

Tingkat perkembangan usaha di kalangan pengusaha industri kreatif fesyen di Kota Bandung : ditinjau dari keluasan jaringan sosial status sosial ekonomi dan peran triple helix = Level of business development at entrepreneur of fashion creative industry in Bandung viewed by social networking social economic status and role of triple helix / Nur Rina Maskayanti

Nur Rina Maskayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388219&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ekonomi kreatif merupakan fenomena baru dalam perekonomian yang menekankan pada ide, kreativitas, keterampilan, dan bakat yang dimiliki oleh sumber daya manusia. Ekonomi kreatif diimplementasikan dalam bentuk industri kreatif yang terdiri dari 14 subsektor. Salah satunya, yaitu fesyen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan hubungan variabel keluasan jaringan sosial, status sosial ekonomi, dan peran triple helix dalam perkembangan usaha industri kreatif fesyen di Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif di antara variabel-variabel penelitian. Secara sosiologi, ide-ide dan kreativitas kelompok berkolaborasi untuk menghasilkan suatu produk kreatif yang mempunyai nilai tambah, sehingga mempunyai daya saing.

ABSTRACT

Creative economy is a new phenomenon in the economy which emphasizes on ideas, creativity, skills, and talents of human resources. Creative economy implemented in creative industry are composed of 14 sub-sectors, one of them is fashion. This study used a quantitative approach to describe relationship between social network, socioeconomic status, dan the role of triple helix in the development of creative industry fashion in Bandung. The result of this study indicate that there is a positive relationship between research variables. In Sociology, the ideas and creativity of group collaborate to produce creative products which have added value, thus having competitiveness