

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan suatu sektor ekonomi yang berkembang dengan baik. Bahkan Wapres Ma'ruf Amin dalam Murzid (2022) mengatakan bahwa industri ekonomi kreatif terbukti sanggup melewati pandemi Covid-19. Beliau mengatakan bahwa ekonomi kreatif tetap menjadi sebuah sektor ekonomi yang menjanjikan di tengah macam-macam persoalan perekonomian. Ekonomi kreatif sendiri telah memberi kontribusi kepada negara pada tahun 2013, pertumbuhan ekonomi kreatif mencapai 5,76% di atas rata-rata pertumbuhan nasional, memberi kesempatan kerja sebesar 10,7, serta *share* PDB 7,05% (Rahmi, 2018). Kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian Indonesia juga terus meningkat dari tahun 2010 hingga tahun 2017 (lihat gambar 1.1).

Subsektor	2014	2015	2016*	2017**
1. Arsitektur	13.552,3	14.449,1	15.323,50	918,9
2. Desain Interior	1.040,4	1.103,8	1.169,20	1.239,6
3. Desain Komunikasi Visual	363,7	401,1	437,1	472,7
4. Desain Produk	1.654,1	1.687,7	1.817,20	1.924,3
5. Film, Animasi dan Video	948,0	1.012,9	1.115,80	1.230,7
6. Fotografi	2.804,8	2.978,0	3.183,90	3.446,9
7. Kriya	99.235,0	103.743,6	106.075,10	107.774,3
8. Kuliner	281.711,5	292.978,7	308.177,40	325.701,2
9. Musik	2.739,1	2.938,2	3.161,10	3.414,1
10. Fesyen	119.172,2	122.480,5	127.450,20	132.377,3
11. Aplikasi dan Game Developer	11.222,2	11.787,9	12.738,60	13.744,5
12. Penerbitan	38.021,0	39.875,6	41.338,10	42.200,4
13. Periklanan	4.980,1	5.284,9	5.653,00	6.037,3
14. Televisi dan Radio	54.018,4	58.551,9	64.600,50	71.288,1
15. Seni Pertunjukan	1.644,6	1.743,7	1.910,00	2.058,4
16. Seni Rupa	1.406,8	1.489,0	1.555,00	1.643,8
PDB Ekonomi Kreatif Atas Harga Dasar	634.514,2	662.506,6	695.705,7	715.472,5
Pajak Dikurang Subsidi Atas Produk Ekonomi Kreatif	23.159,7	24.151,7	25.314,20	26.486,3
PDB Ekonomi Kreatif	657.673,9	686.658,3	721.019,90	741.958,8
PDB Non-Ekonomi Kreatif	7.907.192,7	8.295.858,8	8.713.612,40	9.155.214,2
PDB Nasional	8.564.866,6	8.982.517,1	9.434.632,30	9.897.173,0

Gambar 1.1 Tabel PDB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2014-2017
(Miliar Rupiah)

(Sumber: Buku “Statistik Ekonomi Kreatif 2022” oleh Tim Pusat Data dan Sistem Informasi)

Dalam hal ekonomi kreatif, Indonesia memiliki beberapa kota yang mendapat gelar kreatif, seperti Kota Palembang, Surakarta, Denpasar, dan kota lainnya (Reily, 2019). Salah satu kota tersebut adalah Kota Malang yang ekonomi kreatifnya diyakini dapat memberikan kontribusi ke daerahnya secara signifikan adalah kota Malang. Berdasarkan hal tersebut, kota Malang mengadakan Penyusunan Rencana

Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang (Shofa & Nugroho, 2018). Penyusunan tersebut akan dijadikan acuan untuk instansi-instansi yang terkait dalam mengembangkan serta memetakan potensi dari ekonomi kreatif di Kota Malang.

Ekonomi kreatif tidak hanya terdiri dari satu jenis. Sektor ekonomi kreatif sendiri terbagi menjadi berbagai jenis, dan salah satu dari berbagai jenis tersebut adalah desain (Marlinah, 2017). Dalam jenis ekonomi kreatif desain, dapat dikatakan bahwa ilustrasi masuk ke dalam jenis tersebut. Hal ini dikarenakan kedekatan antara ilustrasi dan desain memberikan peluang bagi para ilustrator untuk berperan sebagai desainer (Witabora, 2012). Selain itu, ilustrasi menjadi suatu dasar dalam mendesain sebuah produk ataupun komunikasi visual lainnya.

Studio yang bergerak dalam bidang tersebut dapat ditemukan juga di kota Malang. Salah satu studio tersebut adalah Malang Illustrator and Comic Artist atau yang lebih dikenal dengan sebutan MICA. Studio tersebut juga memiliki potensi untuk berkontribusi dalam memberikan sumbangsih kepada perekonomian kreatif kota Malang. Maka dari itu, penulis memilih untuk membahas proyek yang dikerjakan oleh penulis selama menempuh praktik kerja lapangan di MICA yang berupa aset-aset visual.

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam laporan ini adalah sebagai berikut.

- a) Permasalahan yang diselesaikan merupakan aset yang diberikan kepada penulis dari MICA untuk diselesaikan.
- b) Permasalahan yang diselesaikan merupakan permasalahan yang diberi selama masa PKL dari penulis, yaitu 4 Agustus 2022 hingga 4 Oktober 2022.

1.3 Tujuan

- a) Meningkatkan *softskill* dan juga *hardskill* dari mahasiswa sesuai dengan standar industri.
- b) Mendapatkan ilmu berupa teori dan juga praktik yang dapat membantu mahasiswa mengasah *skill*-nya dalam bidang ilustrasi.
- c) Menyiapkan mahasiswa dalam memasuki dunia industri.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari kegiatan praktik kerja lapangan di MICA adalah sebagai berikut.

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a) Sebagai persyaratan matakuliah praktik kerja lapangan.
- b) Memberi gambaran mengenai dunia kerja.
- c) Melatih *softskill* dan juga *hardskill* mahasiswa.

1.4.2 Bagi Universitas

- a) Menjalin kerjasama antara universitas dan MICA
- b) Mempromosikan universitas kepada MICA dan juga masyarakat.
- c) Memberi masukan kepada universitas mengenai tempat magang yang dijalani.

1.4.3 Bagi Studio/Instansi Terkait

- a) Menjalin kerjasama antara MICA dan Universitas.
- b) Mendapatkan calon SDM dari universitas.