial yang menuntut kapasitas adaptasi masyarakat, bukan sekadar pembangunan fisik.

### 2.2 Komunikasi Pembangunan sebagai Proses Pembelajaran Sosial

Kajian komunikasi pembangunan telah mengalami pergeseran paradigma dari pendekatan modernisasi yang bersifat top-down menuju pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan. Servaes (2008) menegaskan bahwa pembangunan merupakan proses dialogis yang memungkinkan masyarakat terlibat dalam pembentukan makna, pertukaran pengalaman, dan pengambilan keputusan. Senada dengan itu, Melkote dan Steeves (2015) memandang komunikasi pembangunan sebagai proses

pemberdayaan yang bertujuan memperkuat kapasitas masyarakat dalam menghadapi perubahan sosial.

Dalam konteks IKN, pendekatan komunikasi pembangunan menjadi penting karena transformasi perkotaan tidak hanya membutuhkan penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat, tetapi juga ruang bagi warga untuk memahami, mendiskusikan, dan merespons perubahan yang terjadi. Penelitian Sinaga dan Yuningsih (2025) mengenai komunikasi pemerintahan Otorita IKN menunjukkan bahwa pemerintah telah berupaya membangun narasi pembangunan melalui berbagai saluran komunikasi. Namun demikian, komunikasi pembangunan tidak dapat berhenti pada level diseminasi informasi. Keberhasilannya sangat ditentukan oleh kemampuan pemerintah menghadirkan ruang-ruang sosial yang memungkinkan warga mengalami dan memaknai pembangunan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, komunikasi pembangunan dalam artikel ini dipahami sebagai proses pembelajaran sosial yang berlangsung melalui interaksi antaraktor, pengalaman kolektif, serta praktik keseharian masyarakat dalam menghadapi transformasi kota.

### **2.3 Creative Hub sebagai Infrastruktur Sosial**

Dalam menghadapi perubahan sosial yang cepat, kota membutuhkan lebih dari sekadar infrastruktur fisik. Klinenberg (2018) memperkenalkan konsep *social infrastructure* untuk menjelaskan bahwa kualitas kehidupan kota juga ditentukan oleh keberadaan ruang-ruang yang memperkuat hubungan sosial, rasa percaya, dan kapasitas kolektif masyarakat. Infrastruktur sosial memungkinkan warga bertemu,

berinteraksi, belajar, dan membangun solidaritas dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu bentuk infrastruktur sosial yang berkembang di kota-kota kontemporer adalah *creative hub*. Creative hub tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai ruang kolaborasi lintas komunitas, tempat bertukar pengetahuan, dan arena pengembangan talenta. Dalam konteks Kota Malang, penelitian Mihadja et al. (2025) menunjukkan bahwa Malang Creative Center (MCC) dimaknai sebagai media kota kreatif yang memperkuat ekosistem talenta, menghadirkan ruang publik, serta menjadi medium komunikasi pembangunan dalam mendukung SDG 11. MCC tidak sekadar dipahami sebagai bangunan fisik, tetapi sebagai ruang yang memungkinkan masyarakat membangun jejaring, mengembangkan kapasitas, dan mengalami secara langsung arah pembangunan kota.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Dwiyuniar (2025) yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi MCC tidak hanya berorientasi pada promosi kegiatan ekonomi kreatif, tetapi juga pada pembentukan kolaborasi antaraktor dan penguatan fungsi MCC sebagai "rumah bersama" bagi komunitas kreatif Kota Malang. Dengan demikian, creative hub dapat dipahami sebagai infrastruktur sosial yang berfungsi mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan melalui proses pembelajaran sosial yang berlangsung secara informal dan partisipatif.

### **2.4 Ruang Publik, Politik Keseharian, dan Kohesi Sosial**

Ruang publik memiliki peran penting dalam membentuk kehidupan sosial dan politik masyarakat. Habermas (1989) memandang ruang publik sebagai arena diskursif tempat warga dapat bertukar gagasan dan membentuk opini bersama.

Dalam praktiknya, ruang publik tidak selalu hadir dalam bentuk formal, tetapi juga melalui berbagai aktivitas keseharian masyarakat.

Minanto (2018) menunjukkan bahwa ruang kota merupakan arena produksi dan konsumsi makna yang tidak terlepas dari praktik politik keseharian. Aktivitas bersantai, berkumpul, dan berinteraksi dalam ruang publik sesungguhnya merupakan proses negosiasi identitas dan relasi sosial antarwarga. Dalam konteks budaya lokal, Faisal (2020) menjelaskan bahwa ruang publik kultural dapat bertransformasi menjadi ruang publik politis ketika digunakan sebagai arena artikulasi kepentingan dan pembentukan kesadaran kolektif.

Lebih jauh, Isvara dan Ismoyo (2025) menunjukkan bahwa ruang publik juga dapat menjadi sarana ekspresi, advokasi, dan perlawanan melalui aktivitas seni komunitas. Temuan ini menegaskan bahwa ruang publik bukan sekadar tempat berkumpul, melainkan medium komunikasi yang memungkinkan terbentuknya kohesi sosial, partisipasi warga, dan pembelajaran demokratis.

Dalam konteks kota-kota penyangga IKN yang akan mengalami peningkatan heterogenitas sosial akibat arus migrasi, keberadaan ruang publik menjadi penting sebagai arena adaptasi antara masyarakat lokal dan pendatang baru. Ruang-ruang semacam ini memungkinkan terbangunnya rasa saling percaya, pengakuan terhadap keberagaman, serta pembentukan identitas kota yang inklusif.

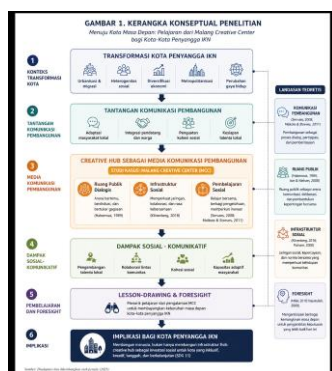
## **2.5 Infrastruktur Sosial sebagai Media Komunikasi Pembangunan: Kerangka Teoretis Penelitian**

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, artikel ini memandang transformasi kota penyangga IKN sebagai proses sosial-komunikatif yang membutuhkan kesiapan

masyarakat untuk beradaptasi terhadap perubahan. Komunikasi pembangunan dipahami sebagai proses pembelajaran sosial yang memungkinkan warga membangun kapasitas adaptif melalui pengalaman kolektif dan partisipasi dalam kehidupan kota.

Dalam kerangka ini, creative hub diposisikan sebagai bentuk infrastruktur sosial yang berfungsi sebagai media komunikasi pembangunan. Creative hub memungkinkan masyarakat bertemu, belajar, membangun jejaring, mengembangkan talenta, serta memaknai arah pembangunan kota melalui praktik keseharian. Pengalaman Malang Creative Center menjadi contoh empiris mengenai bagaimana ruang semacam ini dapat memperkuat kohesi sosial dan kapasitas masyarakat dalam menghadapi perubahan.

Artikel ini berargumen bahwa kota-kota penyangga IKN tidak cukup dipersiapkan melalui pembangunan jalan, gedung pemerintahan, dan infrastruktur ekonomi semata. Pemerintah daerah juga perlu menghadirkan ruang komunikasi yang menyiapkan manusia untuk hidup dalam kota yang semakin heterogen dan metropolitan. Dengan demikian, creative hub dipahami bukan sekadar fasilitas ekonomi kreatif, melainkan media komunikasi pembangunan yang memperkuat talenta lokal, kohesi sosial, dan kapasitas adaptasi masyarakat dalam menghadapi transformasi kota masa depan.



Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini menganalisis bagaimana Malang Creative Center dimaknai sebagai media komunikasi pembangunan oleh para penggunanya, serta pelajaran apa yang dapat ditarik bagi kota-kota penyangga IKN dalam mempersiapkan masyarakat menghadapi transformasi sosial perkotaan.

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental (*instrumental case study*) yang diperkaya dengan perspektif *foresight* dalam komunikasi pembangunan. Studi kasus instrumental dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan semata-mata memahami kekhasan Malang Creative Center (MCC) sebagai sebuah kasus tunggal, melainkan menggunakan pengalaman MCC untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana kota-kota yang sedang bertumbuh dapat mempersiapkan masyarakatnya menghadapi transformasi sosial. Stake (1995) menjelaskan bahwa dalam studi kasus instrumental, suatu kasus dipelajari karena kemampuannya menjelaskan isu atau fenomena yang lebih besar daripada kasus itu sendiri. Dalam penelitian ini, MCC diposisikan sebagai kasus empiris yang memungkinkan peneliti memahami peran ruang kreatif sebagai media komunikasi pembangunan

dan infrastruktur sosial dalam menyiapkan kapasitas adaptif masyarakat.

Perspektif *foresight* digunakan untuk memperluas pembacaan terhadap temuan empiris MCC ke dalam konteks kota-kota penyangga Ibu Kota Nusantara (IKN). Berbeda dengan pendekatan prediktif yang berupaya meramalkan masa depan secara pasti, *foresight* menekankan pada upaya mengantisipasi berbagai kemungkinan perubahan melalui pembelajaran dari pengalaman masa kini (Miller, 2018). Dalam konteks komunikasi pembangunan, perspektif ini memungkinkan penelitian tidak berhenti pada deskripsi pengalaman Malang semata, tetapi juga mendiskusikan relevansi temuan tersebut dalam menghadapi tantangan transformasi sosial yang diperkirakan akan dialami kota-kota penyangga IKN. Dengan demikian, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membandingkan Malang dengan Sangatta atau wilayah penyangga IKN lainnya, melainkan mengembangkan *lesson-drawing* atau pembelajaran kebijakan dari pengalaman MCC untuk membaca kebutuhan komunikasi pembangunan di masa depan.

Data primer penelitian diperoleh dari penelitian lapangan di Malang Creative Center yang dilakukan pada tahun 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD), wawancara mendalam, dan observasi. FGD melibatkan para pelaku ekonomi kreatif, pengelola, komunitas, serta pengguna MCC yang memiliki pengalaman langsung dalam memanfaatkan ruang tersebut. Melalui FGD, peneliti berupaya menangkap berbagai persepsi, pengalaman, dan pemaknaan terhadap fungsi MCC dalam kehidupan sosial kota. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman individual para informan mengenai peran MCC sebagai ruang belajar, ruang

kolaborasi, serta ruang pembentukan identitas kota. Sementara itu, observasi dilakukan untuk mengamati penggunaan ruang, pola interaksi antaraktor, jenis aktivitas yang berlangsung, serta dinamika sosial yang terbentuk di dalam MCC. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Stake (1995) bahwa pemahaman terhadap suatu kasus diperoleh melalui kedekatan peneliti dengan pengalaman para aktor yang terlibat di dalamnya.

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa dokumen kebijakan, laporan resmi, publikasi ilmiah, dan literatur yang berkaitan dengan pembangunan IKN, komunikasi pembangunan, ruang publik, serta transformasi sosial perkotaan. Dokumen terkait IKN digunakan untuk membangun konteks mengenai tantangan yang berpotensi dihadapi kota-kota penyangga, seperti meningkatnya mobilitas penduduk, perubahan struktur ekonomi, dan kebutuhan adaptasi sosial masyarakat. Amri dan Lessy (2024) menunjukkan bahwa pembangunan IKN membawa narasi besar mengenai pemerataan ekonomi nasional, sementara Sinaga dan Yuningsih (2025) menegaskan pentingnya komunikasi pemerintahan dalam mengelola proses pembangunan dan pemindahan ibu kota. Di sisi lain, Mazda (2022) mengingatkan bahwa perpindahan ibu kota juga mengandung konsekuensi sosial yang memerlukan kesiapan masyarakat lokal dalam menghadapi perubahan. Dengan demikian, studi dokumentasi tidak dimaksudkan sebagai sumber data pembanding, melainkan sebagai landasan kontekstual untuk mendiskusikan transferabilitas temuan dari kasus MCC.

Analisis data dilakukan secara interpretatif dan berlangsung secara simultan sejak proses pengumpulan data. Tahap pertama dilakukan melalui proses reduksi data untuk mengidentifikasi tema-

tema utama yang berkaitan dengan pemaknaan MCC sebagai media komunikasi pembangunan. Tahap kedua difokuskan pada analisis fungsi MCC sebagai infrastruktur sosial dalam memperkuat talenta lokal, jejaring sosial, dan kohesi masyarakat. Pada tahap ketiga, temuan-temuan tersebut dibaca menggunakan perspektif *foresight* melalui pendekatan *lesson-drawing*, yakni mengidentifikasi pelajaran yang dapat dipertimbangkan oleh kota-kota penyangga IKN dalam mempersiapkan masyarakat menghadapi transformasi metropolitan. Pendekatan ini memungkinkan penelitian bergerak dari pemahaman atas pengalaman empiris menuju refleksi mengenai kemungkinan penerapannya dalam konteks yang berbeda tanpa mengklaim adanya generalisasi statistik.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi metode dengan membandingkan hasil FGD, wawancara, observasi, serta studi dokumentasi. Triangulasi dilakukan untuk memastikan konsistensi informasi dan memperkuat interpretasi yang dihasilkan. Selain itu, peneliti melakukan pembacaan berulang terhadap transkrip dan catatan lapangan guna mengidentifikasi pola, perbedaan pandangan, serta nuansa pengalaman yang muncul dari para informan. Strategi ini penting untuk menjaga sensitivitas peneliti terhadap konteks sosial yang melatarbelakangi pemaknaan terhadap MCC.

Melalui desain penelitian ini, artikel tidak bermaksud menyatakan bahwa pengalaman Malang dapat direplikasi secara langsung oleh kota-kota penyangga IKN. Sebaliknya, penelitian ini berupaya menunjukkan bahwa pengalaman MCC menyediakan pelajaran penting mengenai bagaimana ruang-ruang kreatif dapat berfungsi sebagai media komunikasi pembangunan dan infrastruktur sosial yang membantu masyarakat

mempersiapkan diri menghadapi perubahan. Dengan demikian, studi ini berkontribusi dalam memperluas kajian komunikasi pembangunan dengan menghadirkan perspektif *foresight*, yaitu melihat ruang komunikasi bukan hanya sebagai respons terhadap persoalan masa kini, tetapi juga sebagai investasi sosial untuk membangun kapasitas adaptif masyarakat dalam menghadapi kota masa depan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Media Komunikasi Pembangunan: MCC dari Instruksi Pemerintah ke Kesepakatan Warga

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Malang Creative Center (MCC) tidak dipahami oleh para informan semata sebagai fasilitas fisik milik pemerintah, melainkan sebagai hasil dari proses komunikasi pembangunan yang berlangsung secara bertahap, dialogis, dan berbasis kesepakatan warga. Dalam FGD, informan menegaskan bahwa pembangunan kota tidak dapat semata-mata ditentukan oleh kehendak kepala daerah atau slogan pemerintahan, tetapi harus bertumpu pada kesepakatan masyarakat mengenai wajah kota yang ingin dibangun. Salah satu informan menyatakan bahwa membangun kota harus dilakukan dengan “kata kunci kesepakatan warga”, karena warga merupakan pihak yang menentukan kota tersebut hendak diarahkan menjadi apa. Informan yang sama juga menegaskan bahwa kepala daerah seharusnya berperan sebagai regulator dan fasilitator, bukan sebagai aktor tunggal yang menginstruksikan arah pembangunan dari atas.

Temuan ini memperlihatkan pergeseran model komunikasi pembangunan dari pendekatan instruksional menuju pendekatan

partisipatoris. Dalam kerangka komunikasi pembangunan, Servaes (2008) menegaskan bahwa pembangunan tidak lagi dapat dipahami sebagai proses linear berupa penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat, melainkan sebagai proses dialogis yang memungkinkan masyarakat terlibat dalam pembentukan makna, pengambilan keputusan, dan pembelajaran sosial. Pandangan tersebut sejalan dengan Melkote dan Steeves (2015) yang menempatkan komunikasi pembangunan sebagai proses pemberdayaan, di mana masyarakat tidak diposisikan sebagai objek penerima kebijakan, tetapi sebagai subjek yang ikut membentuk arah perubahan.

Dalam konteks MCC, komunikasi pembangunan berlangsung melalui proses panjang berupa diskusi komunitas, FGD, perdebatan, pemetaan potensi, hingga advokasi kebijakan. Para informan menyebut bahwa sebelum MCC hadir sebagai bangunan, ekosistem kreatif Malang telah lebih dahulu dibangun melalui proses penguatan komunitas dan kebijakan. Salah satu transkrip menunjukkan bahwa pembangunan ekosistem kreatif dimulai sejak 2016 melalui FGD intensif, pemetaan pelaku, identifikasi aset kreatif, penyusunan roadmap, hingga proses pengisian dossier untuk jejaring kota kreatif dunia.

Dengan demikian, MCC dapat dipahami sebagai manifestasi fisik dari proses komunikasi pembangunan yang telah berlangsung sebelumnya. Bangunan MCC bukan titik awal pembangunan, melainkan hasil dari proses dialog, negosiasi, dan konsensus antaraktor kota. Dalam perspektif komunikasi, MCC bekerja sebagai media pembangunan karena menghadirkan visi kota kreatif dalam bentuk pengalaman yang dapat dirasakan warga melalui ruang, aktivitas, program, dan interaksi sosial. Temuan ini memperkuat argumen Mihardja et al.

(2025) bahwa MCC merupakan media kota kreatif yang menghubungkan ruang publik, ekosistem talenta, dan komunikasi pembangunan dalam kerangka kota berkelanjutan.

#### **4.2 Infrastruktur Sosial: MCC sebagai Investasi Jangka Panjang bagi Talenta Lokal**

Tema kedua yang muncul kuat dalam data adalah pemakaian MCC sebagai investasi sosial jangka panjang. Para informan tidak menilai keberhasilan MCC terutama dari kemegahan bangunan, melainkan dari kemampuannya menumbuhkan talenta, memperluas jejaring, dan membentuk ekosistem kreatif lintas generasi. Salah satu informan secara eksplisit menyebut bahwa MCC merupakan “investasi kepada sumber daya manusia” yang hasilnya baru dapat dirasakan dalam 10 sampai 20 tahun mendatang. Informan tersebut juga memberi contoh bahwa anak-anaknya dan anak-anak pelaku kreatif lain telah memanfaatkan MCC untuk mengikuti aktivitas, les, dan kegiatan kreatif pada akhir pekan.

Temuan ini dapat dibaca melalui konsep *social infrastructure* dari Klinenberg (2018). Infrastruktur sosial merujuk pada ruang dan fasilitas yang memungkinkan masyarakat bertemu, membangun hubungan sosial, memperkuat rasa percaya, dan membentuk kapasitas kolektif. Dalam pengertian ini, MCC bukan hanya infrastruktur ekonomi kreatif, tetapi juga infrastruktur sosial yang memungkinkan berlangsungnya proses pembelajaran sosial. Ia menyediakan ruang bagi warga untuk mengembangkan keterampilan, membangun jejaring, serta mengalami praktik kolaborasi yang tidak selalu dapat diperoleh melalui pendidikan formal.

Hal ini juga sejalan dengan temuan dalam artikel sebelumnya yang

menunjukkan bahwa MCC dipahami sebagai ruang pengembangan talenta dan pembelajaran berbasis praktik. Dalam artikel tersebut, informan menegaskan bahwa dampak MCC tidak seharusnya dihitung dari gedungnya, melainkan dari jumlah talenta yang lahir, komunitas yang tumbuh, dan kolaborasi yang terbentuk. Dengan demikian, MCC berfungsi sebagai *talent engine* yang memperkuat kapasitas adaptif masyarakat melalui proses regenerasi, kolaborasi, dan transfer pengetahuan.

Dalam perspektif komunikasi pembangunan, fungsi ini penting karena pembangunan kota masa depan tidak hanya membutuhkan investasi fisik, tetapi juga investasi pada kemampuan manusia untuk memahami, merespons, dan mengelola perubahan. Komunikasi pembangunan dalam konteks MCC tidak hanya berlangsung melalui kampanye, publikasi, atau saluran digital, tetapi melalui praktik sosial yang memungkinkan warga belajar dari pengalaman langsung. Di sinilah MCC menjadi medium komunikasi pembangunan: ia mengomunikasikan arah pembangunan kota melalui aktivitas yang melibatkan tubuh, ruang, relasi, dan pengalaman warga sehari-hari.

#### **4.3 Ruang Publik, Negosiasi Makna, dan Tantangan Inklusivitas**

Meskipun MCC dipahami sebagai ruang yang memperkuat ekosistem kreatif, data juga menunjukkan adanya tantangan inklusivitas dalam proses komunikasi pembangunan. Beberapa informan menegaskan bahwa masih terdapat kesenjangan pemahaman mengenai ekonomi kreatif, city branding, dan identitas Kota Malang sebagai kota media art. Salah satu informan menyatakan bahwa jika narasi “City of Media Art” dipaksakan tanpa pemahaman dari kelompok masyarakat yang lebih tua, maka proses city branding tersebut dapat

dianggap gagal. Dalam percakapan yang sama, informan lain menambahkan bahwa terdapat kesenjangan informasi, terutama ketika komunikasi terlalu bertumpu pada kanal digital.

Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa ruang publik kreatif tidak otomatis inklusif. Ia tetap membutuhkan strategi komunikasi yang mampu menjangkau kelompok berbeda, baik generasi muda, pelaku kreatif, komunitas akar rumput, generasi senior, maupun masyarakat yang tidak aktif dalam ekosistem digital. Habermas (1989) memandang ruang publik sebagai arena diskursif tempat warga dapat membentuk opini dan kehendak bersama. Namun, agar ruang publik dapat berfungsi secara demokratis, akses terhadap percakapan dan partisipasi harus terbuka bagi berbagai kelompok sosial.

Dalam kasus MCC, problem inklusivitas tampak pada kritik terhadap dominasi komunikasi digital. Salah satu informan menyebut bahwa komunikasi digital cenderung hanya menjangkau mereka yang memiliki akses dan kemampuan digital. Ia mempertanyakan posisi kelompok yang tidak menggunakan media digital, dan menegaskan bahwa pendekatan digital semata dapat melahirkan eksklusivitas baru. Kritik ini sejalan dengan Waisbord (2018), yang menekankan bahwa komunikasi pembangunan tidak cukup berhenti pada penyebaran pesan, tetapi harus memperhatikan konteks sosial, ketimpangan akses, dan keterlibatan warga secara nyata.

Oleh karena itu, MCC perlu dipahami sebagai ruang publik yang masih terus dinegosiasikan. Di satu sisi, MCC membuka ruang pertemuan dan kolaborasi. Di sisi lain, keberhasilannya sebagai media komunikasi pembangunan bergantung pada kemampuannya menjembatani kesenjangan pengetahuan,

generasi, dan akses komunikasi. Dalam kerangka Minanto (2018), ruang kota bukan ruang netral, melainkan arena politik keseharian tempat makna diproduksi, dikonsumsi, dan diperebutkan. Dengan demikian, MCC bukan hanya ruang kreatif, tetapi juga arena negosiasi mengenai siapa yang berhak mendefinisikan masa depan kota.

#### **4.4 *Creative Hub* sebagai Arena Adaptasi Sosial dan Pembentukan Kohesi**

Data FGD juga menunjukkan bahwa MCC dan ekosistem kreatif Malang berfungsi sebagai arena adaptasi sosial. Para informan menggambarkan pentingnya ruang-ruang diskusi, pertemuan komunitas, dan interaksi lintas aktor dalam membangun kesamaan frekuensi antarwarga. Salah satu informan menyebut bahwa proses membawa visi ekonomi kreatif ke kalangan akademisi tidak mudah karena membutuhkan proses *make and match*, penyamaan frekuensi, komitmen, kegigihan, mitigasi risiko, dan pencarian peluang.

Temuan ini menunjukkan bahwa kohesi sosial tidak terbentuk secara otomatis, tetapi melalui proses komunikasi yang berulang. Dalam ruang seperti MCC, warga belajar untuk mendengarkan, bernegosiasi, berbeda pendapat, dan bekerja lintas komunitas. Proses tersebut membentuk kompetensi sosial yang sangat penting bagi kota yang sedang bergerak menuju struktur sosial yang lebih heterogen. Di sinilah *creative hub* dapat dibaca bukan hanya sebagai tempat produksi kreativitas, tetapi sebagai ruang latihan hidup bersama.

Dalam perspektif ruang publik, fungsi tersebut memperlihatkan bagaimana ruang kultural dapat berkembang menjadi ruang sosial-politik. Faisal (2020) menunjukkan bahwa ruang publik kultural dapat bertransformasi menjadi ruang

publik politis ketika digunakan untuk membangun kesadaran kolektif dan mengartikulasikan kepentingan bersama. Isvara dan Ismoyo (2025) juga menegaskan bahwa ruang publik dapat menjadi medium ekspresi, advokasi, dan partisipasi komunitas. Dengan cara yang serupa, MCC menjadi ruang tempat aktor-aktor kreatif membentuk kesadaran bersama mengenai identitas kota, arah pembangunan, dan kebutuhan masyarakat.

Temuan ini relevan bagi kota-kota penyangga IKN karena transformasi metropolitan akan membawa masyarakat lokal berhadapan dengan arus pendatang, tenaga profesional, investasi baru, serta nilai-nilai urban yang lebih kompleks. Dalam situasi tersebut, kota tidak cukup hanya menyediakan ruang fisik, tetapi juga perlu menyediakan ruang interaksi yang memungkinkan masyarakat lokal dan pendatang membangun pemahaman bersama. Creative hub dapat menjadi salah satu bentuk ruang komunikasi yang memfasilitasi proses adaptasi sosial tersebut.

#### **4.5 Foresight Pembangunan: Pelajaran dari Malang bagi Kota-Kota Penyangga IKN**

Bagian terakhir dari analisis ini menggunakan perspektif *foresight* untuk membaca relevansi pengalaman MCC bagi kota-kota penyangga IKN. Foresight tidak dimaksudkan untuk memprediksi masa depan secara pasti, tetapi untuk mengidentifikasi kemungkinan perubahan dan menyiapkan kapasitas sosial dalam menghadapinya (Miller, 2018). Dalam konteks artikel ini, MCC dibaca sebagai kasus pembelajaran mengenai bagaimana sebuah kota menyiapkan manusia, talenta, dan kohesi sosial sebelum perubahan berlangsung semakin kompleks.

Data FGD menunjukkan bahwa para aktor kreatif Malang telah berpikir dalam

horizon jangka panjang. Salah satu informan menyatakan bahwa Malang telah membangun fondasi kuat untuk keberlanjutan masa depan, sehingga tokoh-tokoh baru dan generasi penerus dapat muncul. Informan tersebut bahkan membandingkan Malang dengan kota-kota yang memiliki sejarah panjang dalam membangun masyarakat, komunitas, dan inovasi. Pernyataan ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa pembangunan kota tidak hanya berkaitan dengan capaian saat ini, tetapi dengan pembentukan fondasi sosial untuk masa depan.

Dalam konteks IKN, pelajaran tersebut menjadi penting. Amri dan Lessy (2024) menunjukkan bahwa pembangunan IKN membawa narasi pemerataan ekonomi nasional. Namun, pemerataan tidak cukup dipahami sebagai distribusi proyek fisik atau investasi ekonomi. Pemerataan juga perlu menyentuh kapasitas masyarakat lokal agar tidak menjadi penonton dalam perubahan yang terjadi di wilayahnya sendiri. Mazda (2022) mengingatkan bahwa pemindahan ibu kota membawa implikasi terhadap keamanan sosial, termasuk potensi kompetisi ekonomi, perubahan demografis, dan marginalisasi kelompok lokal. Sementara itu, Sinaga dan Yuningsih (2025) menekankan pentingnya komunikasi pemerintahan dalam persiapan pembangunan dan pemindahan IKN.

Dengan menggunakan pengalaman MCC sebagai pembelajaran, artikel ini berargumen bahwa kota-kota penyangga IKN memerlukan infrastruktur sosial yang mampu menyiapkan masyarakat menghadapi metropolitanisasi. Jalan, gedung pemerintahan, kawasan bisnis, dan fasilitas transportasi memang penting, tetapi tidak cukup. Kota yang sedang tumbuh juga membutuhkan ruang komunikasi tempat warga belajar, berkolaborasi, mengembangkan talenta, dan membangun rasa memiliki. Creative

hub dapat menjadi salah satu bentuk ruang tersebut.

Pelajaran utama dari Malang adalah bahwa pembangunan kota masa depan harus dimulai dari manusia. MCC menunjukkan bahwa creative hub dapat berfungsi sebagai media komunikasi pembangunan karena ia menerjemahkan visi pembangunan ke dalam pengalaman sosial yang konkret. Ia juga berfungsi sebagai infrastruktur sosial karena memperkuat jejaring, talenta, dan kohesi masyarakat. Dalam konteks kota-kota penyangga IKN, perspektif ini penting untuk memastikan bahwa transformasi metropolitan tidak hanya menghasilkan pertumbuhan fisik, tetapi juga kesiapan sosial masyarakat lokal untuk hidup dalam kota yang semakin terbuka, beragam, dan kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa MCC bukan sekadar simbol kota kreatif atau fasilitas ekonomi kreatif. MCC merupakan ruang komunikasi yang mempertemukan visi pembangunan dengan pengalaman warga, sekaligus infrastruktur sosial yang menyiapkan masyarakat menghadapi masa depan. Dengan demikian, pelajaran dari Malang dapat digunakan sebagai refleksi *foresight* bagi kota-kota penyangga IKN: kota masa depan tidak cukup dibangun dengan jalan dan gedung, tetapi juga dengan ruang yang menyiapkan manusia untuk hidup bersama dalam perubahan.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Malang Creative Center (MCC) tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai media komunikasi pembangunan dan infrastruktur sosial yang memungkinkan

masyarakat mengalami, memaknai, dan berpartisipasi dalam proses pembangunan kota. Melalui berbagai aktivitas kolaboratif, ruang diskusi, pembelajaran, dan pertemuan lintas komunitas, MCC menjadi arena tempat warga membangun kesepakatan mengenai arah perubahan kota, mengembangkan talenta, memperluas jejaring sosial, serta memperkuat kohesi sosial. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi pembangunan tidak berlangsung semata melalui pesan-pesan formal pemerintah, melainkan melalui pengalaman sosial yang dialami warga dalam ruang-ruang keseharian yang bermakna.

Analisis menggunakan perspektif komunikasi pembangunan menunjukkan bahwa pembangunan kota yang efektif memerlukan proses dialogis yang menempatkan masyarakat sebagai subjek perubahan. Sementara itu, melalui konsep infrastruktur sosial, penelitian ini menegaskan bahwa investasi terhadap manusia sama pentingnya dengan investasi terhadap infrastruktur fisik. Creative hub seperti MCC berperan sebagai ruang pembelajaran sosial yang membentuk kapasitas adaptif masyarakat melalui transfer pengetahuan, kolaborasi, serta negosiasi atas keberagaman pengalaman dan identitas. Dengan demikian, keberhasilan pembangunan kota tidak hanya diukur dari tersedianya fasilitas fisik atau pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dari kemampuannya memperkuat hubungan sosial dan mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan.

Melalui perspektif *foresight*, penelitian ini menawarkan pelajaran bagi kota-kota penyangga Ibu Kota Nusantara (IKN) yang diperkirakan akan mengalami transformasi sosial akibat urbanisasi, migrasi penduduk, dan diversifikasi ekonomi. Pengalaman MCC menunjukkan bahwa kota yang sedang tumbuh tidak cukup hanya membangun

jalan, gedung pemerintahan, dan kawasan bisnis, tetapi juga perlu menghadirkan ruang komunikasi yang memungkinkan warga belajar hidup dalam keberagaman, membangun rasa memiliki terhadap kota, serta mengembangkan talenta lokal agar mampu berpartisipasi dalam tatanan metropolitan yang baru. Tanpa infrastruktur sosial semacam itu, masyarakat lokal berisiko mengalami keterasingan dan hanya menjadi penonton dalam perubahan yang berlangsung di wilayahnya sendiri.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian komunikasi pembangunan dengan menunjukkan bahwa creative hub dapat dipahami sebagai media komunikasi pembangunan sekaligus infrastruktur sosial yang menjembatani visi pembangunan dengan pengalaman warga. Secara praktis, temuan ini menggarisbawahi pentingnya memasukkan pembangunan ruang-ruang kreatif dan kolaboratif ke dalam agenda persiapan kota-kota penyangga IKN. Kota masa depan pada akhirnya tidak hanya ditentukan oleh kualitas infrastruktur fisiknya, tetapi oleh kemampuannya menyiapkan manusia yang akan menghidupinya

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih diucapkan kepada Malang Creative Fusion dan Creative City Network Indonesia terutama Vicky

## DAFTAR PUSTAKA

Amri, D. R., & Lessy, Z. (2024). Analisis diskursus pemerataan ekonomi dalam pembangunan nasional Ibu Kota Nusantara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 2655–2672.

Comunian, R., Chapain, C., & Clifton, N. (2020). Creative hubs in the city: Spaces

of innovation, collaboration and cultural production. *Regional Studies, Regional Science*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/21681376.2019.1701544>

Dwiyuniar, C. A. (2025). *Strategi komunikasi Malang Creative Center dalam meningkatkan peran sebagai rumah ekonomi kreatif di Kota Malang (Studi pada tim komunikasi dan kolaborasi)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Faisal, A. (2020). Refleksi kritis budaya politik kontemporer Bugis Makassar: Dari ruang publik kultural ke ruang publik politis. *Asian Journal of Environment, History and Heritage*, 4(2), 77–88.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)

Isvara, A. L., & Ismoyo, S. L. (2025). Seni dan demokrasi: Pemanfaatan ruang publik sebagai sarana ekspresi, perlawanan, dan advokasi oleh komunitas Tariffing Padi. *Irama: Jurnal Seni, Desain dan Pembelajarannya*, 7(1), 8–24.

Klinenberg, E. (2018). *Palaces for the people: How social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life*. Crown.

Lestari, F. (2021). *Pemikiran isu dan strategi pengembangan wilayah dan kota di Indonesia*. Wawasan Ilmu.

Marsekal Muda, T. N. I., Tambayong, J., Namora, B. J. T. Y., Wadjdi, A. F., & Rahardjo, E. (2023). *Indeks pertahanan wilayah Kalimantan: Analisis pertahanan wilayah di Kalimantan untuk pembangunan IKN*. Uwais Inspirasi Indonesia.

- Mazda, C. N. (2022). Analisis dampak pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) terhadap social security. *Jurnal Enerisia Publika: Energi, Sosial, dan Administrasi Publik*, 6(1), 1–12.
- Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2015). *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice* (3rd ed.). Sage.
- Mihardja, E. J., Herinadharma, V. A., Lestari, L., Taufik, U. M., Prasatya, A. B., Yusuf, Y., Nteseo, R. W. P., et al. (2025). Malang Creative Center sebagai media kota kreatif: Ekosistem talenta, ruang publik, dan komunikasi pembangunan untuk SDG 11. *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(3), 1375–1386.
- Miller, R. (2018). *Transforming the future: Anticipation in the 21st century*. Routledge.
- Minanto, A. (2018). Kota, ruang, dan politik keseharian: Produksi dan konsumsi ruang bersenang-senang dalam geliat Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 41–56.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss1.art3>
- Paramananda, D., & Muta'ali, E. (2021). Analisis kesiapan wilayah calon lokasi Ibu Kota Negara di Kabupaten Penajam Paser Utara dan Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Bumi Indonesia*, 10(1).
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. Sage.
- Sinaga, M. P., & Yuningsih, N. Y. (2025). Komunikasi pemerintahan Otorita Ibu Kota Nusantara dalam melaksanakan persiapan pembangunan dan pemindahan Ibu Kota Nusantara (IKN). *Journal Publicuho*, 8(4), 2524–2550.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.
- Waisbord, S. (2018). The family tree of theories, methodologies, and strategies in development communication. In J. Servaes (Ed.), *Handbook of communication for development and social change* (pp. 93–132). Springer.
- Zulva Ni'mal, W. (2024). *Analisis pembangunan pedestrian jalan dan citra politik Bupati Sugiri Sancoko* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).