

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Desa tidak hanya menjadi tempat tinggal, melainkan juga pusat nilai, budaya, dan identitas kolektif masyarakat Indonesia. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, desa menghadapi tekanan besar akibat pergeseran orientasi generasi muda terhadap kehidupan urban. Banyak pemuda lebih memilih tinggal dan bekerja di kota karena dianggap lebih menjanjikan secara ekonomi dan gaya hidup. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, jumlah pekerja usia muda (15–24 tahun) di pedesaan hanya mencapai 7,4 juta, sementara pekerja lansia (60 tahun ke atas) justru lebih tinggi, yakni 8,8 juta. Data ini mengindikasikan adanya ketimpangan demografis dan potensi hilangnya regenerasi di sektor-sektor kehidupan desa.

Fenomena ini tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga pada budaya lokal. Seiring dengan melemahnya ketertarikan terhadap kehidupan desa, warisan budaya dan pengetahuan lokal ikut terpinggirkan. Desa sebagai ruang hidup yang dahulu lekat dengan nilai-nilai kebersamaan, kearifan lokal, serta keharmonisan dengan alam, kini berisiko kehilangan identitasnya. Padahal, nilai-nilai tersebut justru sangat relevan di tengah krisis lingkungan dan keterasingan sosial yang terjadi di perkotaan.

Menurut Wijaya dan Hartanto (2022), kampanye digital mampu menjadi jembatan antara warisan budaya dengan cara hidup modern, karena pesan lokal dapat dikemas ulang dalam bentuk visual dan narasi yang sesuai dengan bahasa media sosial. Sementara itu, penelitian oleh Yuliani & Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa kampanye digital berbasis komunitas dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap budaya lokal serta memperkuat identitas kolektif suatu komunitas. Hal ini diperkuat pula oleh pendapat Setiawan (2023) yang

menyebutkan bahwa media digital, jika digunakan secara strategis, dapat menjadi alat pemberdayaan masyarakat desa untuk menciptakan ruang komunikasi, promosi, dan ekspresi yang lebih luas terhadap budaya mereka.

Dalam konteks inilah, kampanye digital *Behind the Papringan* hadir sebagai upaya dokumentatif dan edukatif berbasis sosial budaya lokal yang berakar pada kehidupan di Desa Ngadiprono, Kecamatan Kedu, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Kampanye ini berfokus pada dokumentasi naratif visual kehidupan di Pasar Papringan, sebuah pasar rakyat yang digelar setiap Minggu Pon dan Wage di tengah rimbunnya hutan bambu.

Pasar Papringan bukan sekadar tempat jual beli produk lokal, tetapi juga representasi dari kehidupan desa yang lestari dan beretika. Pasar ini dikelola oleh warga secara kolektif tanpa penggunaan plastik, dengan konsep ekonomi sirkular berbasis lokalitas dari bahan bangunan bambu, makanan tradisional, hingga sistem pembayaran menggunakan keping bambu sebagai alat tukar. Masyarakat dari berbagai latar belakang, mulai dari petani, perajin, anak muda, hingga ibu rumah tangga, terlibat dalam proses produksi dan penyajian produk-produk lokal. Pengunjung yang datang pun tidak hanya sekedar membeli, tetapi turut merasakan atmosfer yang kaya akan nilai kebersamaan, keberlanjutan, dan kearifan lokal.

Melalui konten visual dan narasi digital yang autentik, kampanye ini mengangkat bagaimana bambu, sebagai material lokal, menjadi simbol keterhubungan antara alam, manusia, dan budaya. Semua aktivitas di Pasar Papringan dilakukan tanpa plastik, menggunakan bambu sebagai pengganti dalam hampir seluruh aspek — dari alat makan, tempat transaksi, hingga dekorasi. Lebih dari itu, pasar ini juga menawarkan pengalaman wisata sosial (*social tourism*), di mana pengunjung tidak hanya menikmati kuliner lokal, tapi juga berinteraksi langsung dengan warga, mengenal budaya desa, serta ikut merasakan ritme kehidupan desa yang sederhana namun bermakna.

Dalam konteks sosial-budaya saat ini, *Behind the Papringan* menjadi bentuk kampanye digital yang sangat relevan karena mampu merespons kebutuhan masyarakat akan pengalaman yang lebih bermakna dan berkelanjutan. Di tengah kejenuhan masyarakat urban terhadap konten yang seragam dan instan, kampanye ini menawarkan narasi yang membumi dan reflektif. Visual yang dihadirkan bukan sekadar estetika, tetapi merekam emosi, cerita, dan nilai-nilai kehidupan yang jarang tersampaikan di media arus utama. Hal ini memperkuat daya tarik kampanye bagi audiens muda yang tengah mencari bentuk koneksi baru dengan akar budaya dan ruang hidup yang lebih otentik.

Kampanye ini juga menjawab kebutuhan akan narasi alternatif dalam pariwisata. Ketika sebagian besar promosi wisata hanya menonjolkan tempat indah tanpa konteks, *Behind the Papringan* justru menempatkan manusia, interaksi sosial, dan kearifan lokal sebagai pusat cerita. Ini menunjukkan bahwa kampanye visual dapat menjadi alat transformasi budaya, bukan hanya alat marketing. Melalui gaya penyampaian yang halus namun kuat, kampanye ini menumbuhkan rasa ingin tahu, empati, dan penghargaan terhadap desa sebagai sumber pengetahuan dan inspirasi.

Lebih dari itu, *Behind the Papringan* membuktikan bahwa kampanye digital dapat dijalankan secara inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan tanpa perlu sumber daya besar. Cukup dengan pendekatan yang jujur, visual yang konsisten, serta narasi yang mengedepankan pengalaman nyata, kampanye ini mampu membangun komunitas digital yang bukan hanya mengapresiasi konten, tetapi juga ingin terlibat langsung dalam pengalaman yang diangkat. Oleh karena itu, pendekatan seperti ini sangat potensial untuk direplikasi di wilayah lain sebagai bentuk kampanye berbasis komunitas yang bermakna.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari karya ini adalah:

1. Menggali dan mendokumentasikan nilai-nilai kehidupan desa yang tercermin dalam aktivitas komunitas Pasar Papringan, terutama terkait penggunaan bambu sebagai simbol keberlanjutan dan budaya lokal.
2. Menyampaikan narasi kehidupan desa secara visual dan digital melalui kampanye kreatif *Behind the Papringan* agar dapat diakses, diapresiasi, dan dipelajari oleh generasi muda dan masyarakat luas.
3. Menganalisis peran media digital, khususnya media sosial dan konten visual-naratif, dalam membangun kembali hubungan antara masyarakat urban dengan kehidupan desa.
4. Memberikan contoh pendekatan kampanye kreatif berbasis nilai sosial, budaya, dan lingkungan yang dapat menjadi rujukan untuk pengembangan komunikasi visual berbasis komunitas.

1.3 Kegunaan Karya

Secara umum, karya tugas akhir *Behind the Papringan* diharapkan dapat menjadi contoh nyata tentang bagaimana pendekatan kreatif dalam kampanye digital mampu menghidupkan kembali narasi desa yang selama ini kurang mendapatkan sorotan di ruang publik digital. Karya ini tidak hanya menawarkan pengalaman visual dan dokumentasi sosial, tetapi juga menjadi medium komunikasi yang efektif dalam mengedukasi, menginspirasi, dan membangun keterhubungan antara masyarakat dengan akar budaya mereka.

Dalam konteks yang lebih luas, karya ini memberi kontribusi pada upaya pelestarian kearifan lokal serta pembangunan identitas kolektif yang berbasis pada nilai-nilai sosial, budaya, dan lingkungan. Dengan mengangkat kehidupan desa secara jujur dan menyentuh, karya ini diharapkan dapat memperluas wacana tentang pentingnya menjaga keberlanjutan budaya, memperkuat komunitas lokal, dan menjadikan desa sebagai ruang hidup yang setara dengan kota—baik dalam konteks sosial, ekonomi, maupun representasi di media digital.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Karya ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen, peneliti, maupun pihak-pihak yang menaruh minat pada studi komunikasi visual, kampanye digital berbasis komunitas, serta pembangunan berkelanjutan berbasis budaya. *Behind the Papringan* menyajikan pendekatan dokumentatif-edukatif yang menggabungkan estetika visual dengan isu-isu sosial dan budaya lokal.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Karya ini dapat memberikan contoh implementasi kampanye digital yang tidak hanya mempromosikan sebuah tempat, tetapi juga menyampaikan pesan nilai kehidupan desa, relasi sosial, serta pelestarian lingkungan secara kreatif. Hal ini dapat menjadi inspirasi bagi pengelola komunitas, pelaku industri kreatif, hingga pemerintah daerah dalam menyusun strategi komunikasi berbasis nilai lokal.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Melalui kampanye ini, masyarakat diajak untuk lebih menghargai keberadaan desa dan kehidupan di dalamnya, termasuk praktik hidup berkelanjutan yang dijalankan secara organik oleh warga Pasar Papringan. Selain mendorong partisipasi dalam pelestarian budaya dan lingkungan, karya ini juga membangun kembali kesadaran kolektif akan pentingnya hidup dalam harmoni dengan alam dan sesama.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA