

STRATEGI KOMUNIKASI PELAKU GERAK PANJI MEMBENTUK PARTISIPASI KEBUDAYAAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TIMUR

Ilal Janati Yumaroh

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan
Hukum, Universitas Negeri Surabaya
ilalyumaroh@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Cerita Panji adalah cerita yang asli berasal dari Jawa Timur, di mana cerita tersebut kemudian menghasilkan sebuah kebudayaan yang bernama Budaya Panji. Pada dasarnya kebudayaan adalah nilai-nilai yang harus dijaga demi peradaban bangsa itu sendiri. Namun sayangnya dewasa ini generasi milenial mulai meninggalkan kebudayaan lokal. Untuk menyelamatkan eksistensi Budaya Panji terbentuklah sebuah gerakan yang bernama Gerak Panji untuk memunculkan partisipasi kebudayaan Generasi Milenial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi pelaku Gerak Panji tersebut kepada generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga unsur pelaku Gerak Panji, yaitu Produsen Kesenian, Simpatisan Panji, dan Fasilitator. Ketiganya memiliki strategi komunikasi yang berbeda-beda, ada yang menggunakan media konvensional, digital, media massa, dan opinion leader. Selain itu pelaku Gerak Panji juga menekankan transformasi Budaya Panji agar lebih diterima oleh generasi milenial.

Kata Kunci: Budaya Panji, Gerak Panji, Milenial

Abstract

The tale of Panji is an original folklore from East Java, the tale produces a culture called Panji Culture. Basically, a culture is a social values that must be maintained for the sake of the nation's civilization itself. However, the millennial generation nowadays has begun to forget local culture. To solve the issue and to save the existence of Panji Culture, a movement called Gerak Panji is formed to affect the cultural participation of Millennial. This study aims to understand how the communication strategies done by Gerak Panji's doers will influence the millennial. This study uses a case study method by using interviews, observation, and documentation as data collection techniques. The results showed that there are three elements of Gerak Panji's doers: Producer, Sympathizer, and Facilitator. All three have different communication strategies. Some use conventional, digital, mass media, and opinion leaders. Besides that, the agents of Gerak Panji also create a transformation in the Panji Culture so that it can be more acceptable for the millennial.

Keywords: Panji Culture, Gerak Panji, Millennial

PENDAHULUAN

Nurchahyo (2019) dalam bukunya "Memahami Budaya Panji", mengatakan bahwa Cerita Panji adalah cerita asli Indonesia yang berasal dari Jawa Timur yang dinobatkan sebagai "Ingatan Dunia" oleh UNESCO (Kemdikbud.go.id, 2017). Cerita ini banyak diadopsi beberapa negara di dunia. Dalam kehidupan sosial, nilai-nilai Cerita Panji telah terimplementasikan ke dalam bentuk banyak kesenian seperti tari-tarian, wayang, jaranan, dan kesenian lain. Dalam dimensi ekonomi pun Cerita Panji juga banyak berpengaruh terhadap banyak jenis produk seperti batik, topeng dan merchandise. (Nurchahyo, 2019). Kurangnya perhatian dan minat generasi milenial di Jawa Timur terhadap kebudayaan tradisional menjadi ancaman terhadap eksistensi kebudayaan tradisional yang ada di Jawa Timur itu sendiri.

Untuk menyelamatkan eksistensi kebudayaan tradisional itu, maka terbentuklah suatu gerakan yang bernama Gerak Panji, dimana unsur-unsur di dalamnya berasal dari banyak pihak (Nurchahyo, 2019). Dalam pergerakannya, kelompok ini memfokuskan diri untuk menyelamatkan eksistensi Budaya Panji yang ada di Jawa Timur. Yaitu kebudayaan yang merupakan hasil modifikasi dari Cerita Panji (Nurchahyo, 2019).

Generasi Milenial yang merupakan pemuda Indonesia memiliki posisi yang penting dalam rangka pelestarian Budaya Panji. Mukhlis (2007) mengatakan bahwa pemuda adalah suatu generasi yang dibebani bermacam-macam harapan dari generasi lainnya. Pemuda dianggap sebagai generasi penerus bangsa, yang harus mengisi dan meneruskan estafet pembangunan secara berkelanjutan. Tolak ukur keterlibatan generasi milenial dalam hal pelestarian kebudayaan yang digunakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2016 adalah mengacu pada klasifikasi partisipasi

kebudayaan versi Adolf Morrone (2006) dari UNESCO Institute for Statistic. Tiga jenis partisipasi kebudayaan tersebut adalah: *attending/receiving*, *performance/production by amateur*, dan *interraction*.

Penelitian ini kemudian bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi para pelaku Gerak Panji di Jawa Timur untuk membentuk partisipasi kebudayaan generasi milenial di Jawa Timur agar eksistensi Budaya Panji tetap terjaga. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena dapat menjadi bahan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi, menjadi bahan rujukan para pelaku Gerak Panji di Jawa Timur untuk proses evaluasi agar menjadi lebih baik ke depannya, dan dapat menjadi literatur yang dapat menambah pemahaman masyarakat terhadap pentingnya mempertahankan eksistensi Budaya Panji.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian fenomenologi. Dalam memperoleh data penelitian ini menggunakan tiga teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber penelitian ini adalah Ketua Sanggar Andhe-Andhe Lumut Kediri, Ketua komunitas Brangwetan Surabaya dan penulis buku “Memahami Budaya Panji”, dan Ketua UPT LPPK Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur. Teknik keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi teknik triangulasi data yaitu: 1) membandingkan hasil wawancara dengan pengamatan di lingkungan, 2) membandingkan hasil wawancara dengan pengamatan dokumentasi atau arsip yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ditemukan ada tiga unsur pelaku Gerak Panji, yaitu Produsen Kesenian, Simpatisan Panji, dan Fasilitator. Setiap unsur memiliki dan melakukan perannya masing-masing, mereka melakukan kegiatan komunikasi sesuai perannya untuk melestarikan Budaya Panji.

Tabel 1.1 Tiga Unsur Pelaku Gerak Panji, Komponen, dan Kegiatannya

Unsur	Komponen
Produsen Kesenian	Seniman, Akademisi, Budayawan
Simpatisan Panji	Penulis, penerbit, pelaku media, dan entitas lain yang tidak termasuk dalam kategori “Produsen Kesenian” & “Fasilitator”
Fasilitator	Pemerintah daerah, pemerintah provinsi, pemerintah pusat, organisasi independen, NGO

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa komponen yang ada pada produsen keseniana adalah: Seniman, Akademisi, dan Budayawan. Komponen pada Simpatisan Panji adalah: penulis, penerbit, pelaku media, dan entitas lain yang tidak termasuk dalam kategori “produsen kesenian” dan “fasilitator”. Sementara komponen dari Fasilitator adalah: pemerintah (daerah, provinsi, dan pusat), organisasi independen, dan NGO.

Pada dasarnya ketiga unsur pelaku Gerak Panji memiliki dominasi strategi komunikasi yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan konsentrasi, khalayak yang dihadapi, dan kemampuan diantara ketiganya. Berikut ini merupakan tabel strategi yang dilakukan oleh masing-masing unsure pelaku gerak panji.

Table 1.2 Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Pelaku Gerak Panji

Unsur	Strategi Komunikasi yang Dilakukan	Dominasi Strategi Komunikasi yang Dilakukan
Produsen	Persuasif	Persuasif
Simpatisan	Edukatif Informatif Persuasif	Edukatif
Fasilitator	Koersif Informatif. Persuasif. Edukatif.	Koersif dan Informatif

Produsen Kesenian yang dalam hal ini adalah SG sebagai ketua sanggar Andhe-Andhe Lumut memiliki konsentrasi untuk menarik perhatian generasi milenial dalam hal kesenian tari dan karawitan. SG mengatakan pada awalnya masyarakat di sekitar sanggar (Kabupaten Kediri) tidak terlalu antusias untuk belajar kesenian. Untuk membangkitkan antusiasme tersebut SG menggunakan perantara opinion leader di masyarakat tersebut, serta dengan menunjukkan beragam prestasi, permintaan untuk tampil, dan fasilitas-fasilitas kesenian di dalam sanggar kepada masyarakat.

SG juga berusaha melakukan modifikasi terhadap beragam bentuk tarian dan karawitan dalam rangka melakukan transformasi kesenian agar lebih mudah digemari generasi milenial. Meskipun upaya modifikasinya masih mengandalkan insting semata. Sehingga akurasi hasil modifikasi dengan selera generasi milenial tidak dapat dipastikan.

Jika mengacu pada lima jenis strategi komunikasi versi Abidin (2005), apa yang dilakukan oleh SG ini merupakan strategi komunikasi persuasif. Yaitu metode yang digunakan dengan cara membentuk pesan yang halus dan manusiawi, dengan tujuan agar komunikan dapat menerima pesan-pesan yang dikirimkan komunikator dan atau melakukan perubahan sesuai tujuan pesan dengan sukarela. Dengan strateginya ini, SG berperan dalam membentuk partisipasi kebudayaan versi Morrone (2006) pada generasi milenial berupa *performance/production by amateur* dengan spesifikasi *playing and composing music, dancing, and acting*. Hal ditunjukkan bagaimana di sanggar Andhe-Andhe Lumut anak-anak muda amatir kerap menjadi penampil dalam acara kesenian, dan di sanggar tersebut mereka banyak mempelajari tari (dance), dan musik (karawitan).

Berbeda dengan SG, HN yang merupakan ketua komunitas Brangwetan sejak awal memiliki niat untuk mengedukasi generasi milenial di Jawa Timur. Bagaimana caranya agar generasi milenial tahu tentang eksistensi Budaya Panji, memahaminya, dan mencintainya. Jika HN memiliki konsentrasi khalayak di Kabupaten Kediri, maka HN memiliki konsentrasi khalayak generasi milenial se-Jawa Timur. Itu sebabnya HN memutuskan edukasinya dikemas dalam bentuk buku yang merupakan kumpulan pemikiran dari banyak pihak seperti budayawan dan akademisi peminat Budaya Panji. Buku-buku itu kemudian diterbitkan sendiri melalui komunitas Brangwetan dan beberapa diantaranya bekerjasama dengan UPT LPPK Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur.

Selain menggunakan buku, HN juga menggunakan website budayapanji.com agar generasi milenial dapat belajar mengenai Budaya Panji melalui gawai. Website ini awalnya dibuat oleh seorang generasi milenial, mahasiswi Intitut Teknologi Surabaya (ITS) yang bekerjasama dengan HN. Namun sayangnya HN sendiri saat ini sudah tidak bekerjasama dengannya, dan mengelola website ini sendirian.

Jika mengacu pada lima jenis strategi komunikasi versi Abidin (2005), apa yang dilakukan oleh HN merupakan jenis strategi komunikasi edukatif. Yaitu pesan yang berisi sebuah pendapat, berdasarkan fakta dan pengalaman atas suatu hal yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Dari implementasi strategi komunikasinya ini HN berhasil membentuk partisipasi kebudayaan versi Morrone (2006) berupa *Attending/Receiving* dengan klasifikasi *reading books, dan Information* dengan klasifikasi *uses of internet for information about arts, virtual visits to venues, etc.*

Yang terakhir, berbeda dari dua pelaku Gerak Panji sebelumnya, EW dari unsur fasilitator sejak awal memiliki niat bagaimana generasi milenial di Jawa Timur dapat terlibat aktif dalam melestarikan Budaya Panji. Bukan hanya tahu saja, tapi juga bisa melakukan kesenian-kesenian yang bertemakan Panji. Itu sebabnya EW dalam upaya pelestarian Budaya Panji banyak mengadakan kegiatan-kegiatan seperti festival, seminar, dan lomba-lomba yang bertemakan Panji. Misalnya saja kegiatan yang paling besar adalah Festival Panji Nusantara dan Festival Panji Internasional.

Untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan ini, maka EW melakukan blow-up informasi melalui media massa, agar masyarakat dan generasi milenial tahu akan kegiatan ini dan mau menghadirinya. Namun sayangnya, EW sendiri belum terlalu memperhatikan penggunaan blow-up informasi menggunakan teknologi digital yang saat ini lebih sering digunakan oleh generasi milenial.

Jika mengacu pada lima jenis strategi komunikasi versi Abidin (2005), apa yang dilakukan EW merupakan jenis strategi komunikasi koersif dan informatif. Strategi komunikasi koersif adalah pembentukan pesan yang mengandalkan kekuasaan yang dimiliki oleh komunikator. Sementara strategi informatif adalah pesan yang berisikan fakta-fakta, atau data-data yang berdasarkan realita sebenarnya, dimana pesan tersebut disampaikan kepada komunikan dengan maksud untuk memberikan penerangan atas suatu hal.

Dari implementasi strategi komunikasi ini, EW berperan dalam membentuk partisipasi kebudayaan versi Morrone (2006) pada generasi milenial berupa *Attending/Receiving* berupa *visiting Archeological sites, visiting dance, visiting concert, dan visiting exhibitions*. Fasilitator juga berhasil memunculkan partisipasi kebudayaan dengan jenis *performance/production by amateur* dengan spesifikasi *playing music, dancing, and acting*. Yang terakhir, fasilitator juga berhasil memunculkan partisipasi kebudayaan dengan jenis *interaction* dengan spesifikasi *uses of internet for information about performing arts*.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa masing-masing pelaku Gerak Panji memiliki gaya dan strategi komunikasi yang berbeda-beda untuk menarik perhatian generasi milenial. Untuk produsen kesenian dominan

menggunakan strategi komunikasi persuasif. Untuk Simpatisan Panji, dominan menggunakan strategi komunikasi edukatif. Sementara Fasilitator dominan menggunakan strategi komunikasi koersif dan informatif.

Saran

1. Untuk produsen kesenian khususnya para seniman, ke depannya harus mulai bekerjasama dengan para akademisi untuk memaksimalkan transformasi Budaya Panji.
2. Untuk Simpatisan Panji, ke depannya harus mulai bekerjasama dengan generasi milenial seperti yang dilakukan dengan mahasiswi ITS lagi.
3. Untuk Fasilitator ke depannya harus mulai memperhatikan penggunaan teknologi digital untuk memaksimalkan strategi informatif mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2005). *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Effendy, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Rosda Karya.
- Morrone, A. (2006). *Guidelines for Measuring Cultural Participation*. Canada: Unesco Institute for Statistics.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurchahyo, H. (2019). *Memahami Budaya Panji*. Sidoarjo: Komunitas Seni Budaya Brangwetan.
- Tim. (2016). *Analisis Partisipasi Kebudayaan*. Jakarta: Pusat Data Statistik Pendidikan dan Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Tim. (2017). *Festival Panji Nasional 2017*. Surabaya: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur.
- Yusuf . (2016). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.

