

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang terkait dengan berbagai kegiatan untuk menciptakan produk dan jasa berdasarkan kreativitas dan pengetahuan. Ini mencakup bidang-bidang seperti seni, desain, fashion, bioskop, musik, video game, arsitektur, masakan dan banyak lainnya. Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia telah menjadi poros penting dalam pembangunan perekonomian negara. Bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Upaya tersebut antara lain memajukan seni, budaya dan inovasi, serta mengembangkan industri kreatif. Berkat dukungan pemerintah dan berbagai kebijakan yang diterapkan, sektor ekonomi kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berbagai factor mendukung tumbuhnya ekonomi kreatif di Indonesia, antara lain kuatnya kreativitas seni dan desain, tumbuhnya industri media dan hiburan, serta perubahan perilaku konsumen yang lebih mengutamakan pengalaman inovatif [1]. Meningkatnya akses terhadap teknologi dan media sosial juga menghadirkan peluang besar bagi para pekerja kreatif dan wirausaha di bidang ini.

Pertumbuhan ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, menciptakan lapangan kerja dan memajukan budaya dan jati diri bangsa. Selain itu juga dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam bidang pasar kreatif sudah banyak dilaksanakan di berbagai kota, misalnya di kota Yogyakarta terdapat pasar Wiguna, di kota Bandung terdapat pasar magnet Kosambi hingga kota Cilacap dengan pasar Panggok dan Temanggung dengan pasar Papringan [2]. Hal ini membangkitkan antusiasme pengunjung terhadap pasar kreatif di kota-kota tersebut. Setiap pasar kreatif memiliki konsep dan ciri khasnya masing-masing, misalnya Pasar Papringan di Temanggung. Pasar bertempat di bawah naungan bambu, menghadirkan suasana yang asri dan alami. Pasar Papringan juga mempunyai ide berdasarkan prinsip konservasi bambu. Sementara

di kabupaten Purbalingga merupakan kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Nama dari Purbalingga berasal dari bahasa Sansekerta yaitu Purba berarti memimpin atau seorang pemimpin dan Lingga merupakan lambang atau simbol kekuasaan pria. Purbalingga didirikan oleh Kyai Arsayuda yang dipercaya menurunkan para bupati Purbalingga. Di kabupaten Purbalingga ini juga terdapat adat kebudayaan seperti ujungan, suran, begalan, angguk, calung dan ebeg/kuda lumping [3]. Kabupaten Purbalingga dikenal sebagai salah satu daerah dengan banyak kebudayaannya dan tempat wisata. Selain memiliki banyak kekayaan budaya, di Purbalingga juga mempunyai pasar kreatif yang bernama Sibata Festival yang berada di Desa Kedungbenda.

Acara Sibata didirikan untuk mengaktifkan ruang-ruang yang sudah tidak terpakai dan meningkatkan perekonomian warga setempat, serta mengenalkan budaya dan peninggalan desa Kedungbenda. Kegiatan yang ada di Sibata ini terdiri dari pertunjukan seni tradisional seperti ebeg dan lengger, pameran kerajinan tangan lokal, *workshop* melukis batu bata, membuat jaring ikan dan memahat kayu, selain itu terdapat susur sungai, prasasti batu kelamin dan sajian kuliner khas desa yang menggugah selera. Nama Sibata bermula dari sejarah yang kaya disekitar lokasi Balai Desa Kedungbenda, yang dimana banyak sekali benda bata berukuran besar dalam penggalian Sibata berasal dari “si” dan “bata” yang identik dengan bebatuan yang ada di desa Kedungbenda [4]. Nama Sibata bermula dari di sekitar lokasi kantor balai desa Kedungbenda, pada area belakang balai desa banyak ditemukan tumpukan bata yang berukuran besar, ketika dilakukan penggalian ditemukan beberapa bata dengan dimensi 31x21x9 cm.

Namun saat ini hanya tersisa beberapa bata saja, karena ketidaktahuan masyarakat, banyak bata yang ditemukan digunakan sebagai pondasi rumah. Institut Teknologi Telkom Purwokerto juga akan berperan penting dalam membantu penyelenggaraan Sibata ini dan bekerja sama dengan masyarakat desa untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan program-program yang akan membuat kesuksesan pada acara Sibata Festival ini. Maka dari itu Sibata Festival bisa sebagai wadah untuk menyalurkan ide-ide kreatif dan melestarikan situs batu yang sebenarnya memiliki sejarah namun, hingga kini masih menjadi misteri menurut penjelasan Ibu Nia selaku ketua acara Sibata Festival di desa Kedungbenda.

Acara ini merupakan peluang langka untuk melihat keindahan budaya yang ada di Purbalingga [5]. Sibata Festival baru dilaksanakan 2kali pada tanggal 9 September dan 14 Oktober dimulai pukul 05.00 pagi untuk susur sungai, dan market dibuka pukul 08.00 pagi dengan masyarakat berpartisipasi dan berkolaborasi dengan akademisi serta mahasiswa dalam melakukan kegiatan menjadi panitia dan pengisi acara kebudayaan dan market yang berisi jajanan dan makanan tradisional dengan wadah *non* plastik. Akan tetapi media informasi Instagram yang diberikan Sibata Festival ini belum bisa mencakup masyarakat luas dikarenakan konten dari Sibata Festival itu sendiri masih belum menunjukkan apa itu Sibata Festival dengan jelas, sehingga banyak masyarakat luas yang belum mengetahui atau tertarik pada acara Sibata Festival ini. Maka penulis ingin membuat konten Instagram yang lebih mudah dipahami dan menarik agar masyarakat luas dapat mengetahui adanya Sibata Festival.

Media sosial merupakan media yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini didukung dengan kemudahan penggunaan media sosial dan banyaknya aplikasi yang tersedia dengan fitur berbeda-beda sesuai dengan kepribadian dan preferensi pengguna. Saat ini, masyarakat telah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan dalam kehidupan mereka. Aplikasi media sosial yang paling populer dan paling banyak digunakan masyarakat di Indonesia pada tahun 2022 adalah aplikasi perpesanan yaitu *WhatsApp* dengan skor *persentase* 80 dari total. Penggunaan media oleh masyarakat. Di Indonesia aplikasi terpopuler berikutnya adalah Instagram, *Facebook*, *TikTok*, *Telegram*, *Twitter*, *Facebook Messenger*, *Line*, dan yang terakhir adalah *Pinterest* [6]. Instagram merupakan bagian dari strategi *branding* untuk menunjukkan Sibata Festival dan meningkatkan *awareness* serta memudahkan untuk diketahui oleh target *audience*, agar lebih bisa diterima masyarakat. Instagram disini mencerminkan identitas dari Sibata Festival dan memiliki fungsi sendiri yaitu sebagai media informasi agar masyarakat luas lebih mudah mengetahui adanya Sibata Festival.

Oleh karena itu, dengan adanya latar belakang masalah yang diatas bahwa Instagram yang mudah dipahami dan menarik sangatlah diperlukan oleh Sibata Festival agar masyarakat dan pengunjung mengenali Sibata Festival yang berada di desa Kedungbenda, maka penulis tertarik untuk merancang konten Instagram yang

melambungkan Sibata Festival itu sendiri, agar masyarakat dan pengunjung dapat mengenali Sibata Festival.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana cara merancang konten Instagram Sibata Festival agar informasi yang didapat masyarakat lebih mudah dikenal sehingga dapat meningkatkan *awareness*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Merancang konten Instagram Sibata Festival agar informasi yang didapat masyarakat lebih mudah dikenal sehingga dapat meningkatkan *awareness*.

1.4 Batasan Perancangan

Batasan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Perancangan konten Instagram Sibata Festival.
- 1.4.2 Perancangan ini menggunakan media Instagram dengan pendekatan desain pada aspek *typography*, *videography*, *photography* dan ilustrasi dengan *flat design*.
- 1.4.3 Media pendukung dalam perancangan ini yaitu kaos, stiker, *totebag*, poster dan gantungan kunci.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, manfaat perancangan ini sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Institusi

Menjadi sarana penghubung Institusi dengan pihak luar dalam mewujudkan visi misi dari ITTP dibidang *tourisme* dan *small medium eterpise*, HATS serta menjadi sumber bacaan pada perpustakaan Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

1.5.2 Bagi keilmuan DKV

Sebagai referensi yang bermanfaat dan menambah wawasan yang baik mengenai perancangan konten Instagram untuk Festival Sibata dengan menggunakan aplikasi Instagram dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Bisa mengetahui area, fasilitas, dan kegiatan apa saja yang ada di Festival Sibata.