

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehadiran ekonomi kreatif menjadi salah satu terciptanya industri kreatif. Hal ini menjadikan Indonesia disebut sebagai pelopor revolusi industri kreatif dunia ketiga pada tahun 2021[1]. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia semakin meningkat bahkan subsektor atau cabang kreatifnya berkembang yang awal mula 16 sektor kreatif menjadi 17 subsektor. Berdasarkan data dari Kemenparekraf Republik Indonesia memiliki fokus pada 17 subsektor industri kreatif seperti pengembangan permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, dan lainnya [2]. Keberadaan subsektor ini menciptakan beragam komunitas kreatif di Indonesia, yang terbentuk karena ketertarikan dan gerakan bersama pada kreativitas.

Komunitas kreatif merupakan kumpulan atau sekelompok individu yang terbentuk karena ketertarikan yang sama dengan sesuatu yang bersifat kreatif [3]. Komunitas kreatif dapat terbangun karena adanya gerakan atau *movement* kreativitas yang membangun semangat multikulturalisme dan gerakan ekonomi kreatif [4]. Hal tersebut bisa mendatangkan pemikiran kreatif individu atau kelompok yang resah dan berempati dengan lingkungan sekitarnya sehingga menjadi sebuah gerakan kreatif yang dapat menggerakkan entitas kreatif di suatu wilayah. Dengan begitu, menggambarkan pentingnya komunitas kreatif dalam menggerakkan inovasi dan kreativitas di suatu wilayah, seperti di Banyumas.

Kabupaten Banyumas telah diakui potensinya dalam menumbuhkan kreativitas dan inovasi di Jawa Tengah terbukti dengan banyaknya komunitas kreatif yang bermunculan di Kabupaten Banyumas. Hal ini diperkuat pada gabungan data dari *event* Peken Banyumasan bahwa tercatat kurang lebih 20 komunitas kreatif dari berbagai sektor baik pariwisata, budaya, fotografi, ilustrasi, fesyen, dan lainnya. Indra Purnama

Aji selaku *creative enthusiasm* mengatakan bahwa permasalahan yang sering dihadapi para penggiat komunitas kreatif cenderung bergerak masing-masing atau *independent*. Sehingga Indra Purnama Aji sebagai *creative enthusiasm* yang berasal dari Purwokerto menciptakan sebuah program kreatif yang dinamakan “Makrab Fest”.

Makrab *Fest* berasal dari kata “Makin Akrab” dan “Festival”. Makin Akrab merupakan ruang alternatif bertemunya penggiat, dan komunitas kreatif lokal Banyumas agar saling terhubung, berkenalan, dan beririsan serta memberikan dukungan antar pelaku kreatif dengan rangkaian kegiatan. Sedangkan kata “Fest” disini adalah sebagai acara yang mewakili rangkaian program kreatif selama 2 hari untuk merayakan ulang tahun Praketa yang merupakan *coffee shop* sekaligus *creative hub*. Program Makin Akrab Fest ini menunjukkan sisi lain dari beragamnya keaktivitas yang ada di Kabupaten Banyumas yang tidak hanya seni pertunjukan tetapi juga dalam subsektor seni rupa grafiti, desain komunikasi visual, film, dan fotografi seperti Visi Visual, Ruang Edit, Klub Gawe Siki, Mlampah Sareng, dan Bawor Street Art. Banyumas ini memiliki banyak anak muda kreatif baik dari berbagai gerakan ataupun sektor kreatif yang dapat berpartisipasi dalam memajukan Kabupaten Banyumas menjadi kota kreatif sehingga penting untuk diperkenalkan. Menurut Indra Purnama Aji, dalam wawancaranya di sebuah YouTube anak muda sekarang paham Skena [5]. Hal tersebut tentunya menjadi peluang untuk mengenalkan komunitas sektor kreatif tertentu kepada anak muda ini khususnya remaja dan dewasa.

Program acara Makin Akrab Fest dapat menjadi langkah positif bagi komunitas kreatif untuk terus berkolaborasi dan berinovasi dengan merangkul siapa pun baik yang ingin belajar atau pun berbagi pengalaman lintas sektor secara inklusif. Selain itu, memiliki potensi sebagai sebuah media (*platform*) kreatif yang dapat mempublikasikan berbagai kegiatan, dan mengenalkan kegiatan komunitas kreatif di Banyumas. Dengan Makin Akrab Fest ini yang sudah memiliki *platform* media sosial dengan nama @makinakrab sejak Mei 2023. Masalah dari Instagram Makin Akrab ini hanya memiliki 113 pengikut dengan 35 jumlah postingan, dan terakhir aktif 24 Mei 2023

serta media ini lebih diketahui karena media yang bersifat acara bukan media yang mempublikasikan dengan tujuan mengenalkan melalui promosi dan informasi mendalam satu-satu dari komunitas kreatif. Di Banyumas sendiri terdapat media publikasi yang aktif dan memiliki ratusan ribu pengikut yang artinya jangkauan untuk mengenalkan ke masyarakat Banyumas lebih mudah dan luas seperti RRI Purwokerto, Banyumas Tv, media sosial @infopurwokerto, @instapurwokerto, @banyumaskeren\_. Akan tetapi media ini bersifat komersil sehingga komunitas kreatif tidak mampu membayar untuk mengenalkan komunitasnya, berkolaborasi, dan mempromosikan kegiatan dari komunitas kreatif ini.

Oleh karena itu, Makin Akrab memiliki potensi sebagai media publikasi yang mampu melihat permasalahan yang terjadi di Komunitas Kreatif Banyumas yang cenderung berjalan masing-masing. Menurut Indra, media lokal di Banyumas kini kurang menyajikan konten yang organik tentang Banyumas sehingga membuat komunitas kreatif kesulitan untuk berkolaborasi dengan media lokal yang bersedia menginformasikan keberadaan, dan mempromosikan kegiatan kreatif komunitas. Kurangnya pemahaman masyarakat Banyumas tentang eksistensi dan program-program dari komunitas kreatif menjadi hambatan. Bahkan pengunjung yang datang dikegiatan komunitas kreatif hanya kalangan orang yang sama seperti acara Makin Akrab, mayoritas teman atau kerabat dekat. Hal ini menyebabkan kegiatan acara komunitas kreatif cenderung bersifat eksklusif.

Meskipun anak muda kalangan remaja dan dewasa di Banyumas ini termasuk banyak karena salah satu faktornya banyak kampus perguruan tinggi. Anak muda ini membutuhkan ruang kreatifitas untuk kegiatan beraktivitas di luar kampus tetapi peran komunitas kreatif di sini sulit diakses oleh anak muda. Walaupun anak muda ini dapat melihat atau mengakses kegiatan perkomunitas kreatif dapat melalui akun media masing-masing komunitas. Namun, jangkauan untuk akses tersebut tidak menjangkau masyarakat Banyumas terutama remaja-dewasa secara lebih luas, dan akhirnya tetap menjadi kendala yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk

mengatasi permasalahan yang telah dijelaskan agar dapat merancang sebuah media atau *platform* yang bersifat inklusif. Inklusif disini diartikan dapat merangkul, berkolaborasi dengan berbagai komunitas kreatif dari berbagai sektor sehingga media ini dapat menjadi ruang informasi pengenalan sekaligus promosi setiap kegiatan komunitas, serta dapat menjangkau semua kalangan khususnya remaja-dewasa yang paham dengan Skena di Banyumas.

Instagram merupakan salah satu media yang efektif digunakan sebagai media publikasi bagi komunitas kreatif karena memiliki persebaran yang cepat dan penggunaanya yang beragam. Pada bulan Februari 2023, terdapat peningkatan sebesar 12,9% jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai angka 106,72 juta dari 94,54 juta pengguna pada bulan sebelumnya. Ini menjadikan Indonesia sebagai pengguna terbanyak keempat di dunia, dengan didominasi oleh pengguna usia 18-35 tahun [6]. Selain itu, dengan kelebihan Instagram yang memiliki fitur beragam seperti *feed*, *reels*, *stories* dan lainnya memudahkan membagikan informasi dan promosi kepada audiens melalui momen kreativitas sekaligus pengalaman lewat gambar dan video. Dalam hal ini, Instagram dapat mendukung dan memperkuat peran media informasi sekaligus promosi bagi komunitas kreatif untuk memperluas ruang ekspresi, promosi, dan kolaborasi. Oleh karena itu, Konten Instagram Makin Akrab sebagai media publikasi untuk mengenalkan komunitas kreatif kepada khalayak ramai.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana merancang konten Instagram Makin Akrab sebagai Media Publikasi untuk Mengenalkan Komunitas Kreatif di Banyumas?
- 1.2.2 Bagaimana mengaplikasikan konten Instagram Makin Akrab sebagai Media Publikasi untuk Mengenalkan Komunitas Kreatif di Banyumas yang telah dirancang?

### 1.3 Tujuan Perancangan

Dengan merujuk pada perumusan masalah yang telah diuraikan, perancangan Konten Instagram Makin Akrab sebagai Media Publikasi Komunitas Kreatif di Banyumas bertujuan untuk:

- 1.3.1 Melakukan perancangan ulang Instagram Makin Akrab sesuai dengan kegiatan dari Komunitas Kreatif di Banyumas
- 1.3.2 Mengaplikasikan konten Instagram Makin Akrab sebagai Media Publikasi untuk Mengenalkan Komunitas Kreatif di Banyumas.

### 1.4 Batasan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, perancangan konten Instagram Makin Akrab sebagai Media Publikasi untuk Mengenalkan Komunitas Kreatif di Banyumas bertujuan untuk:

- 1.4.1 Perancangan ini difokuskan pada konten pengenalan komunitas kreatif berupa *feed, stories, dan reels* tentang informasi dokumentasi kegiatan penggiat komunitas Kreatif melalui Instagram Makin Akrab.
- 1.4.2 Perancangan ini meliputi pembuatan konten Instagram Makin Akrab dengan menggunakan *content planner* sebagai media publikasi untuk mengenalkan Komunitas Kreatif di Banyumas dengan jangka 30 hari.
- 1.4.3 Perancangan ini difokuskan pada konten kegiatan komunitas kreatif di Banyumas.
- 1.4.4 Perancangan berfokus pada komunitas yang bergerak di 4 subsektor seni, desain komunikasi visual, fotografi, dan film.
- 1.4.5 Komunitas kreatif yang terlibat yaitu Visi Visual, Ruang Edit, Mlampah Sareng, Aegris, Klub Gawe Siki, dan Bawor Street Art.
- 1.4.6 *Propotype* atau sampel pada perancangan ini adalah komunitas kreatif yang telah berpartisipasi di Makin Akrab Fest 2023.

1.4.7 Merancang media pendukung berupa *tote bag*, *t-shirt*, stiker, gantungan kunci, dan X-Banner.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari perancangan ini yaitu:

### 1.5.2 Bagi Keilmuan DKV

Manfaat dari penelitian ini dalam konteks keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah hasil perancangan dapat berfungsi sebagai sumber referensi untuk materi pengajaran, dan literatur bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik pada topik serupa, seperti perancangan konten media publikasi untuk komunitas kreatif.

### 1.5.3 Bagi Institusi

Manfaat dari penelitian ini bagi institusi yaitu hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa maupun peneliti lain dengan topik yang berhubungan dengan pembahasan pada penelitian. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Institusi dalam meningkatkan kualitas pendidikan serta berpartisipasi dalam mewujudkan misi dari ITTP (HATS) pada bidang *Tourism* atau Pariwisata. Dalam hal dapat mewujudkan misi dari ITTP dalam bidang pariwisata Banyumas dengan mengenalkan komunitas kreatif yang ada di Banyumas.

### 1.5.4 Bagi Masyarakat

Manfaat dari penelitian ini bagi masyarakat adalah memberikan informasi pada masyarakat di Banyumas tentang informasi kegiatan yang dilakukan oleh komunitas kreatif sehingga keberadaannya lebih dikenal, dan masyarakat Banyumas bisa menemui, bergabung, belajar, dan berbagi pengalaman.