

Pinasthika creatifestival XIX **CREATIVOLUTION** INDONESIA CARE **PERSATUAN PERUSAHAAN PERIKLAMAN INDONESIA** **Kedaulatan Rakyat** wonderful indonesia 
26-28 NOV 2021 10.00-16.00 WIB Jogja National Museum
Advertising & Design Award - Creative Seminar - Creative Gallery - Creative Sharing - Jajan Lokal Artisan Pop Up Market - Local Brand Show Case
Festival ekonomi kreatif ini bisa dinikmati daring dan luring dengan kapasitas terbatas. Registrasi melalui website.
www.pinasthikafest.id @PinasthikaFest #Creativolution2021

JAJAN LOKAL 'ARTISAN FOOD'

Menekankan Kejelasan Bahan Baku dan Proses Pembuatan



KR-Devid Permana

Keju buatan Mazaraat Artisan Cheese.

YOGYA (KR) - Jajan Lokal Artisan Food Pop Up Market menjadi salah satu daya tarik pada gelaran Pinasthika Creatifestival XIX. Berbagai jajanan dari berbagai brand lokal hadir dalam Pop Up Market. Salah satunya Mazaraat Artisan Cheese, pembuat keju dengan metode tradisional yang terletak di lereng Merapi dan saat ini sudah memiliki belasan jenis keju dan sudah menembus pasar Asia Tenggara.

Menurut Owner Mazaraat Artisan Cheese, Jamie Najmi, sebuah produk kuliner bisa dikatakan Artisan Food jika dibuat secara manual (100% handmade) dan dalam jumlah kecil/ sedikit (bukan massal). Selain itu artisan food mempertahankan kejelasan asal usul bahan baku serta kejelasan cara proses pembuatannya. "Kontrol kualitas dari artisan food ada di tangan si pembuatnya, sehingga isu-isu natural, organik terus dipertahankan," terang Jamie Najmi kepada KR, Sabtu (27/11).

Owner Valhalla Smoking Hut, Vitrasatria Ramdhani menjelaskan resep dalam mengolah daging dengan cara tradisional lewat pengasapan dan aroma yang khas. Menurutnya, dalam proses pembuatan daging asap, kayunya adalah pilihan sendiri. Selain itu ia memiliki data asal usul daging sapi yang dipilih. "Kami tahu asal usul bahan bakunya, juga proses pembuatannya kita jaga," ujarnya.

Sedangkan Siane Caroline, owner Kebunroti Sourdough Boulangerie mengaku menggunakan teknik membuat roti pada zaman dahulu (resep kuno) yang tidak instan. Kebunroti Sourdough Boulangerie ini menjadi salah satu pelopor roti sourdough di Yogya dengan tampilan dan varian jenis roti yang tidak hanya cantik tapi juga sehat karena diolah dengan cara tradisional dan ragi alami. (Dev)-f

HARI INI CREATIVE SEMINAR SEHARI

Pengembangan Destinasi Wisata dan Brand Lokal

YOGYA (KR) - Pinasthika Creatifestival XIX menghadirkan Creative Seminar, yakni seminar sehari dengan model hybrid, dikemas kreatif dengan menghadirkan pembicara nasional dari berbagai lintas industri dan akan dipadukan dengan teknologi virtual dinamis yang membuat seminar online ini menyenangkan.

Creative Seminar ini di-siarkan langsung dari lokasi Gedung Utama Jogja National Museum pada Minggu, 28 November 2021 pukul 09.00-15.00 WIB.

Sesi pertama pukul 10.00-11.30 WIB mengangkat tema "What We Learn From Indonesia?" menghadirkan narasumber M Arief Budiman (Sekretaris Umum Indonesia Creative Cities Network) dan Drs Reza Fahlevi MSI (Direktur Pengembangan Destinasi Lokal Kemenparekraf).

M Arief Budiman, sebagai chairman Petakumpet dan sekarang juga menjabat sebagai Sekretaris Umum Indonesia Creative Cities Network, jejaring 270 kota kabupaten kreatif se-Indonesia

CREATIVE SEMINAR

Minggu, 28 Nov 2021
10.00 - 14.45 WIB



WHAT DO WE LEARN FROM INDONESIA? M. Arief Budiman Sekretaris Umum Indonesia Creative Cities Network Drs. Reza Fahlevi, M.Si Direktur Event Daerah Kemenparekraf Republik Indonesia	NATION CREATIVOLUTION Fahroni Arifin Head of Brand Management & Strategy Indosat Ooredoo Handoko Hendroyono Co-Founder Mbloc Space, Creative Storyteller	CROSS-BORDER, CULTURE & CREATIVITY Ari Wulu New Media Artist, Komunitas Gayam 16 Janoe Arjanto CEO DENTSU ONE, Ketua P3I
---	---	---

KR-Istimewa

Para pembicara dalam Creative Seminar Sehari di Pinasthika.

donesia Creativolution' dengan pembicara Fahroni Arifin (Head of Brand management & strategy Indosat Ooredoo) dan Handoko Hendroyono (Mbloc & Radar Ruang Riang, Storyteller).

Fahroni Arifin akan bercerita tentang Collaboration hasil dari kolaborasi dengan musisi, sutradara dan IM3 Ooredoo menciptakan berbagai konten positif dan menghibur. Sedangkan Handoko Hendroyono akan berbagi tentang bagaimana membangkitkan brand lokal. Handoko tentu juga memiliki banyak cerita tentang pengalaman perjalanan kolaborasi yang kini membawa produk lokal semakin digemari.

Sesi Handoko akan ditutup dengan sebuah ajakan berkolaborasi dalam JNM-BLOC x PINASTHIKA Call For Artist, yaitu project kolaborasi untuk menghadirkan karya karya instalasi yang dipersembahkan oleh seni muda dan brand yang akan dihadirkan di ruang-ruang terbuka JNM-BLOC. Open entry sampai 21 Desember 2021, untuk konsep yang terpilih akan diproduksi bersama brand mulai Januari 2022.

Sesi 3 pukul 13.15-14.45 WIB mengangkat tema 'Cross-Border, Culture & Creativity' dengan narasumber Ari Wulu (Pelaku new media art, komunitas gayam 16) dan Janoe Arjanto (CEO DENTSU ONE, Ketua P3I). (Dev)-f



KR-Devid Permana

Wahyoe Widiyatmo (kanan) bersama Afi Khresna di arena pameran Pinasthika.

Awarding Ceremony Digelar Secara Virtual

YOGYA (KR) - Awarding Ceremony Pinasthika Creatifestival XIX akan digelar secara virtual/online pada Minggu (28/11) pukul 16.00-18.00 WIB. Dari 350 karya yang berpartisipasi, akan diumumkan juara untuk masing-masing kategori yakni kategori Advertising, Graphic Design, Craftmanship, Ad-student, Young Film Director dan Urban Idea.

Ketua Dewan Pertimbangan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) Pengurus Daerah (Pengda) DIY Wahyoe Widiyatmo mengapresiasi event akbar 'Pinasthika Creatifestival XIX' yang bisa terselenggara di masa pandemi. Selain itu jumlah karya yang ikut berpartisipasi juga cukup banyak.

"Meski pandemi, para penggiat industri kreatif masih bersemangat dan ingin tampil. P3I DIY juga mengucapkan terima kasih kepada PT BP Kedaulatan Rakyat yang selalu bersama-sama menjaga keberlangsungan Pinasthika," kata Wahyoe didampingi Chairman Pinasthika XIX, Afi Khresna kepada KR, Sabtu (27/11). (Dev)-f

JOGJA FASHION WEEK 2021

Revival Pekan Mode di Yogyakarta

PERHELATAN insan mode tahunan yang paling ditunggu-tunggu, Jogja Fashion Week (JFW) 2021, akhirnya tergelar menakjubkan. Event yang diprakarsai Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan sponsor utama Bank Indonesia (BI) ini mendapat respons positif dari banyak kalangan.

Berlangsung di Jogja National Museum (JNM), Kamis (25/11) hingga Sabtu (27/11), Jogja Fashion Week edisi ke-15 ini mengangkat tema besar *The New Beginning*. Melibatkan tidak kurang dari 110 *fashion designer* dari berbagai daerah di Indonesia.

"Jumlah peserta ini jauh melebihi target yang sebelumnya kami tentukan. Ini tentu menggembirakan, sekaligus menunjukkan tingginya semangat para pelaku industri kreatif untuk bangkit setelah dilanda pandemi Covid-19," kata *project director* JFW 2021, Afif Syukur, dalam sesi *keruk tumpeng* di pelataran JNM, sehari sebelum perhelatan digelar.

Karena banyaknya perancang busana yang ambil bagian dalam kegiatan ini, sehari digelar tiga sesi peragaan busana. Terdapat dua panggung yang disediakan, *outdoor* dan *indoor*. Panggung di luar untuk presentasi pada siang/sore hari. Sedangkan di dalam gedung untuk *fashion show* malam.

Hari pertama pergelaran yang sekaligus menandai dimulainya JFW 2021, juga dihadiri sejumlah pejabat dan pemuka masyarakat. Di antaranya Kepala Disperindag DIY, Kepala Deputi BI Yogyakarta, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM DIY, Dinas Pariwisata DIY, serta Gusti Kanjeng Wironegoro.

Creative director JFW 2021, Philip Iswardono menyebut, JFW yang untuk pertama kali diselenggarakan di Jogja National Museum ini benar-benar terlaksana sesuai ekspektasi. "Bahkan bisa melampaui yang kita janjikan ke pihak sponsor," katanya. Pihaknya juga menegaskan jika penyelenggaraan JFW 2021 kali ini terlaksana dengan menerapkan protokol kesehatan (prokes) pencegahan Covid-19 secara ketat. Hal itu pula kenapa JNM dipilih sebagai venue penyelenggaraan event akbar ini. Selain tempat luas sehingga memungkinkan untuk penjadwalan jarak

antarpenonton, areanya pun sejuk dan nyaman. Yang pasti, tempat duduk yang disediakan untuk penonton terisi seratus persen.

"Pemilihan lokasi penyelenggaraan JFW 2021 sangat tepat di era *new normal* ini," ucap Philip Iswardono. "Jogja National Museum kali ini menjadi tempat untuk promosi fashion bagi generasi milenial. Fashion berbasis etnik Indonesia berselera global," sambung presiden Indonesian Fashion Chamber (IFC) *chapter* Yogyakarta tersebut.

Lebih lanjut Philip Iswardono menegaskan bahwa JFW 2021 merupakan momentum kebangkitan (*revival*) bagi para pelaku industri kreatif fashion di Indonesia, khususnya di DIY dan sekitarnya. "Bisa dikatakan, JFW kali ini merupakan *revival* pekan mode di Yogyakarta. Menjadi penanda kebangkitan para pelaku ekonomi berbasis industri kreatif," tandasnya.

Selain melibatkan sekitar 75 persen perancang busana dari DIY, JFW 2021 juga diikuti *desainer-desainer* dari berbagai daerah. Seperti dari Surabaya, Malang, Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Klaten, Jember, Kudus, Pontianak, serta dari sejumlah sekolah kejuruan. (Linggar)



Melati Soedjarwo dan karyanya.



Fashion Show outdoor.

Sistem Zonasi Meningkatkan Performa Kawasan Wisata



Septi Kurniawati Nurhadi, ST., MT
Dosen Arsitektur

Meningkatkan performa sebuah destinasi wisata dengan adanya pengembangan dapat mempengaruhi kondisi area wisata baik dari segi positif maupun negatif. Pengembangan pariwisata saat ini haruslah memegang prinsip berkelanjutan, yaitu dengan mengedepankan aspek pelestarian, berorientasi jangka panjang (segi sosial, budaya dan ekonomi), memiliki nilai manfaat yang lebih besar untuk masyarakat sekitar, memiliki sistem pengelolaan yang tidak merusak serta dapat mewadahi kebutuhan wisatawan,

lingkungan hidup, dan masyarakat lokal. Selain itu, pengembangan destinasi wisata juga harus berdasarkan sapta pesona, yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan.

Di era pandemi Covid-19 ini pertumbuhan sebuah destinasi wisata ini mengalami kendala, salah satunya adalah penurunan jumlah wisatawan sehingga berpengaruh terhadap pendapatan sebuah destinasi wisata. Pasar Kebon Empring Bintaran merupakan suatu destinasi wisata yang terkenal dan sudah ada sejak tahun 2018. Pasar ini menawarkan wisata alam dengan keasrian lingkungan yang masih tetap dipertahankan. Berawal dari sebuah komunitas, Pasar Kebon Empring Bintaran ini mulai menunjukkan eksistensinya dengan terus melakukan inovasi, pembenahan dan penataan. Pedagang pasar yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, banyak yang belum memiliki jiwa wirausaha sehingga ketika Covid-19 melanda banyak yang belum bisa bangkit. Motivasi dan inovasi yang kurang mengakibatkan pertumbuhan Pasar Kebon Empring Bintaran belum bisa keluar dari dampak pandemi covid-19 ini. Selain itu juga perlu ada inovasi dalam penataan area kuliner yang menjadi tonggak kehidupan dari Pasar Kebon Empring Bintaran ini.

Penataan tersebut bertujuan untuk membuat pengunjung menjadi lebih nyaman dan memudahkan pengunjung dalam menikmati sajian kuliner yang ada. Salah satu tahapan yang dapat dilakukan terlebih dahulu untuk meningkatkan performa pasar yaitu dimulai dari 'bagian dalam' pasar (pedagang dan area pasar). Tahapan yang perlu dilakukan dalam meningkatkan kapasitas



pedagang yaitu dengan diadakannya penyuluhan layanan prima untuk mengoptimalkan pelayanan kepada pengunjung sehingga membuat pengunjung menjadi ingin kembali lagi ke pasar, dan kegiatan sharing session dengan pengusaha diharapkan bisa menambah keterampilan pedagang dalam mengelola dagangannya, serta dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dan berinovasi dalam berdagang.

Tahapan peningkatan untuk area pasar adalah dengan penataan kembali (*re-layout*) pasar menggunakan sistem zonasi, diharapkan dengan sistem zonasi tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan

mempermudah pengunjung dalam mencari sajian kuliner yang diinginkan sehingga dapat menjadi poin tambahan dalam destinasi wisata. Kegiatan peningkatan performa Pasar Kebon Empring Bintaran bekerjasama dengan beberapa pihak terkait. Seperti dalam kegiatan penyuluhan layanan prima, yang menjadi penyuluh adalah dari Dinas Perdagangan dan Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul.

Sehingga untuk kedepannya pelaku usaha tersebut dapat didampingi oleh Dinas terkait. Kegiatan selanjutnya adalah sharing session *womanpreneur*, karena mayoritas pelaku usaha adalah ibu rumah tangga, sehingga pengusaha yang ditandatangani adalah ibu rumah tangga yang telah sukses dengan usahanya. Pengusaha tersebut adalah Pakartian Ayu Sugmana, STP., MPH

yang memiliki usaha makanan sehat (*healthyplatey*). Tahapan penataan kembali (*re-layout*) pasar menggunakan sistem zonasi diawali dengan diskusi oleh ketua pengelola pasar Kebon Empring Bintaran.

Gagasan-gagasan serta pemikiran selanjutnya dituangkan dalam gambar atau sketsa layout langsung oleh ketua pengabdian. Setelah adanya kegiatan pengabdian ini, Pengelola maupun pedagang Pasar Kebon Empring Bintaran sebagai mitra merasakan manfaat dan menerapkan hasil kegiatan tersebut diantaranya daya juang, semangat, sinergitas serta keinginan untuk mengembangkan area pasar untuk menarik pengunjung. Semoga dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, dapat meningkatkan kualitas serta potensi dari Pasar Kebon Empring Bintaran. (*)