

BAB II. KAMPANYE PELESTARIAN BUDAYA PADA ACARA PENTAS SENI DAN BUDAYA OLEH *GEULIS COMMUNITY*

II.1 Kampanye Pelestarian Budaya

II.1.1 Kampanye

Roger dan Storey (1987) dalam Venus (2007, h.6-7) dalam buku Manajemen Kampanye menjelaskan bahwa kampanye merupakan sebuah kegiatan atau tindakan komunikasi yang direncanakan untuk menciptakan suatu pengaruh tertentu pada sasaran dan kurun waktu yang telah ditetapkan. Melihat definisinya, maka dalam sebuah kegiatan kampanye yang dilakukan setidaknya harus mengandung beberapa unsur pokok, yaitu menciptakan dampak atau pengaruh, dilakukan secara terencana atau terorganisasi, dilakukan pada kurun waktu tertentu dan memiliki khalayak sasaran. Roger dan Storey juga menyebutkan dua kriteria lain, yaitu kampanye harus memiliki sumber yang jelas yang dapat membuat khalayak sasaran kampanye dapat mengidentifikasi dan menguji keabsahan informasi yang disuguhkan.

Kampanye juga dapat digolongkan menjadi tiga kategori besar seperti yang dikemukakan Larson (1992) sebagai berikut:

1. *Product-Oriented Campaign*

Kampanye jenis ini merupakan kampanye komersil, memiliki fokus besar pada sebuah produk tertentu yang tujuan dibuatnya adalah untuk memperoleh keuntungan finansial.

2. *Candidate-Oriented Campaign*

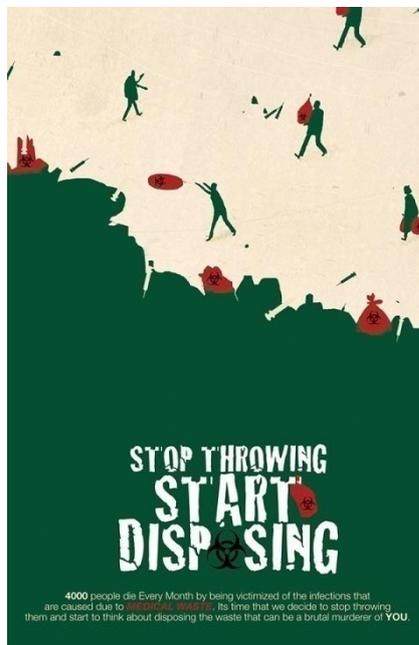
Kampanye jenis ini merupakan kampanye kandidat. Kampanye jenis ini sering juga disebut dengan kampanye politik, biasa digunakan pada momentum seperti pemilu.

3. *Ideologically or Cause-Oriented Campaign*

Kampanye ini berorientasi kepada tujuan khusus yang menangani masalah sosial yang dapat mengubah perilaku, seperti kampanye lingkungan, kampanye kemanusiaan dan lainnya.

Sebuah aktifitas kampanye yang baik harus dikemas dengan persuasif. Namun, dalam pelaksanaannya kampanye harus memiliki strategi persuasi agar dampak yang diharapkan benar-benar tercipta. Perloff (1993) menyarankan beberapa strategi persuasif yang dapat digunakan dalam kampanye, diantaranya adalah:

1. Pesan yang dikemas harus sesuai dengan kepercayaan masyarakat. Hal ini berarti pesan yang disampaikan akan menimbulkan pengaruh ketika pesan tersebut sesuai dengan apa yang dipercayai masyarakat yang menjadi khalayak sasaran.
2. Pesan yang disampaikan harus dapat memunculkan kekuatan diri masyarakat. Agar dapat mengubah perilaku masyarakat secara permanen, pendekatan psikologis harus diterapkan untuk dapat meyakinkan masyarakat bahwa mereka memiliki kemampuan untuk berubah.
3. Pesan yang disampaikan dapat mengajak khalayak berpikir. Pesan baiknya mengandung fakta atau data yang relevan dengan imbauan yang diberikan. Selain itu, menginformasikan alasan untuk melakukan perubahan adalah salah satu cara untuk mengajak masyarakat berpikir.



Gambar II.1 Contoh Kampanye Sosial

Sumber: <http://www.studentshow.com/gallery/7146571/Design-For-Social-Change-Medical-Waste> (diakses pada 15 Desember 2019)

Memperhatikan kriteria-kriteria kampanye dan isi pesan yang harus disampaikan dalam kegiatan kampanye dapat membuat kampanye menghasilkan dampak perubahan yang diharapkan. Setelah itu, pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan tujuan kampanye merupakan faktor yang menentukan keberhasilan kampanye. Ruslan (2008, h. 29) mendefinisikan bahwa secara umum media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan. Adapun jenis-jenis media yang dapat digunakan menurut Ruslan antara lain adalah:

1. Media umum : telepon, fax dan telegraf
2. Media massa : surat kabar, majalah, TV, radio, poster dan lain-lain
3. Media khusus : iklan, logo, produk
4. Media internal : profil perusahaan, seminar, pameran
5. Komunikan : komunikasi langsung atau tidak langsung baik antar individu maupun antar kelompok.

Venus (2007) kembali menjelaskan bahwa dalam menyeleksi media yang akan digunakan untuk melakukan kampanye harus berpatokan pada khalayak sasaran yang telah ditentukan, jangkauan kampanye, waktu, tujuan komunikasi dan batasan-batasan tertentu. Hal-hal tersebut tentunya dapat membantu menganalisis isi pesan, nilai respon dan akibat yang dapat ditimbulkan dari kampanye yang dilakukan.

Kesimpulannya adalah, kampanye yang dilakukan harus tepat dan sesuai dengan target sasaran dan waktu pelaksanaannya. Kampanye juga harus memiliki isi pesan yang relevan, persuasif dan dapat menimbulkan dampak atau pengaruh yang besar akan perubahan khalayak sasaran kearah yang lebih baik. Hal-hal di atas kemudian dapat digunakan sebagai acuan dan pertimbangan dalam memilih media yang akan digunakan untuk melangsungkan kampanye. Kegiatan kampanye juga harus direncanakan dan diorganisasikan terlebih dahulu agar mencapai tujuan yang telah dirancang.

II.1.2 Budaya

Budaya didefinisikan KBBI (2008) sebagai pikiran atau akal budi. Definisi mengenai budaya dielaborasi lebih oleh Koentjaraningrat (2009) bahwa budaya merupakan rasa, tindakan, gagasan serta karya yang dihasilkan manusia selama hidupnya. Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa budaya merupakan hasil pemikiran manusia atau sekelompok masyarakat dalam kehidupan sosial yang dapat dijadikan tatanan hidup masyarakat yang memiliki budaya tersebut.

Secara garis besar, Koentjaraningrat (2009) menggolongkan budaya ke dalam 7 unsur pokok, yaitu: sistem pengetahuan, religi, sistem kemasyarakatan atau organisasi sosial, sistem peralatan dan teknologi, bahasa dan kesenian. Semua unsur budaya yang ditulis Koentjaraningrat sangat berkaitan dengan kehidupan sosial pada masyarakat pada umumnya. Unsur-unsur yang disebutkan di atas membantu masyarakat memahami budaya bahwa budaya tidak hanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat tradisional saja. Budaya menimbulkan tiga golongan produk, yaitu: 1. Pengetahuan mengenai budaya itu sendiri, 2. Praktik kebudayaan dan 3. Artefak kebudayaan. Produk budaya juga dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu budaya yang bersifat *tangible* (terlihat) dan budaya yang bersifat *intangible* (tidak terlihat). Contoh budaya yang *tangible* ialah seperti candi, naskah kuno, peralatan tradisional dan lain-lain. Sementara contoh budaya yang *intangible* yaitu seperti sistem kekerabatan, mitos, agama kepercayaan dan lainnya.

Budaya memiliki sifat dinamis yang mana membuat budaya tidak akan pernah sama, karena budaya akan hidup sesuai dengan lingkungan masyarakat yang menganutnya. Budaya selalu mengalami perubahan setiap saat, perubahan ini memiliki proses yang berbeda-beda. Ada tiga jenis perubahan budaya, sebagai berikut:

1. Difusi budaya

Difusi secara sekilas dapat diartikan sebagai persebaran, maka difusi budaya pun dapat diartikan sebagai sebuah proses persebaran budaya. A.L Kroeber dalam Gama (1992) menjabarkan secara lengkap mengenai difusi

budaya. Kroeber menyatakan bahwa difusi budaya merupakan sebuah perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat dengan ciri mencari nilai-nilai budaya asli pada masyarakat lain diluar golongannya. Lebih jelasnya, difusi budaya merupakan proses persebaran unsur-unsur suatu kebudayaan ke dalam kebudayaan yang lainnya. Difusi sangat erat kaitannya dengan inovasi. Difusi sendiri terjadi saat masyarakat sudah menemukan nilai yang dicari dan kemudian nilai tersebut diterima oleh masyarakat yang kemudian pengetahuan ini diteruskan kepada masyarakat yang lebih luas karena pengetahuan tersebut memiliki kegunaan dan dapat mendorong kebudayaan lokal untuk berkembang.

2. Akulturasi budaya

Meskipun konsep akulturasi budaya dimaknai seragam oleh para ilmuwan, tetapi definisi dan implementasi akan akulturasi tersebut sangat beragam. Redfield, Ralph Linton dan Herskovits dalam Mulyana (2001, h. 159) menjabarkan bahwa akulturasi merupakan sebuah fenomena yang muncul ketika kelompok-kelompok sosial yang berbeda saling berhubungan dan berkesinambungan. Hubungan-hubungan yang terjadi kemudian menciptakan perubahan budaya asli dari salah satu atau kedua kelompok sosial yang terlibat. Namun, pandangan mengenai akulturasi yang dijabarkan tiga serangkai ini dianggap masih terlalu umum, perubahan yang terjadi masih tidak dapat dirincikan baik dari aspek personal, sosial maupun struktural. Oleh karena itu, Mulyana (2001) menambahkan bahwa akulturasi merupakan sebuah perubahan sosial budaya yang terjadi akibat adanya kontak antar kelompok sosial budaya yang menekankan pada penerimaan pola-pola budaya yang baru dan pemahaman akan ciri-ciri masyarakat pribumi oleh kelompok minoritas pendatang.

3. Asimilasi budaya

Makna dan posisi akulturasi sendiri sangat kuat mengarah pada asimilasi. Jiobu (1988, h.6) mengatakan bahwa asimilasi merupakan sebuah proses perubahan sosial yang dilakukan sebagai bentuk penyesuaian diri dengan mayoritas. Lebih spesifik, Danandjaya dalam Romli (2015) juga menjelaskan bahwa asimilasi memiliki dua proses: pertama, proses

asimilasi tuntas satu arah yang mana minoritas mengambil alih budaya kelompok mayoritas dan menjadi bagian dari mayoritas tersebut. Kedua, asimilasi tuntas dua arah, proses ini terjadi manakala dua atau lebih kelompok yang saling berinteraksi sama-sama memberi dan menerima budaya dari kelompok lainnya.

Pada intinya, kebudayaan merupakan unsur-unsur kehidupan manusia dalam kelompok masyarakat yang holistik. Kebudayaan memiliki tujuh unsur pokok yang kesemua unsurnya merupakan *folkways* atau kebiasaan juga pola hidup dalam masyarakat. Kebudayaan menghasilkan produk yang bermacam-macam yang dapat diidentifikasi secara kasat mata dan tidak. Fleksibilitas budaya juga dapat terlihat dari proses perubahannya seperti difusi, akulturasi dan asimilasi. Proses tersebut dapat membuat sebuah budaya menjadi berkembang atau sebaliknya.

Budaya identik dengan istilah tradisional, tetapi tidak menutup kemungkinan bermunculan budaya baru yang bersifat kebaruan atau modern. Tradisional yaitu semacam istilah yang menjabarkan cara pandang atau cara hidup yang masih memperhatikan nilai dan norma lokal dan diwariskan secara turun-temurun. Budaya tradisional yang hidup pada masyarakat memiliki kemungkinan bergeser posisi atau bahkan hilang terganti dengan budaya atau pola-pola modern yang lebih praktis dan mudah digunakan. Menilik uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya tradisional merupakan adat atau kebiasaan yang sesuai dengan nilai dan norma sebuah masyarakat yang diwariskan sejak lama. Lebih spesifik lagi, budaya tradisional Sunda yaitu pola perilaku atau kebiasaan yang sarat akan nilai dan norma masyarakat Sunda yang diwariskan turun-temurun.

II.1.3 Pelestarian

Pelestarian secara harfiah berasal dari kata lestari yang berarti tetap selamanya atau tidak berubah (KBBI, 2008). Sisipan awalan pe- yang berarti upaya atau proses dan akhiran -an yang merupakan penegasan untuk kata kerja dalam kata pelestarian membuat makna yang berbeda dari pengertian kata aslinya. Oleh

karena itu, pelestarian dapat dimaknai sebagai sebuah upaya atau proses untuk mempertahankan sebuah hal atau kondisi tetap pada posisi awal atau tidak berubah. A.W. Widjaja (1986) mengatakan bahwa pelestarian merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus, terencana dan terarah yang berguna untuk mengintrepetasikan sesuatu yang tetap abadi.

Dari definisi tersebut, pelestarian merupakan sebuah aktivitas yang dapat dilakukan individu atau kelompok guna mempertahankan eksistensi sesuatu hal yang biasanya dianggap berharga. Pelestarian dapat dieksekusi melalui beragam aktivitas dan media dengan tetap memperhatikan tujuan awal. Biasanya kegiatan pelestarian ini dilakukan untuk mencegah sesuatu hal dari kepunahan.

II.1.4 Pelestarian Budaya

Pelestarian merupakan upaya mempertahankan suatu hal atau keadaan agar tidak berubah. Upaya tersebut sangat kompleks dan tidak spesifik. Ranjabar (2006, h.114) mengerucutkan definisi pelestarian hanya pada lingkup budaya saja. Menurutnya, pelestarian budaya merupakan sebuah upaya mempertahankan nilai-nilai sosial budaya lokal dengan pengembangan intrepetasi yang dinamis dan disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah.

Tujuan pelestarian budaya sendiri merujuk pada revitalisasi atau penguatan budaya. Selain memahami situasi dan kondisi, perancangan strategi juga dibutuhkan dalam proses pelestarian budaya. Terdapat tiga strategi utama dalam proses pelestarian budaya, yaitu: pemahaman yang baik untuk menimbulkan kesadaran, perencanaan secara kolektif dan pembangkitan kreatifitas budaya itu sendiri (Alwasilah, 2006).

II.2 Pentas Seni dan Budaya

II.2.1 Pentas Seni dan Budaya

Pentas seni dan budaya merupakan salah satu progam unggulan *Geulis Community* yang menjadi ujung tombak tercapainya tujuan pelestarian budaya sebagaimana diungkapkan sebelumnya. Pentas seni dan budaya menjadi pagelaran

rutin yang didukung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang diselenggarakan rutin setiap hari Minggu. Namun, saat ini kegiatan pentas seni dan budaya digelar setiap dua minggu sekali, tepatnya dalam CFD di kawasan Dago, Bandung. Lebih spesifiknya, kegiatan ini digelar setiap hari Minggu di pelataran Hotel *Geulis* mulai pukul 6 pagi hingga selesai.



Gambar II.2 Logo acara pentas seni dan budaya *Geulis Community*
Sumber: dokumentasi pribadi (2019)

Adapun rangkaian kegiatan pentas seni dan budaya yaitu kegiatan yang mengkolaborasikan kesenian tradisional dan kesenian modern yang dikemas dengan menarik. Beberapa contoh kesenian tradisional yang sering ditampilkan dalam kegiatan ini seperti jaipong rampak, jaipong tunggal, jaipong buhun, rampak pencak silat, bela diri tenaga dalam, ronggeng geber, karinding dan lainnya. Sementara kesenian modern yang ditampilkan antara lain seperti zumba, modern dance, band dan teater.

Pentas seni dan budaya ini cukup terorganisasi dengan baik. Pernyataan ini dibuktikan dengan adanya sejumlah tim yang bekerja untuk merancang acara, mempublikasikan acara dan menyelenggarakan acara tersebut. Pertunjukan dan performer yang mengisi acara ini juga berbeda-beda setiap waktunya. Strategi yang digunakan *Geulis Community* melalui acara Pentas Seni dan Budaya ini cukup efektif digunakan dalam rangka pelestarian budaya. Setidaknya, Pentas Seni dan Budaya masih memberi ruang terhadap budaya tradisional untuk tetap bernafas meskipun dalam skala dan ruang lingkup yang masih sempit dan sederhana.

Untuk mendukung kelancaran keberlangsungan acara Pentas Seni dan Budaya, *Geulis Community* melakukan publikasi acara beberapa waktu sebelum acara dimulai. Tujuannya untuk menginformasikan dan menarik masyarakat untuk menyaksikan acara yang digelar. Salah satu publikasi yang digunakan adalah dengan menyebarkan *flyer* di media sosial. Berikut beberapa contoh *flyer* untuk acara Pentas Seni dan Budaya:



Gambar II.3 Poster kegiatan pentas seni dan budaya
Sumber: dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.4 Poster kegiatan pentas seni dan budaya
 Sumber: dokumentasi pribadi (2019)

Adapun dokumentasi acara Pentas Seni dan Budaya adalah sebagai berikut:



Gambar II.5 Dokumentasi acara pentas seni dan budaya
 Sumber: dokumen pribadi (2019)



Gambar II.6 Dokumentasi acara pentas seni dan budaya
Sumber: dokumen pribadi (2019)



Gambar II.7 Dokumentasi acara pentas seni dan budaya
Sumber: dokumen pribadi (2019)

Sebagai sebuah acara yang terorganisasi dengan baik, Pentas Seni dan Budaya tentu memiliki rangkaian acara yang terstruktur dengan baik. Berikut adalah contoh susunan acara Pentas Seni dan Budaya:



Gambar II.8 Susunan acara pentas seni dan budaya
Sumber: dokumen pribadi

II.2.2 Geulis Community

Geulis Community adalah sebuah komunitas yang bergerak di bidang penyelenggaraan acara berasal dari Kota Bandung yang terbentuk sejak tahun 2011. *Geulis Community* sendiri bukan sebagai pekerja seni tradisional, melainkan sebuah komunitas yang mewadahi para pekerja seni untuk tetap aktif berkegiatan melalui acara-acara yang diselenggarakan komunitas dengan tujuan utamanya agar kebudayaan tradisional tetap lestari dan membuat kebudayaan menjadi *geulis* kembali.

Dengan adanya kerjasama antara komunitas dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada awalnya *Geulis Community* hanya ditunjuk untuk membantu dinas dalam menyelenggarakan acara pentas seni dan budaya. Namun, seiring berjalannya waktu, *Geulis Community* mendapat kesempatan untuk menyelenggarakan acara pada *Car Free Day* (CFD) yang digelar setiap Hari Minggu pagi di Bandung. Setelah berjalan cukup lama, acara-acara yang diselenggarakan komunitas ini mengalami perkembangan yang signifikan. Berkat kerjasama dinas dan antusiasme masyarakat, penyelenggaraan acara yang pada awalnya hanya berlokasi di pelataran Hotel Geulis saja kemudian berkembang

menjadi tiga titik, dua titik lainnya berada di pelataran Patra Comfort Hotel dan di depan Dago 94. Selain saat CFD, komunitas ini juga beberapa kali menyelenggarakan acara kerjasama dengan pemerintah seperti perayaan hari ulang tahun kedinasan, beberapa pameran dan acara serupa lainnya.

Geulis Community memiliki visi dan misi sebagaimana komunitas lainnya yang berfungsi sebagai acuan komunitas agar tetap pada kendali pada tujuan bersama. Adapun visi dan misi komunitas ini adalah:

Visi

Melestarikan dan menumbuhkembangkan minat terhadap pariwisata yang berwawasan seni dan budaya nusantara.

Misi

- Mensosialisasikan kebudayaan dengan media gelaran di ruang publik
- Menjunjung tinggi nilai-nilai luhur
- Pemberdayaan masyarakat melalui kesenian
- Akulturasi dan silang budaya
- Pemberian penghargaan pada orang yang mengabdikan pada masyarakat.
- Memasyarakatkan paham berbudaya Sunda

Dengan mengetahui latar belakang, visi dan misi dari *Geulis Community*, keberadaan Pentas Seni dan Budaya seolah menjadi perwujudan sejumlah misi yang dirancang *Geulis Community* guna mencapai tujuan utama melestarikan dan menumbuhkembangkan minat masyarakat terhadap pariwisata yang berwawasan seni dan budaya.

II.3 Analisis Objek

Dalam upaya membuat perancangan kampanye pelestarian budaya yang tepat, dibutuhkan beberapa analisis terhadap objek perancangan ini yaitu acara Pentas Seni dan Budaya. Analisis objek pada perancangan ini dimulai dengan melakukan observasi pada acara Pentas Seni dan Budaya kemudian dilakukan juga

wawancara mendalam kepada perwakilan pengggagas acara dan pengunjung acara Pentas Seni dan Budaya.

II.3.1 Observasi

Creswell (2013 : 267-268) mengatakan bahwa pengamatan adalah sebuah aktivitas yang dilakukan peneliti dengan cara melihat, mencatat atau merekam perilaku atau kegiatan individu atau kelompok secara terstruktur atau semistruktur. Pengamatan juga terbagi menjadi dua, yang mana peneliti dapat mengamati sebagai partisipan maupun mengamati secara tidak langsung. Dalam perancangan ini, pengamatan hanya akan dilakukan secara tidak langsung kepada objek perancangan yaitu acara Pentas Seni dan Budaya yang digelar di CFD Bandung setiap hari Minggu pagi. Artinya, proses pengamatan akan dilakukan dengan hanya memerhatikan keseluruhan elemen yang mendukung kelancaran acara Pentas Seni dan Budaya, keberlangsungan acara dan pola perilaku audiens terhadap acara Pentas Seni dan Budaya tanpa terlibat secara langsung.

Berdasarkan hasil pengamatan, Pentas Seni dan Budaya merupakan sebuah acara yang digelar di CFD Dago Bandung setiap hari minggu pagi. Acara ini dimulai sejak CFD dimulai dan berakhir pada saat CFD juga berakhir. Acara ini merupakan acara yang menampilkan berbagai macam pertunjukan baik itu kesenian seperti jaipong, pencak silat dan lain-lain juga menampilkan suguhan modern seperti zumba serta tari dan musik modern. Tidak hanya sekadar suguhan, beberapa pertunjukkan yang ditampilkan juga terkadang melibatkan audiens. Misalnya mengajak audiens menari bersama. Namun, berdasarkan hasil observasi, acara ini tidak menyuguhkan informasi yang cukup mengenai suguhan pertunjukkan, profil performer dan profil pembuat acara tersebut, sehingga acara Pentas Seni dan Budaya ini terkesan tidak mengajak audiens untuk menyaksikan atau terlibat secara kontinu.

II.3.2 Wawancara

Creswell (2013 : 267) dalam bukunya mengartikan wawancara sebagai suatu proses pengambilan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara umum dan tidak terstruktur dengan tujuan untuk memunculkan pandangan atau opini tneliti. Creswell juga menuliskan mengenai jenis-jenis wawancara

diantaranya adalah wawancara mendalam, melalui telepon, *focus group discussion*, atau wawancara internet melalui surel. Dalam penelitian ini akan digunakan jenis wawancara mendalam agar mendapat data yang diharapkan secara lengkap.

Dalam perancangan ini, ditetapkan dua kategori informan yang dirasa dapat melengkapi data yang dibutuhkan. Kedua kategori informan tersebut adalah pengurus acara Pentas Seni dan Budaya dan pengunjung atau penonton acara Pentas Seni dan Budaya. Wawancara ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan informasi mengenai acara Pentas Seni dan Budaya secara rinci juga untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai acara Pentas Seni dan Budaya.

Adapun hasil dari wawancara dengan kedua informan adalah sebagai berikut:

a. Hasil wawancara dengan pengurus acara Pentas Seni dan Budaya

Wawancara dilakukan dengan salah satu penggagas sekaligus pengurus acara Pentas Seni dan Budaya yaitu Dado atau yang lebih akrab disapa Big Dado. Dado mendefinisikan Pentas Seni dan Budaya secara luas. Menurutnya, acara Pentas Seni dan Budaya bukan sekadar pertunjukkan biasa melainkan sebuah panggung pementasan seni tradisional yang menjadi wadah bagi para seniman, budayawan dan para pekerja seni lainnya untuk unjuk gigi. Acara ini sudah berlangsung sejak tahun 2011 hingga sekarang dan rutin diadakan setiap hari Minggu di CFD Dago Bandung. Adapun yang terlibat pada acara Pentas Seni dan Budaya ini merupakan para pekerja seni, budayawan juga seniman dari berbagai kalangan masyarakat seperti komunitas, anak sekolah, mahasiswa bahkan penonton yang hadir. Pentas Seni dan Budaya sangat terbuka untuk siapa saja yang ingin menampilkan bakatnya, tetapi suguhan pertunjukkan yang dibawa harus memiliki kualitas yang baik dan memiliki nilai budaya. Nilai budaya yang dibawa oleh performer ada karena latar belakang acara ini adalah pelestarian budaya. Namun, Dado mengatakan bahwa kampanye mengenai pelestarian budaya dalam acara ini masih terbilang kurang karena fokus acara masih pada pertunjukannya saja. Seiring dengan

perjalanan Pentas Seni dan Budaya dari awal pembentukannya hingga sekarang, Dado menuturkan bahwa Pentas Seni dan Budaya menunjukkan perkembangan kualitas acara ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat dari adanya penambahan lokasi pertunjukkan menjadi lebih dari dua titik dan bertambahnya dukungan perusahaan-perusahaan dan instansi pemerintah terhadap acara ini. Selain itu, terdapat juga ajakan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan berbudaya seperti jaipong bersama dan workshop lainnya. Dua inti perubahan ini berdampak pada penerimaan dukungan berupa dana dan pengakuan masyarakat yang kian besar. Pengakuan masyarakat memiliki banyak bentuk, diantaranya adalah semakin banyak performer yang mengisi acara dan semakin bertambahnya penonton yang datang disetiap minggunya. Hal ini menjadikan Pentas Seni dan Budaya sebagai pusat tontonan atau pusat perhatian di CFD Dago Bandung.

Pentas Seni dan Budaya merupakan pagelaran atau pertunjukkan yang konsisten, dikemas secara ringan dan sederhana. Pertunjukkan ini memiliki durasi yang tidak terlalu lama dan selalu melibatkan penonton dalam beberapa suguhannya, sehingga para penonton akan merasa terhibur dan tidak mudah merasa bosan. Sementara itu, para performer yang mengisi acara Pentas Seni dan Budaya pun memiliki beberapa keuntungan seperti: menaikkan namanya, mendapatkan bayaran dan mendapatkan saweran dari para pengunjung. Konten dalam acara ini pada tiap pertunjukannya hampir selalu sama, tetapi komunitas dapat mengubahnya jika ada permintaan khusus. Misal, terdapat kerjasama antara Pentas Seni dan Budaya dengan sebuah perusahaan untuk memperingati sebuah momentum, sehingga pagelaran dikemas berbentuk sebuah parade budaya. Disamping pertunjukkan seni tradisional, Pentas Seni dan Budaya juga memuat konten lain yang masih erat kaitannya dengan edukasi budaya tradisional seperti *workshop* aksara Sunda dan *workshop* iket dan bambu.

Disamping konsep dan konten acara, Pentas Seni dan Budaya memiliki satu tujuan besar yang sejalan dengan visi *Geulis Community* sebagai komunitas yang menggagas Pentas Seni dan Budaya yaitu untuk menumbuhkan kesadaran berbudaya dan melestarikan budaya dalam masyarakat. Dengan adanya Pentas Seni dan Budaya ini, Dado sebagai salah satu penggagas mengaku mendapatkan keuntungan secara moril dan materil. Bagi Dado, nominal materil yang tidak banyak bukan keuntungan utama atas digelarnya Pentas Seni dan Budaya ini, reaksi positif masyarakat dan partisipasi masyarakat merupakan bayaran yang memuaskan bagi Dado karena Pentas Seni dan Budaya juga merupakan sebuah pengabdian terhadap masyarakat. Menurut Dado, Pentas Seni dan Budaya ini sudah cukup efektif dalam usahanya untuk melestarikan budaya. Hal ini disebabkan karena Pentas Seni dan Budaya merupakan sebuah pagelaran rutin yang diperuntukkan secara umum dan dapat diakses secara gratis. Dikemas dalam bentuk pementasan dengan suguhan beragam kesenian tradisional serta dalam pelaksanaannya masyarakat dapat menyaksikan secara langsung, dekat dan bahkan dapat berpartisipasi kapanpun. Dado melanjutkan bahwa disamping antusias masyarakat yang semakin meningkat, Pentas Seni dan Budaya masih memiliki kekurangan, diantaranya adalah kurangnya edukasi budaya yang disampaikan dalam acara, sumber daya manusia yang masih kurang dan kurangnya media informasi dan promosi yang mendukung acara Pentas Seni dan Budaya. Namun setidaknya, meski masih memiliki banyak kekurangan, acara ini merupakan acara pagelaran seni tradisional satu-satunya yang digelar pasti seminggu sekali yang membuat masyarakat dapat berpartisipasi dalam kegiatan berbudaya tradisional Sunda secara rutin sekali dalam seminggu.

b. Hasil wawancara dengan pengunjung acara Pentas Seni dan Budaya

Wawancara ini dilakukan dengan Puti yang merupakan salah satu pengunjung CFD Dago Bandung yang menyaksikan acara Pentas Seni dan Budaya. Puti menuturkan bahwa alasannya mengunjungi CFD adalah untuk berolahraga ringan dengan teman-temannya. Namun, secara tidak

sengaja ia kemudian menyaksikan acara Pentas Seni dan Budaya yang sedang berlangsung. Menurutnya, eksplorasi budaya yang dilakukan *Geulis Community* melalui Pentas Seni dan Budaya cukup efektif untuk menarik perhatian para pengunjung CFD. Pertunjukkan kesenian tradisional yang sudah jarang ditemui menjadi alasan banyak pengunjung menyaksikan acara Pentas Seni dan Budaya. Keterlibatan para penonton dalam beberapa pertunjukkan juga berdampak pada tumbuhnya rasa memiliki budaya tersebut. Sehingga, muncul keinginan untuk kembali menonton dan terlibat pada Pentas Seni dan Budaya selanjutnya. Namun, Puti mengatakan bahwa ia hanya terhibur saja dengan acara Pentas Seni dan Budaya ini, ia belum memiliki keinginan untuk terlibat, tetapi ia mengatakan bahwa ia akan datang kembali untuk menyaksikan Pentas Seni dan Budaya yang akan datang.

II.4 Resume

Pentas seni dan budaya merupakan salah satu program unggulan *Geulis Community* yang menjadi ujung tombak tercapainya tujuan pelestarian budaya sebagaimana diungkapkan sebelumnya. Pentas seni dan budaya menjadi pagelaran rutin yang didukung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang diselenggarakan rutin setiap hari Minggu. Namun, saat ini kegiatan pentas seni dan budaya digelar setiap dua minggu sekali, tepatnya dalam CFD di kawasan Dago, Bandung. Lebih spesifiknya, kegiatan ini digelar setiap hari Minggu di pelataran Hotel *Geulis* mulai pukul 6 pagi hingga selesai.

Dari hasil observasi dan wawancara di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Pentas Seni dan Budaya merupakan sebuah acara eksplorasi budaya tradisional yang dapat dinikmati secara bebas. Konten acara yang unik dan berbeda merupakan salah satu daya tarik Pentas Seni dan Budaya. Masyarakat yang datang merasa tertarik karena mereka dapat menyaksikan budaya atau kesenian tradisional yang sudah jarang ditampilkan dengan mudah. Meski volume kegiatan ini tidak tinggi, tetapi informasi budaya dan ajakan kepada masyarakat

untuk mengenal dan terlibat langsung dalam praktik budaya tradisional mulai dilakukan pada acara ini meski belum maksimal.

II.5 Strategi Perancangan

Melihat paparan-paparan mengenai Pentas Seni dan Budaya di atas, dengan harapan bukan hanya sekadar bertambah kuantitas pengunjung yang menyaksikan pertunjukkan kesenian tradisional dalam acara Pentas Seni dan Budaya saja tetapi juga menumbuhkan ketertarikan dan minat masyarakat untuk mencari tahu lebih dalam mengenai kesenian tradisional dan ikut terlibat secara langsung didalamnya. Kurangnya informasi dan edukasi mengenai kebudayaan khususnya kesenian tradisional yang dapat diakses oleh masyarakat, khususnya masyarakat yang menonton Pentas Seni dan Budaya di CFD Dago Bandung menjadi salah satu kendala untuk menstimulasi kesadaran berbudaya masyarakat dan memperpanjang jalannya upaya pelestarian budaya yang menjadi nilai pokok acara Pentas Seni dan Budaya. Oleh karena itu, dibutuhkan media penyebaran informasi dan media yang dapat mempersuasi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan budaya tradisional dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam hal pelestarian budaya melalui media poster.