

# Transkrip

## Pentingnya nilai tambah kreatif bagi komunitas

Jadi sepanjang kursus ini, kita sesekali menggunakan istilah ini 'nilai tambah kreatif'. Sekarang, ini mungkin akan terdengar sedikit samar, sedikit membingungkan, tetapi sebenarnya tidak lebih dari suatu upaya untuk mencoba dan membuktikan perilaku-perilaku kreatif komunitas Anda. Jadi kami mencoba untuk mengungkapkan contoh-contoh interaksi di mana komunitas Anda berperilaku seperti sebuah kolektif kreatif.

Jadi, untuk memberikan contoh yang sangat sederhana, salah satu anggota Anda mungkin sedang mencari bantuan tentang cara mendesain ulang model harga mode mereka untuk menyesuaikan dengan ranah digital. Dan dia mungkin sedang menghadapi sedikit kebingungan, atau dia mungkin sedang berjuang untuk memahami keadaan yang berubah-ubah, sehingga sebuah percakapan sederhana dengan pemimpin hub, dengan rekan kerja, dengan seorang mentor, mungkin sangat membantu untuk memperjelas situasinya dan membuka pintu ke solusi baru yang kemudian akan menggerakkan si pengusaha untuk maju sepanjang perjalanannya.

Jadi kami mencari bukti untuk interaksi-interaksi semacam itu. Sekarang, mereka tidak sepenuhnya menangkap semua yang baik tentang komunitas Anda dan setiap komunitas itu

**Creative Communities Learning Lab**

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/creative-communities-learning-lab/>

**Kursus: Strategi dan manajemen komunitas digital**



berbeda ada semacam pengukuran yang tidak sempurna akan seberapa baik apa yang Anda lakukan dengan menumbuhkan kolektif Anda. Dan jadi, interaksi seperti itu, dapat dihitung, mereka dapat dianalisis dan Anda dapat merancang survei asli Anda untuk mengambil sedikit contoh tentang bagaimana orang-orang sedang saling mengenal satu sama lain. Jika mereka membutuhkan seorang desainer grafis, atau, katakanlah, seorang konsultan kepemimpinan, apakah mereka tahu siapa yang akan mereka tuju jika mereka memiliki masalah emosional? Apakah mereka akan memiliki tiga atau empat orang yang mereka rasa nyaman untuk diajak berbicara? dan seterusnya dan sebagainya. Jadi ini adalah satu cara sederhana untuk kira-kira mengambil temperamen dari komunitas kreatif Anda di dunia yang ideal.

Kami juga mencoba untuk menilai bagaimana masing-masing interaksi tersebut akan membentuk perjalanan seorang pengusaha tertentu, atau seseorang yang bekerja di dunia kerajinan, atau bekerja di bidang media kreatif. Jadi katakanlah kita memiliki seseorang yang menjalankan sebuah festival film dan festival tersebut harus secepatnya berpindah ke ranah digital. Nah hal tersebut akan melemparkan semua jenis masalah, dan salah satu masalah itu mungkin berkaitan dengan hal pendanaan. Jadi kami akan menjadi tertarik untuk melihat bagaimana para profesional media kreatif beralih ke komunitas dan mengakses ide-ide dan informasi serta mungkin jejaring yang pada akhirnya mengarah ke lebih banyak pendanaan atau peluang sponsor.

Kini Anda dapat benar-benar masuk ke perjalanan Anda yang spesifik dan melihat bagaimana komunitas memberi manfaat kepada seseorang itu, proyek itu, perjalanan itu, sehingga inilah apa itu 'nilai tambah kreatif'. Ia bukan hal yang mistis, bukan magis, melainkan sesuatu yang dapat kita ukur jika kita melihatnya dengan cukup dekat, jika Anda mengetahui pertanyaan apa yang harus diajukan.