

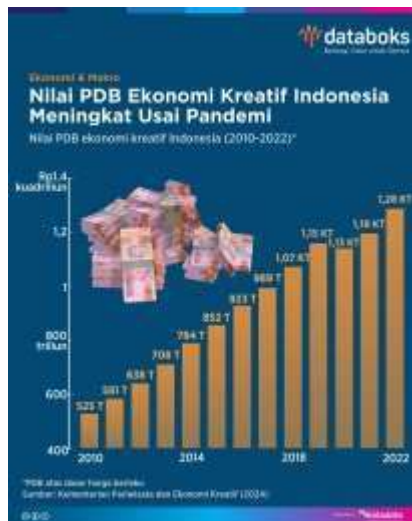
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan kesenian dan budaya tradisional, di mana setiap daerah memiliki ekspresi seni yang mencerminkan nilai sejarah, identitas, dan spiritualitas yang diwariskan lintas generasi. Seni bukan sekadar media hiburan, melainkan fondasi pembentukan karakter bangsa sekaligus cerminan jati diri masyarakat lokal. Keberagaman seni pertunjukan tradisional di Indonesia, mulai dari wayang, tari daerah, hingga kesenian jaranan, merupakan aset budaya yang tak ternilai dan turut memperkuat identitas nasional di tengah derasnya arus globalisasi yang mengancam kelestarian kebudayaan lokal (Hafizah, 2023).

Seiring dengan perkembangan zaman, seni pertunjukan tradisional telah berkembang menjadi bagian dari ekonomi kreatif nasional. Purnomo (2016) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif menempatkan kreativitas, keterampilan, dan kekayaan budaya lokal sebagai sumber daya utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menjadikan sektor ini sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional (Kemenparekraf RI, 2021), mengingat potensinya yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Nilai PDB ekonomi kreatif Indonesia bahkan menunjukkan tren peningkatan yang konsisten sebagaimana disajikan pada gambar berikut.



Sumber: databoks.katadata.co.id / Kemenparekraf (2022)

Gambar 1.1 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia 2010–2022

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, nilai PDB ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari Rp525 triliun pada tahun 2010 hingga mencapai Rp1,28 kuadriliun pada tahun 2022. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi Rp1,13 kuadriliun akibat dampak pandemi COVID-19, sektor ini berhasil pulih dan mencatatkan nilai tertingginya pada tahun 2022. Pertumbuhan ini mencerminkan bahwa subsektor seni dan budaya, termasuk seni pertunjukan tradisional, turut berkontribusi dalam membentuk ekonomi kreatif sebagai penopang pertumbuhan ekonomi yang tangguh (Kemenparekraf RI, 2021).

Seni pertunjukan tradisional justru menghadapi tekanan serius di tengah pesatnya pertumbuhan ekonomi kreatif nasional akibat perubahan pola konsumsi budaya masyarakat, khususnya di kalangan Gen Z. Seemiller & Grace (2018) mendefinisikan Gen Z sebagai generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang kini semakin mengalihkan perhatiannya ke hiburan digital yang cepat, variatif,

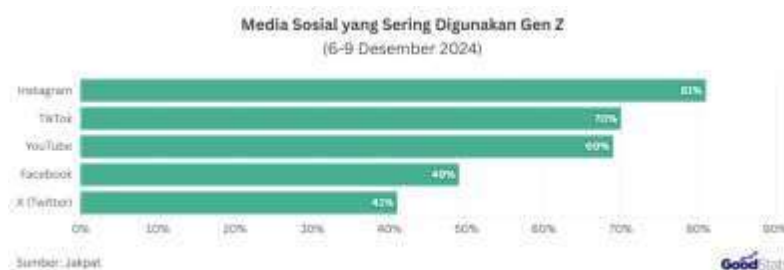
dan mudah diakses. Hafizah (2023) menegaskan bahwa globalisasi melalui media digital telah menurunkan ketertarikan kalangan muda terhadap budaya tradisional.



Sumber: goodstats.id / Jakpat (2024)

Gambar 1.2 Kegiatan Generasi Muda di Waktu Luang

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, kegiatan yang paling dominan dilakukan generasi muda di waktu luang adalah scroll (mengakses) media sosial sebesar 63%, diikuti menonton film atau serial sebesar 57%. Data ini menunjukkan bahwa aktivitas sehari-hari Gen Z didominasi oleh konsumsi konten digital, menjadikan platform media sosial sebagai ruang utama yang paling strategis untuk menjangkau perhatian generasi ini. Hafizah (2023) menegaskan bahwa tingginya konsumsi konten digital di kalangan generasi muda berdampak langsung pada pergeseran minat mereka terhadap hiburan berbasis digital. Hal ini juga berimplikasi pada cara mereka menemukan dan memutuskan untuk menghadiri pertunjukan seni budaya.



Sumber: goodstats.id / Jakpat (2025)

Gambar 1.3 Media Sosial yang Sering Digunakan Gen Z Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.3 di atas, Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan Gen Z dengan persentase sebesar 83%, diikuti oleh TikTok sebesar 76%, dan YouTube sebesar 70%. Menariknya, ketiga platform ini merupakan platform yang sama-sama aktif digunakan Rogo Samboyo Putro sebagai sarana promosi digitalnya, sehingga potensi jangkauannya secara langsung bersinggungan dengan habitat digital utama Gen Z. Mustika et al. (2025) membuktikan bahwa pendekatan storytelling dalam konten TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata Gen Z, mengindikasikan bahwa platform ini adalah medium relevan untuk mempengaruhi minat generasi tersebut. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa kehadiran RSP di ketiga platform tersebut bukan sekadar eksistensi digital, melainkan peluang strategis yang berpotensi mendorong minat menonton ulang Gen Z secara nyata.

Seni jaranan merupakan salah satu warisan budaya yang populer dan masih hidup kuat di tengah masyarakat Jawa Timur, khususnya di wilayah Kediri. Kesenian jaranan bukan sekadar hiburan, melainkan ekspresi budaya dan spiritual yang berakar kuat dalam tradisi Jawa, menampilkan kisah Dewi Songgolangit dan Singo Barong melalui tarian, musik gamelan, dan adegan sakral yang menyatu dalam pertunjukan (Widhiyanti, 2025). Salah satu kelompok jaranan yang menunjukkan perkembangan paling signifikan adalah Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro (RSP) yang berpusat di Desa Ketami, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Didirikan pada 1 Desember 2008 oleh Bapak Gunawan, RSP telah berkembang menjadi ikon jaranan modern yang dikenal luas di berbagai daerah

berkat konsistensinya dalam berinovasi tanpa meninggalkan akar tradisi, bahkan menjadi kiblat jaranan pegon di Jawa Timur (Widhiyanti, 2025).



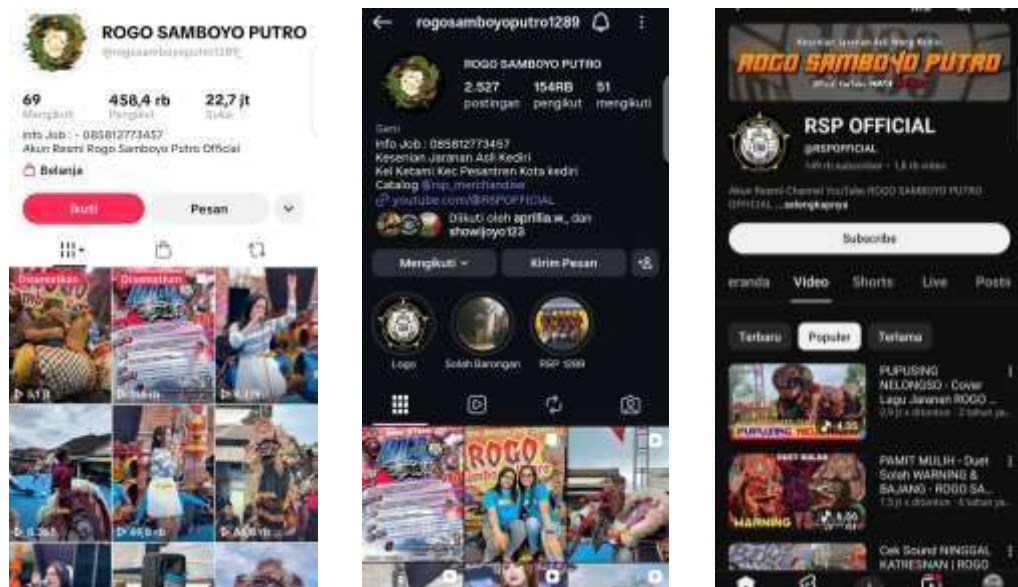
Sumber : Instagram Rogo Samboyo Putro (diakses April 2026)

Gambar 1.4 Aktivitas Ekonomi Kreatif Rogo Samboyo Putro

Gambar diatas memperlihatkan dua wujud nyata aktivitas ekonomi kreatif RSP. Foto pertama menampilkan pertunjukan rutin RSP dengan tata panggung berstruktur profesional, kostum penari yang inovatif dan seragam, serta panggung biru yang menjadi ciri khas visual Rogo yang mencerminkan komitmen inovasi pertunjukan yang terus diperbarui secara berkala. Foto kedua menampilkan kolaborasi RSP dalam event resmi berskala besar bersama institusi pemerintah seperti festival budaya Grebeg Suro Kabupaten Kediri, yang membuktikan kemampuan RSP dalam membangun jaringan kemitraan yang luas. Kedua foto tersebut sekaligus menggambarkan dampak sosial yang ditimbulkan, mengingat setiap pentas Jaranan ini menyerap lebih dari 150 tenaga kerja lokal sebagai penari, pengrawit, dan kru teknis (Widhiyanti, 2025). Inovasi RSP tercermin dari beberapa aspek. Pertama, pembaruan kostum dilakukan setiap satu hingga dua tahun sekali untuk menghadirkan tampilan visual yang baru. Kedua, pengembangan karakter khas seperti Singo Barong dan Celengan, yang masing-masing telah memiliki basis penggemar tersendiri di kalangan Gen Z. Ketiga, tata panggung megah dengan

sistem pencahayaan dinamis menjadikan setiap pentas terasa seperti konser. Keempat, RSP juga memproduksi merchandise berupa kaos sebagai produk penggemar (Widhiyanti,2025). Ekosistem pertunjukan RSP turut menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar melalui keterlibatan berbagai pihak dalam setiap penyelenggaraan event. Mulai dari pengrajin kostum tradisional yang memproduksi busana pentas, penyedia perlengkapan panggung, vendor sound system dan lighting profesional, sponsor acara dari berbagai merek nasional, hingga banyak pedagang UMKM yang berjualan di sekitar area event dan turut merasakan dampak ekonomi langsung dari setiap pertunjukan RSP yang digelar (Widhiyanti, 2025).

Jaranan Rogo Samboyo Putro (RSP) telah aktif memanfaatkan platform Instagram, YouTube, dan TikTok sebagai sarana promosi digital untuk memperluas jangkauan pertunjukannya, sebuah pola yang mencerminkan tren eksistensi seni pertunjukan lokal Indonesia di era digital (Zandra & Hidayatullah, 2024).



Sumber: TikTok, Instagram, YouTube Rogo Samboyo Putro (diakses Maret 2026)

Gambar 1.5 Akun Media Sosial Rogo Samboyo Putro

Tabel 1.1 Data Media Sosial Rogo Samboyo Putro (2026)

Platform	Akun	Data Digital	Komentar Positif
TikTok	@rogosamboyputro1289_	458,4 rb pengikut · 22,7 jt suka	Rata-rata 100+ komentar per video pada platform digital TikTok 
Instagram	@rogosamboyputro1289	154 rb pengikut · 2.527 postingan	
YouTube	@RSPOFFICIAL	149 rb subscriber · 1.800+ video · 3,2 jt views (terpopuler)	

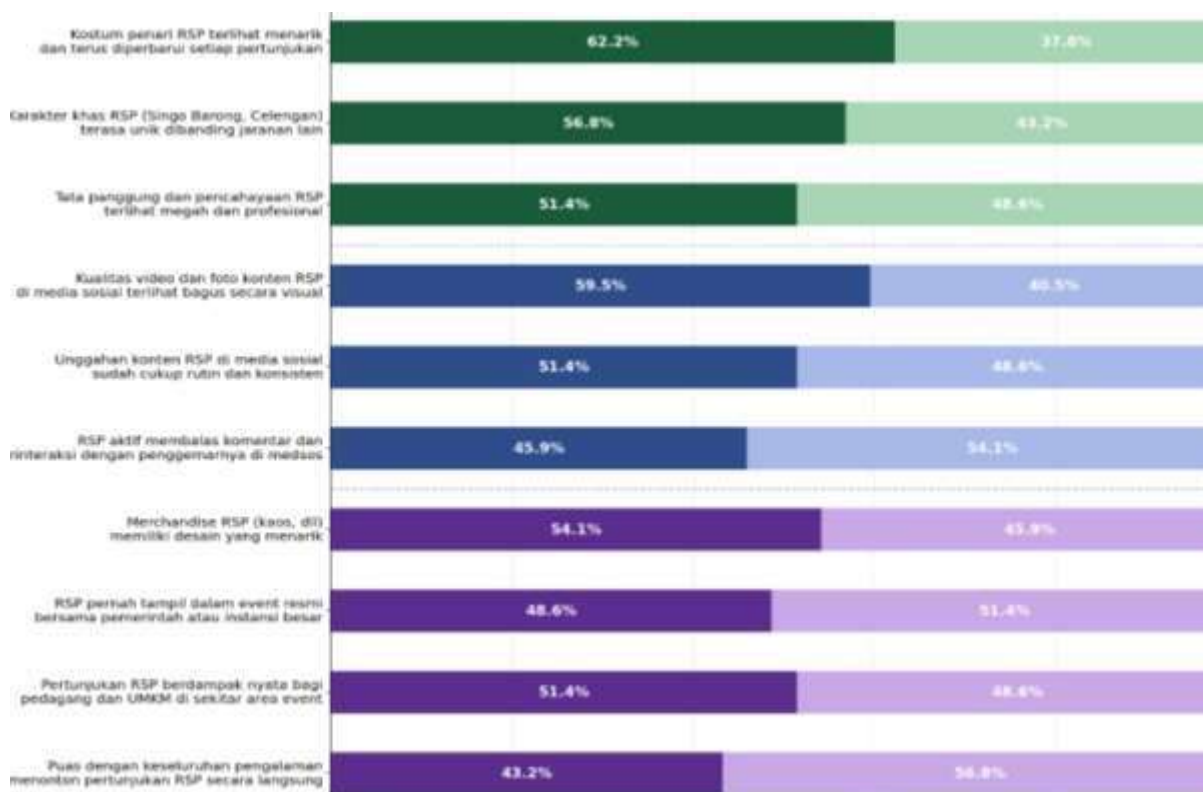
Sumber: TikTok, Instagram, YouTube RSP (diakses April 2026)

Gambar 1.6 Komentar pada Konten Media Sosial RSP di TikTok

Gambar 1.6 memperlihatkan TikTok menjadi platform dengan pertumbuhan paling signifikan, di mana konten pertunjukan RSP mendapatkan rata-rata 100 komentar positif per video dan telah mengumpulkan 22,7 juta likes yang jarang dicapai oleh kelompok seni tradisional manapun di Indonesia. RSP juga aktif berinteraksi dengan audiens di media sosial melalui balasan komentar dan respons terhadap pertanyaan penonton. Keberhasilan RSP di media sosial tidak lepas dari konsistensi pengunggahan konten pertunjukan yang terjadwal dan berkualitas tinggi di tiga platform utama Gen Z Indonesia. Akun Instagram menjadi etalase visual utama RSP yang secara rutin menampilkan jadwal pentas, estetika pertunjukan, dan penggalan adegan memukau yang membangkitkan rasa ingin tahu audiens, sementara YouTube menghadirkan dokumentasi pertunjukan lengkap yang memperkuat kenangan dan kesan penonton yang sebelumnya telah hadir

secara langsung. Konsumsi konten digital yang masif ini mengindikasikan bahwa promosi digital RSP tidak sekadar menghasilkan tontonan pasif, melainkan membangun ikatan emosional yang mendorong keterlibatan lebih lanjut dengan pertunjukan, sebagaimana ditunjukkan dalam kajian konten seni pertunjukan lokal Indonesia di era digital (Zandra & Hidayatullah, 2024).

Peneliti juga melakukan pra-survei kepada 37 responden Gen Z di Kediri melalui Google Form. Berikut hasil data kuesioner pra-survei.



Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Gambar 1.7 Hasil Pra-Survei Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro

Berdasarkan Gambar 1.7 dengan jumlah 37 responden, hasil pra-survei menunjukkan bahwa ekonomi kreatif yang meliputi kostum yang menarik yang diperbarui berkala dan keunikan karakter khas seperti Singo Barong dan Celengan

diakui sebagian besar responden, namun tata panggung dan pencahayaan yang berperan membentuk kesan pertunjukan yang layak untuk ditonton kembali justru belum dirasakan merata. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi RSP belum sepenuhnya berhasil mendorong keinginan penonton untuk hadir lagi. Samodro (2025) menjelaskan bahwa penggunaan multimedia, tata visual, dan pengembangan setting dalam pertunjukan modern mampu memperkuat pengalaman serta daya tarik audiens terhadap pertunjukan budaya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas tata panggung dan pencahayaan tidak hanya berfungsi sebagai elemen teknis, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membentuk kesan pertunjukan yang mendorong ketertarikan penonton untuk kembali menyaksikan pertunjukan di masa mendatang. Di sisi lain, kualitas visual konten RSP di media sosial cukup diakui responden, namun konsistensi unggahan masih dinilai belum optimal, dan interaksi RSP dengan penggemarnya menjadi titik paling lemah karena mayoritas responden merasa belum cukup responsif. Kesenjangan antara besarnya jangkauan digital RSP dan rendahnya kepuasan serta minat visual ini membuktikan bahwa viralitas konten belum mendorong minat menonton ulang secara nyata, sehingga pengaruh kedua faktor terhadap minat menonton ulang Gen Z perlu dibuktikan secara ilmiah.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh promosi digital dan ekonomi kreatif terhadap seni pertunjukan. Penelitian yang secara khusus mengukur pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat menonton ulang Gen Z pada seni pertunjukan tradisional, khususnya dengan metode SEM-PLS di wilayah Kediri, masih belum tersedia.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji **"Pengaruh Ekonomi Kreatif dan Promosi Digital Terhadap Minat Menonton Ulang Pertunjukan Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro pada Gen Z di Kediri"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ekonomi kreatif berpengaruh terhadap minat menonton ulang pertunjukan Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro pada Gen Z di Kediri?
2. Apakah promosi digital berpengaruh terhadap minat menonton ulang pertunjukan Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro pada Gen Z di Kediri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ekonomi kreatif terhadap minat menonton ulang pertunjukan Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro pada Gen Z di Kediri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi digital terhadap minat menonton ulang pertunjukan Kesenian Jaranan Rogo Samboyo Putro pada Gen Z di Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Bagi Institusi

Bagi lingkungan akademik kampus, hasil studi ini diharapkan mampu memperkaya khazanah keilmuan, terutama dalam bidang Manajemen Pemasaran, sekaligus sebagai sumber literatur di perpustakaan universitas yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa lain sebagai rujukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Pelaku Kesenian

Bagi pelaku seni Jaranan Rogo Samboyo Putro, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam merancang strategi ekonomi kreatif dan promosi digital yang lebih efektif guna meningkatkan minat menonton ulang, khususnya pada generasi Z.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai kondisi nyata di lapangan dan sejauh mana teori yang diperoleh selama perkuliahan dapat diterapkan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan praktis, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber wawasan maupun perspektif bagi para peneliti berikutnya yang mengangkat topik serupa, guna memperdalam dan memperluas pemahaman di bidang terkait sehingga proses pengkajian pada penelitian selanjutnya dapat berlangsung lebih efisien.

