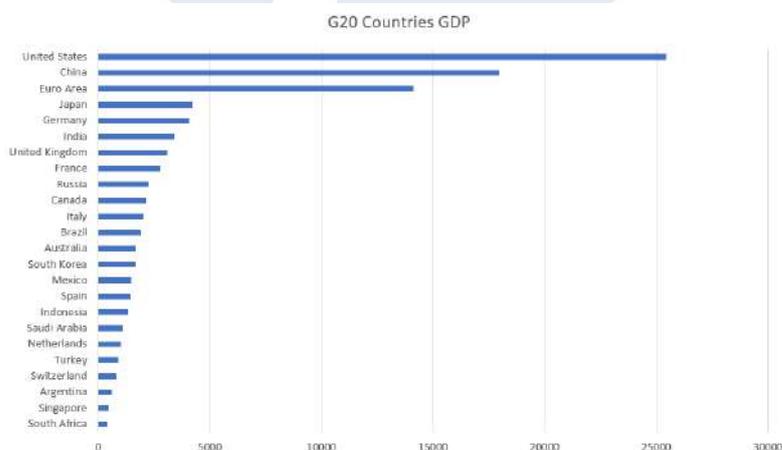


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

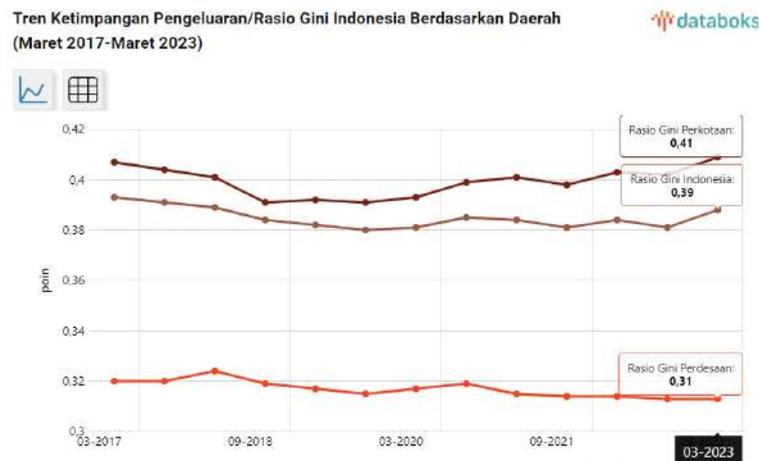
Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk paling banyak di dunia. Indonesia memiliki populasi sebesar 279.524.137. Tingginya populasi tersebut menyebabkan Indonesia masuk ke dalam negara ke-4 dengan penduduk paling banyak di dunia (*WorldOMeter*, 2024). Banyaknya jumlah penduduk tersebut juga menyebabkan beberapa pengaruh dalam negara Indonesia. Salah satu pengaruh tersebut adalah dibidang ekonomi. Indonesia merupakan salah satu negara dengan produk domestik bruto terbanyak di dunia. Hal tersebut dapat dilihat dari Indonesia yang masuk ke dalam G20, sebuah forum internasional yang terdiri dari 19 negara dan Uni Eropa (UE) yang memiliki perekonomian yang kuat.



Gambar 1. 1 Produk Domestik Bruto Negara G20 2022
Sumber: [TrandingEconomics.com](https://tradingeconomics.com) (2022)

Berdasarkan data *Tranding Economics 2022*, Indonesia memiliki Produk Domestik Bruto sebesar US\$1,31 miliar. Hal ini menyebabkan Indonesia masuk ke dalam peringkat ke-13 dalam forum tersebut. Indonesia juga mengalahkan Arab Saudi, Belanda, Turki, Swiss, Argentina, Singapura, dan Afrika Selatan dari segi Produk Domestik Bruto. Tingginya Produk Domestik Bruto tersebut seharusnya membuat kesejahteraan masyarakat menjadi tinggi. Namun, hal tersebut tidak

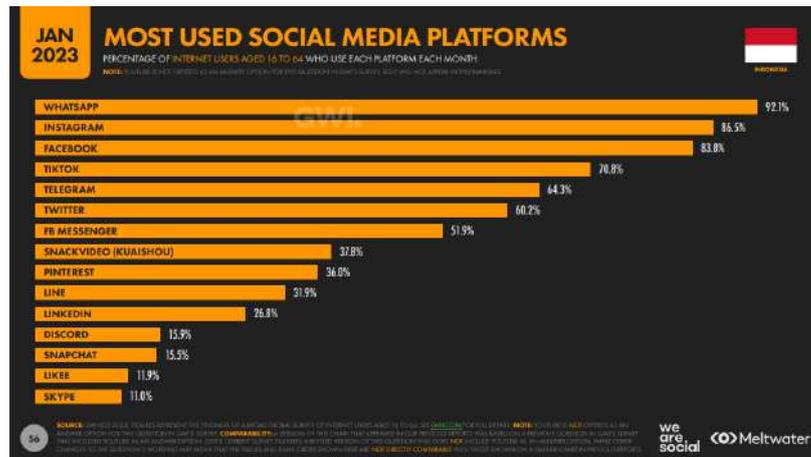
terjadi. Hal yang terjadi justru sebaliknya di mana kesenjangan ekonomi yang sangat signifikan antara orang kaya dan miskin.



Gambar 1. 2 Tren Ketimpangan Pengeluaran Indonesia 2023
Sumber: Databoks.katadata.co.id (2023)

Berdasarkan data Databoks.id 2023, terdapat ketimpangan pengeluaran yang cukup signifikan di Indonesia. Adapun pengukuran ketimpangan pengeluaran tersebut dihitung menggunakan Rasio Gini. Rasio Gini menggambarkan tingkat pemerataan mulai dari pendapatan dan distribusi kekayaan di mana indeks 0 menunjukkan pemerataan total dan 1 menunjukkan ketimpangan. Jika kita lihat data tersebut, terdapat ketimpangan pengeluaran yang cukup signifikan di berbagai wilayah Indonesia. Rasio Gini di perkotaan jauh lebih tinggi dibandingkan Rasio Gini di Pedesaan. Adapun Rasio Gini 2023 di perkotaan adalah 0,41, Rasio Gini di pedesaan adalah 0,31, dan Rasio Gini Indonesia adalah 0,39.

Meskipun Indonesia memiliki ketimpangan pendapatan yang cukup signifikan, hal tersebut tidak menutup fakta bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Media sosial merupakan suatu platform yang digunakan oleh orang-orang untuk saling bersosialisasi satu dengan yang lain. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh orang Indonesia adalah Instagram.



Gambar 1. 3 Platform Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan 2023
 Sumber: We Are Social (2023)

Berdasarkan data We Are Social 2023, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 86,5% yang setara dengan 104,8 juta orang. Sementara itu, populasi Indonesia berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) 2023 menyebutkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada 2023 adalah 278,6 juta orang. Artinya, lebih dari setengah warga negara Indonesia menggunakan Instagram.

Salah satu wilayah yang memiliki ketimpangan ekonomi dan penggunaan internet yang cukup tinggi adalah Lebak, Banten. Berdasarkan Data Sistem Informasi Pemerintah Daerah 2024, pada tahun 2023 Banten memiliki Gini Ratio sebesar 0,368. Kemudian, berdasarkan Badan Pusat Statistik Banten 2023 menunjukkan bahwa 51,15% masyarakat Kabupaten Lebak di atas 5 tahun sudah menggunakan internet. Lebak, Banten merupakan wilayah yang sangat kaya akan keanekaragaman hayati. Keanekaragaman hayati tersebut berupa ekosistem hutan bakau, padang lamun, dan terumbu karang. Alasan wilayah Lebak memiliki kelimpahan tersebut dikarenakan kondisi geografis Lebak yang dekat dengan lautan. Hal ini yang membuat Lebak Selatan mempunyai potensi di bisnis perikanan dan pariwisata yang sangat besar (Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum, 2024).

Namun, terdapat suatu permasalahan di wilayah Lebak, Banten. Jumlah angkatan kerja di Provinsi Banten mencapai 722.854 pada 2023. Provinsi Banten merupakan provinsi dengan rata-rata Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)

terbesar di Indonesia yang mencapai angka 7,52%. Tentunya hal tersebut membuat Wilayah Lebak yang merupakan salah satu Provinsi di Banten memiliki tingkat pengangguran yang tinggi. Wilayah Lebak merupakan daerah dengan rata-rata Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) terbanyak no-3 di Banten (Badan Pusat Statistik, 2023).

Namun, berdasarkan survei yang dilakukan oleh perancang pada 4 Maret 2024 dengan 3 orang di Desa Panggarangan yang bernama Anis Faisal Reza selaku Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS), Ulung Dinarja yang merupakan bagian masyarakat, dan Dayah Fata Fadilah yang merupakan murid SMA Panggarangan ke salah satu desa di Lebak Selatan yang bernama Desa Panggarangan ditemukan suatu masalah yang cenderung terjadi. Didapatkan informasi melalui salah satu tokoh masyarakat bahwa anak-anak muda terutama yang baru menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), cenderung tidak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Banyak dari mereka yang memilih untuk tidak menjadi sarjana. Hal ini disebabkan karena anak-anak muda tersebut memiliki mentalitas pekerja di mana bekerja hanyalah bekerja dan menerima uang. Mereka menganggap bahwa tidak ada gunanya naik ke jenjang kuliah ataupun membuat bisnis. Banyak dari mereka yang menjadi buruh di pabrik-pabrik yang berada di luar Desa Panggarangan bahkan ada beberapa anak muda yang menjadi buruh di kota besar. Selain itu, terdapat faktor lain seperti mudah putus asa dan faktor ekonomi. Berdasarkan obrolan sederhana yang dilakukan perancang dengan warga sekitar, ada beberapa warga di sekitar Desa Panggarangan yang pernah mencoba untuk masuk ke perguruan tinggi. Namun, mereka gagal untuk masuk ke jenjang tersebut yang menyebabkan mereka kembali ke kampung halaman mereka yaitu Desa Panggarangan. Hal ini diperkuat dengan ketidakstabilan ekonomi orang tua mereka yang sebagian besar berprofesi sebagai petani.

Melihat hal tersebut, tentunya hal terbaik yang dapat diharapkan adalah para pemuda di Lebak, Banten membuka lapangan kerja yang tentunya akan menurunkan tingkat pengangguran terbuka. Namun, para anak muda tidak boleh membuka lapangan kerja secara sembarangan. Hal tersebut tentunya akan melahirkan masalah baru seperti tidak tercapainya tujuan bisnis dikarenakan anak

muda membuang sumber daya mereka tanpa strategi yang benar. Oleh karena itu, kampanye digital yang memuat edukasi mengenai pengetahuan dasar kewirausahaan menjadi hal penting untuk masyarakat Lebak, terutama anak muda yang berada di Lebak untuk menyadarkan bahwa mereka memiliki potensi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Kampanye digital akan dibungkus dengan membuat 4 materi edukatif dengan memanfaatkan seluruh fitur Instagram. Adapun fitur-fitur Instagram yang akan digunakan adalah Instagram *Feeds*, Instagram *story*, dan Instagram *reels*. Materi-materi yang akan digunakan memiliki keterkaitan dengan kewirausahaan ataupun mendukung materi kewirausahaan tersebut. Materi inti berupa asesmen risiko dan dasar kewirausahaan Sementara itu, materi pendukung berupa pengembangan karakter dan hipnoterapi & motivasi.

Diharapkan dengan adanya kampanye digital yang memuat 4 materi tersebut dapat menjadi wadah bagi anak-anak muda di Desa Panggarangan dan lebih luas agar dapat memahami dasar-dasar kewirausahaan dan asesmen risiko yang tentunya akan menolong mereka di bidang ekonomi serta membuka kesempatan yang lebih luas.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan Tugas Akhir berbasis karya yang ingin diraih dalam karya ini adalah:

1. Meningkatkan *awareness* dan mengedukasi khalayak mengenai kewirausahaan
2. Meningkatkan *awareness* terhadap Niskala Camp

1.3 Kegunaan Karya

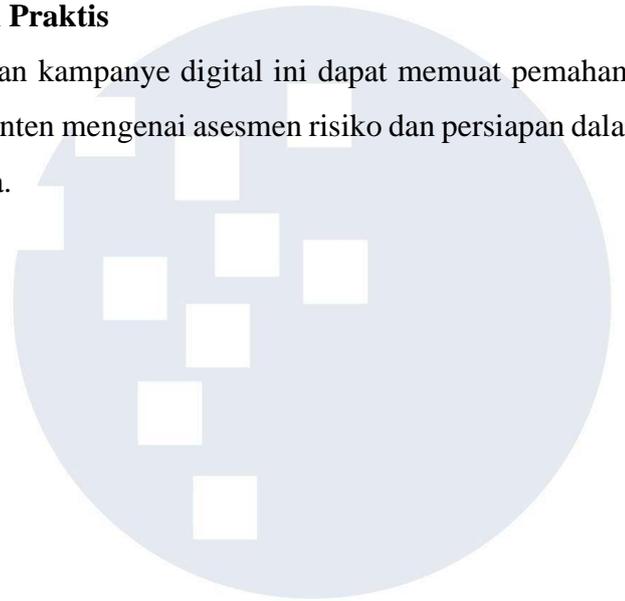
Terdapat 2 jenis kegunaan yang diharapkan dari pembuatan kampanye digital Niskala dua jenis kegunaan yang diharapkan dari pembuatan karya ini, yaitu: kegunaan akademis dan kegunaan praktis.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan kampanye digital yang diselenggarakan melalui media sosial Instagram dapat menjadi panduan maupun inspirasi bagi perancang lainnya dalam mengembangkan karya terkait kampanye digital dan kewirausahaan.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan kampanye digital ini dapat memuat pemahaman kepada anak-anak muda di Banten mengenai asesmen risiko dan persiapan dalam memulai bisnis secara sederhana.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA