

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki perkembangan yang pesat di bidang ekonomi kreatif, khususnya kota Bandung. Sektor ekonomi kreatif bergantung pada sumber daya manusia, yang meliputi kegiatan berkarya seni, arsitektur, sastra, inovasi teknologi dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Ekonomi kreatif dinaungi oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang berkedudukan non menteri di Indonesia. Ada 16 subsektor ekonomi kreatif, meliputi aplikasi-gim-animasi, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, perfilman, fotografi, seni Kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa, seni pertunjukan, dan pertelevisian-radio. Diharapkan 16 subsektor tersebut dapat menggerakkan dan memajukan perokonomian kreatif di Indonesia, khususnya kota Bandung.

Bandung sebagai kota kreatif dunia yang berada di Indonesia dalam bidang desain, sekaligus menjadi kota urutan kedua di Indonesia setelah kota Pekalongan di bidang Kriya dan Seni Rakyat yang juga di tetapkan oleh Direktur Jendral UNESCO Iriana Bokova di markas UNESCO di kota Paris, Perancis, menetapkan Kota Bandung terpilih menjadi satu dari 47 Kota di 33 negara yang menjadi bagian *Creative Cities Network* UNESCO pada tahun 2015 lalu. Tidak mengherankan jika hal tersebut dapat mempengaruhi kemajuan di bidang pariwisata dan seni rupa di kota ini yang dapat diterapkan di kota-kota lain di Indonesia agar meningkatkan dan juga mensejahterakan perekonomian masyarakat.

Negara lain yang mengoptimalkan potensi industri ekonomi kreatif yaitu Korea Selatan. Korea Selatan yang pada tahun 1950-an termasuk dalam negara termiskin di dunia namun, pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat membuat Negara tersebut kini menjadi negara industri baru di Asia. Pertumbuhan ekonomi Korea Selatan tidak lepas dipengaruhi oleh pertumbuhan industri kreatif Korea yang menjadi perhatian dunia yang disebut *Hallyu* atau *Korean Wave*. Melalui industri kreatif hiburan, Korea Selatan berhasil banyak menghasilkan investasi dari seluruh dunia sehingga menghasilkan miliaran dolar. Melihat hal tersebut,

Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan kreativitas, mulai membuka lebar jalan untuk belajar, agar bisa sukses seperti Korea Selatan.

Fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave* yang berkembang pada masyarakat global bukanlah representatif yang komprehensif terhadap kebudayaan Korea itu sendiri, *Hallyu* cenderung berkiblat pada budaya barat namun penyajiannya dilakukan oleh orang Korea. Kecenderungan masyarakat zaman modern menyukai sesuatu yang kontemporer, inovatif dan adaptif sehingga K-Pop, K-Drama dan sebagainya cocok dengan keinginan pasar global masa kini. Secara historis, Korea sering memodifikasi kebudayaan yang sudah ada menjadi sesuatu yang khas Korea contohnya, buddhisme, Kristen Korea hingga praktik konfusianisme yang dimana Korea memiliki caranya sendiri untuk mengakulturasi budaya yang masuk dari luar Korea sehingga lebih adaptif bagi masyarakat korea itu sendiri.

Peran pemerintah menjadi pengaruh penting dalam perkembangan industri kreatif Korea di mata internasional. Pada masa pemerintahan Presiden Kim Dae-Jung, beliau memberikan kebijakan berupa ‘teknologi kebudayaan’ (*cultural technology*) salah satunya sebuah pengembangan pelestarian budaya tradisional dan budaya populer. Dalam merealisasikannya, pemerintah membentuk kultur Korea dan konten agensi pada tahun 2001. Salah satu contoh peran pemerintah Korea yaitu dengan melalui diplomasi budaya antarnegara di Asia salah satunya dengan Indonesia. Pada tahun 2014 pemerintah korea mengadakan event “Korea-Indonesia Friendship Festival” bertujuan untuk mempererat hubungan internasional Korea dengan Indonesia.

Ketika pencapaian Korea pada puncak kesuksesan besar, industri kreatif Korea kini, mempunyai tantangan baru yaitu mempertahankan antusiasme masyarakat global terhadap fenomena *Hallyu* itu sendiri. Pelaku industri kreatif maupun produser serta distributor menganggap bahwa *Korean Wave* tidak akan meredup namun hanya saja segmen pasar akan semakin mengecil yaitu hanya sebatas regional ataupun penggemar loyalnya saja. Oleh sebab itu, pelaku industri kreatif korea dituntut untuk terus menciptakan inovasi dan dapat mengikuti permintaan pasar global dan pemerintah terus tetap memberikan stimulan kepada para pelaku industri kreatif untuk berinovasi agar terus melahirkan sesuatu yang baru. Ditinjau dari fenomena tersebut Industri kreatif sangat penting karena dapat

menjadi kendaraan pertumbuhan ekonomi nasional. Selain berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, dan devisa negara, industri kreatif juga menjadi sarana meningkatkan jati diri bangsa. Dengan meniru Korea Selatan, Indonesia kini tengah mengembangkan 16 subsektor industri kreatif yang seni rupa ikut andil berperan didalamnya.

Selain Korea Selatan, Australia juga mengoptimalkan potensi seni rupa dalam bentuk mural, tepatnya di kota Melbourne. Mural adalah bentuk seni lukis atau menggambar di atas media dinding atau tembok yang sifatnya permanen. Mural sifatnya lebih bebas. Biasanya karya-karya seni mural lebih sering berbentuk gambar berupa tulisan, simbol, dan bentuk tertentu. Namun, hal tersebut sering menggunakan konsep isu sosial masa kini. Kadang dalam satu bentuk sebuah karya mural terdapat satu tokoh inti cerita yang tidak berbentuk manusia. Namun, mempunyai arti konsep pada karya tersebut yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Contohnya adalah lukisan dinding yang ada di dinding bangunan gereja atau gedung-gedung bersejarah di Eropa. Dulu, karya tersebut hanya ada di tempat-tempat permanen saja. Namun, karena perkembangan zaman, seni mural dapat ditemukan dimana-mana. Mural di Melbourne sendiri dapat banyak dijumpai digang-gang kecil seperti *Hosier*, *ACDC*, *Union*, *Yarra* dan masih banyak yang lainnya. Lokasi yang paling terkenal yaitu *Hosier-lane*. Seniman-seniman urban terpilih di Kota Melbourne bisa memamerkan karya-karya mural mereka secara berkala. Maka dari itu, mural-mural di Hosier Lane selalu berganti sehingga dapat menjadi daya pikat dan tetap menarik untuk dikunjungi oleh banyak wisatawan sebagai tempat berfoto bersama maupun ber swafoto ria. Jika metode seperti ini diterapkan di Indonesia untuk mengurangi kesan kumuh pada perkampungan-perkampungan sudut kota, pasti akan memberi dampak yang positif bagi sosial ekonomi. Beberapa daerah di Indonesia seperti kota Malang dengan kampung Jodipan-nya telah menerapkan dengan memberikan warna-warna yang berbeda di setiap rumah. Disana juga sedikit sentuhan mural yang terbukti efektif menarik wisatawan untuk berkunjung.

Menurut UU. Nomor 10 tahun 2009, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Menurut UU yg sama

juga menyebutkan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Oleh karena hal tersebut, daya tarik wisata dapat banyak kita temui di dalam karya seni maupun proses berkreasi dan apresiasinya. Hal tersebut diharap dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat di Indonesia dengan studi kasus yang di lakukan di kota Bandung. Dengan demikian penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, masalah-masalah yang masih menghambat pengembangan industri kreatif dan pengembangan selama ini khususnya dalam sektor seni rupa diharapkan dapat diatasi dalam kurun waktu beberapa tahun mendatang, serta mencapai kegiatan penelitian dan pengembangan terkait industri kreatif yang berbudaya inovatif, berdaya saing dan terintegrasi secara berkelanjutan untuk memberi kontribusi ekonomi dan berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Kota Bandung layak menjadi kota kreatif dunia?
2. Apa pengaruh aktivitas kesenian dalam meningkatkan sektor kepariwisataan di Kota Bandung terhadap peningkatan dan berkontribusi secara perekonomian kota dalam medan sosial seni rupa dalam sub-sektor seni rupa?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian data berjalan efisien dan fokus maka penulis membatasi penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini mendata kegiatan dan tempat-tempat yang menjadi pusat aktivitas berkesenian yang berlokasi di Kota Bandung pada tiga tahun belakang dalam kurun waktu antara tahun 2014 sampai dengan 2018. Lokasi berkesnian meliputi Kegiatan perguruan tinggi, galeri seni dan gedung-gedung yang difasilitasi oleh pemerintah.

2. Sumber data meliputi pengunjung merupakan wisatawan maupun pengelola tempat dan seniman yang terlibat dalam kegiatan berkesenian yang dapat memberikan data yang cukup lengkap dalam medan seni rupa.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang peneliti kemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kelayakan kota Bandung sebagai kota kreatif dunia.
2. Untuk mengetahui berbagai aktivitas berkesenian di Kota Bandung sebagai kota kreatif di Indonesia serta dampak dalam perekonomian dalam medan sosial seni rupa.

1.5 Manfaat

Sesuai permasalahan yang peneliti kemukakan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Manfaat bagi masyarakat.
 1. Mendapat informasi tentang kajian yang dibahas.
 2. Memperluas pengetahuan serta wawasan tentang kajian penelitian tertentu berdasarkan teori yang bisa dan telah diuji kebenarannya.
 3. Sebagai referensi / acuan untuk penelitian selanjutnya.
- B. Manfaat bagi penulis.
 1. Memenuhi syarat kelulusan dan mendapat gelar sarjana seni Universitas Telkom.
 2. Mempelajari lebih dalam tentang penelitian yang dilakukan.
 3. Memperdalam pengetahuan tentang penulisan skripsi pada prodi seni rupa.
 4. Mengamalkan ilmu yang sudah didapat selama kuliah di Universitas Telkom Bandung.
- C. Manfaat bagi institusi.
 1. Sebagai sarana publikasi / penyebaran hasil penelitian yang telah ditulis dan siap untuk disampaikan ke masyarakat,

2. Hasil penelitian sebagai sarana dalam menuangkan ide, gagasan dan pemikiran dalam memecahkan permasalahan yang ada secara teori dan dapat dibuktikan kebenaran dari teori tersebut,
 3. Mendorong terwujudnya budaya penelitian kajian keilmuan seni rupa,
 4. Membangun dan mengembangkan sikap profesionalisme dosen melalui pengembangan kemampuan menulis karya ilmiah.
- D. Manfaat bagi masyarakat.
1. Membantu perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian keilmuan.

1.6 Hipotesis

Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang penting untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur khususnya diharap dapat menarik wisatawan. Dalam kota kreatif yang didukung dengan industri kreatif menjadikan ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sumber daya terbarukan dan tersedia secara berlimpah di Indonesia, dimana kita memiliki sumber daya manusia kreatif dalam jumlah besar, sumber daya alam terbarukan yang berlimpah dan sumber warisan budaya yang unik dan beragam. Ketiganya menjadi kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Dengan demikian, masalah-masalah yang masih menghambat pengembangan industri kreatif dan pengembangan selama ini khususnya dalam sektor seni rupa diharapkan dapat diatasi dalam kurun waktu beberapa tahun mendatang, serta mencapai kegiatan penelitian dan pengembangan terkait industri kreatif yang berbudaya inovatif, berdaya saing dan terintegrasi secara berkelanjutan untuk memberi kontribusi ekonomi dan berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode Penelitian tentang pengaruh aktivitas seni rupa kekinian pada 16 subsektor ekonomi kreatif terhadap peningkatan kepariwisataan di kota Bandung pada jenis penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan keilmuan Kreativitas, Sosiologi Seni dan Pariwisata. Sedangkan dalam penulisan menggunakan metode penelitian obkektif kualitatif. Teknik pengumpulan data bersumber dari data primer yang merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden dan data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga.

- a. Pengamatan langsung (observasi), Metode Observasi yaitu cara memperoleh data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Dengan meninjau kegiatan-kegiatan dan kondisi yang ada
- b. Wawancara (*interview*) Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan. Penulis melakukan wawancara terhadap pihak yang terkait yaitu pihak pengelola dan bagi wisatawan yang berkunjung di sana.
- c. Dokumentasi (*Documentation*) Dokumentasi ini dilakukan guna mendapatkan foto atau gambar ragam kegiatan seni rupa yang diselenggarakan.
- d. Studi Pustaka (*Literature*) Studi Pustaka dilakukan untuk mencari dan mendapatkan data-data yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan mempelajari literatur-literatur, dan sumber-sumber lainnya dari internet yang berhubungan dengan penelitian. Pengumpulan data kepustakaan dilakukan terhadap data dan informasi dalam bentuk buku, laporan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh berbagai pihak yang terkait dengan pengaruh aktivitas seni rupa kekinian pada 16 subsektor ekonomi kreatif terhadap peningkatan kepariwisataan di kota Bandung.

1.8 Sistematika penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metodologi, sistematika penulisan dan alur kerja penelitian.

BAB II SENI RUPA KEKINIAN, KREATIVITAS, SOSIAL SENI RUPA, DAN KEPARIWISATAAN

Berisi uraian teori-teori tentang seni rupa moderen, kreativitas secara umum, medan sosial seni rupa, konteks seni rupa dalam kepariwisataan, dan hal-hal yang berkaitan dengan industri kreatif.

BAB III WISATA SENI RUPA DI BANDUNG, KOTA KREATIF, JAWA BARAT

Membahas data tentang pengaruh munculnya kegiatan dan tempat berkesenian, khususnya kegiatan yang meningkatkan sektor pariwisata mencakup medan sosial seni rupa dalam ekonomi kreatif pada subsektor seni rupa di kota Bandung, Jawa Barat.

BAB IV ANALISIS AKTIVITAS SENI RUPA MODEREN DALAM 16 SUBSEKTOR EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN AKTIVITAS KEPARIWISATAAN DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT

Membahas analisis data tentang kegiatan dan tempat berkesenian, khususnya kegiatan yang meningkatkan sektor pariwisata mencakup sosial seni dalam ekonomi kreatif pada subsektor seni rupa di kota Bandung, Jawa Barat. Analisis pembahasan didasarkan pada teori kreativitas oleh Primadi, sosiologi seni oleh jakob dan teori kepariwisataan dalam pengaruh aktivitas seni rupa kekinian pada 16 subsektor ekonomi kreatif terhadap peningkan kepariwisataan di kota Bandung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

1.9 Alur Penelitian

