

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Banyumas merupakan pusat kota yang dibangun sebelum tahun 1937 kabupaten yang berada di salah satu wilayah eks karesidenan banyumas, karena banyumas adalah pusat dari pemerintahan maka di sebutlah eks karesidenan Banyumas, wilayah ini terdapat di Jawa Tengah bagian barat. Eks karesidenan Banyumas meliputi Banyumas, Banjarnegara, Purbalingga, dan Cilacap. Kemudian wilayah tersebut mengalami penjajahan Belanda. Kemudian timbul eksploitasi yang menyebabkan pembangunan.

Eks karesidenan Banyumas memiliki warisan Budaya berupa kesenian, benda bersejarah, termasuk bangunan cagar budaya seperti yang sudah di kenal masyarakat Indonesia hingga manca negara, salah satu warisan budaya yang belum di kenal secara luas adalah peninggalan bangunan cagar budaya terutama di kalangan remaja. Hal ini di sebabkan karena kurang pedulinya masyarakat dan para remaja terhadap bangunan cagar budaya serta dipengaruhi penggunaan internet terutama game online dan hiburan lain yang ada digedget. Berdasarkan riset dari KOMINFO dan UNICEF pada januari 2020 mengenai perilaku remaja dalam menggunakan internet bahwa 30 juta lebih remaja menggunakan internet dan media digital. 79.5 % remaja menggunakan internet, adapun motivasi yang mendorongnya antara lain yaitu mencari informasi, berkomunikasi dan sebagai hiburan. Selain itu pembangunan Gedung,rumah tinggal dengan arsitektur modern dikaresidenan Banyumas juga mengancam cagar budaya itu sendiri.

Dalam UU No 11 Tahun 2010, Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan di air yang

perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.

Dari sekian wilayah Jawa Tengah wilayah eks karesidenan Banyumas tersebut memiliki banyak sejarah. Apalagi dengan dibentuknya Banjoemas Historis Heritage Community (BHHC), BHHC membantu pemerintah eks karesidenan Banyumas dengan melakukan sosialisasi dan menginfokan ke masyarakat untuk lebih mengenal, memahami dan mengerti pentingnya sejarah di kota Banyumas sebagai pemerhati cagar budaya. Banjoemas History Heritage Community bergerak di dalam Cagar Budaya (*tangible*), Cagar Budaya (*tangible*) adalah Cagar Budaya yang berupa benda atau bangunan. Sebagai bukti sejarah yang masih ada sampai saat ini, di Kota Banyumas masih menyimpan banyak bangunan dan benda yang menjadi cagar budaya. Namun saat wabah covid-19 ini menjadi wabah, BHHC tidak melakukan sosialisasi bergerak secara langsung atau offline ke lapangan untuk mengenalkan cagar budaya di masyarakat. Sebagai penulis yang ingin memecahkan masalah adapun sasaran untuk masyarakat karesidenan Banyumas dengan mengenalkan mereka melalui media sosial sebagai media untuk membantu masyarakat sadar akan cagar budaya dan sejarah, karena untuk masyarakat di usia tersebut kurangnya mendapat informasi tentang cagar budaya. Pengenalan informasi yang dilakukan melalui media sosial Instagram, karena Instagram adalah media sosial yang populer dan banyak digunakan masyarakat sekarang. Menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, yang merupakan salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing berbasis di Warsawa, Polandia bahwa terhitung hingga november 2019 jumlah aktif pengguna instagram di Indonesia mencapai 61.610.000 atau 22,6% dari total penduduk di Indonesia.

Covid adalah penyakit dari virus corona yang menyebabkan infeksi saluran pernafasan, mulai dari flu biasa, hingga menjadi penyakit yang sangat serius seperti MERS dan SARS. Maka dari itu penulis merancang kampanye dalam mengenalkan Cagar Budaya *tangible* yang ada di eks karesidenan Banyumas melalui desain kampanye Instagram Banjoemas History Heritage Community seperti desain *feed* Instagram dan filter Instagram. Instagram sebagai media cara untuk kampanye dan mengenalkan cagar budaya tanpa harus turun ke lapangan terlebih dahulu, karena media ini adalah sebuah media digital yang sangat dekat dengan remaja dan anak anak masa kini. Alasan memilih media Instagram di masa pandemi covid-19 ini karena penulis menghindari kontak langsung di kerumunan orang banyak, dan dapat membuat perancangan kampanye cagar budaya secara kreatif dan efektif tanpa khawatir tertular atau menularkan virus corona ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Atas dasar latar belakang serta mempelajari karya yang di kerjakan, maka penulis dapat merumuskan masalah “Bagaimana Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya Eks Karesidenan Banyumas melalui Instagram di Banyumas History Heritage Community Pada Masa Pandemi COVID-19?”

## **C. Maksud dan Tujuan Karya Kreatif (KK)**

### **C.1.Maksud Dari Karya Kreatif (KK)**

Maksud dari penulisan laporan ini diharapkan menjadi referensi atau masukan untuk ilmu cara berkomunikasi melalui desain perancangan kampanye di media Instagram di masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah.

### **C.2.Tujuan Dari Karya Kreatif (KK)**

Di bawah ini merupakan beberapa tujuan pembuatan Karya Kreatif tentang desain kampanye pengenalan cagar budaya melalui Instagram dengan maksud menghindari virus Covid-19 :

a. Tujuan Umum

1. Mengenalkan masyarakat agar mengerti terhadap cagar budaya dan sejarah.
2. Mengajak masyarakat untuk tetap menjaga dan peduli terhadap cagar budaya dan sejarah.
3. Masyarakat dapat lebih mudah mencari informasi dan mengenal cagar budaya eks karesidenan banyumasan melalui media Instagram di masa pandemi Covid-19.

b. Tujuan Khusus

1. Pengkaryaan ini sebagai referensi cara kampanye di tengah pandemi virus Covid-19 di media Instagram.
2. Menambah pengetahuan tentang cagar budaya yang ada di Eks Karesidenan Banyumasan.
3. Menambah pengetahuan cara kampanye melalui desain Instagram

**D. Waktu dan Tempat pengerjaan Karya Kreatif (KK)**

Adapun waktu dan tempat kegiatan pengerjaan karya kreatif yang telah dijadwalkan sebagai berikut:

1. Waktu : Bulan Februari – Agustus 2020
2. Tempat : Basabasi Kafe, Kampus, Kos dan kontrakan teman di  
Yogyakarta

**E. Metode Pengumpulan Data Karya Kreatif (KK)**

Adapun beberapa Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengerjaan karya kreatif adalah:

E1. Observasi

Dalam mengerjakan karya kreatif kampanye di media Instagram penulis

mengumpulkan data dan mengamati dahulu kegiatan yang berjalan dan apa saja yang menjadi daya Tarik di cagar budaya eks karesidenan.

#### E2. Wawancara

Metode wawancara Tanya jawab yang dilakukan terhadap *Founder Banjoemas History Heritage Community* dalam pengerjaan karya kreatif yakni agar memperoleh data dan informasi yang lebih rinci.

#### E3. Studi Pustaka

Metode ini merupakan Teknik mendapatkan informasi yang dilakukan dengan mencari buku dan membuka situs – situs internet yang berkaitan dengan data sebagai referensi dalam pengerjaan karya kreatif dan proses penulisan laporan karya kreatif ini.