

## PEMASARAN SENI PERTUNJUKAN RAKYAT DI INDONESIA MELALUI PLATFORM DIGITAL SENIPEDIA.COM

Wahyu Novianto<sup>1</sup>, Taufik Murtono<sup>2</sup>, Tafsir Huda<sup>3</sup>

Institut Seni Indonesia Surakarta<sup>1,2,3</sup>

<sup>2</sup>Email Korespondensi: taufik@isi-ska.ac.id

### ABSTRAK

Pesatnya laju teknologi di era 4.0 mengkonstruksi model transaksi konvensional menjadi transaksi digital dengan tumbuhnya berbagai startup digital. Pemanfaatan digitalisasi untuk seni pertunjukan rakyat masih belum terakomodasi secara maksimal, meski internet sudah merambah ke desa-desa. Meski berbagai konsepsi dan wacana tentang digitalisasi seni pertunjukan rakyat terus bergulir, namun hanya dilakukan oleh kalangan akademisi dan hanya sebagian kecil komunitas seni pertunjukan yang mampu memanfaatkan internet dan gadget sebagai sarana komunikasi dan interaksi dengan masyarakat. Khalayak luas. Kajian ini menunjukkan pemanfaatan teknologi internet digital yang telah mengubah pola interaksi tatap muka menjadi screen to face melalui aplikasi digital Senipedia.com sebagai salah satu start-up yang bergerak di ranah perkembangan seni pertunjukan rakyat di Indonesia. Berbagai manfaat pemasaran melalui aplikasi digital Senipedia.com adalah menjadi wadah pertemuan semua kalangan untuk membentuk kebiasaan menilai dan dinilai secara virtual, melestarikan warisan budaya dan nilai sejarah yang berguna di masa depan, serta menjadi arsip yang dapat dimanfaatkan kembali sebagai materi edukasi yang mengandung nilai-nilai gotong royong, rasa kemandirian, kebebasan berekspresi, dan pembentukan rasa saling menghargai seni pertunjukan rakyat melalui dunia maya digital.

**Kata kunci:** seni pertunjukan rakyat, digital, virtual, senipedia.com.

### ABSTRACT

*The rapid pace of technology in the 4.0 era constructs conventional transaction models into digital transactions with the growth of various digital startups. The use of digitalization for folk performing arts is still not maximally accommodated, even though the internet has spread to villages. Although various conceptions and discourses on the digitization of folk performing arts continue to roll out, they are only carried out by academics and only a small part of the performing arts community is able to utilize the internet and gadgets for means of communication and interaction with a wide audience. This study shows the utilization of digital internet technology that has changed the pattern of face to face interaction to screen to face through the digital application Senipedia.com as one of the start-ups engaged in the realm of folk performing arts development in Indonesia. The various benefits of marketing through the Senipedia.com digital application are becoming a meeting place for all groups to form the habit of assessing and being judged virtually, preserving cultural heritage and historical values that are useful in the future, and becoming an archive that can be reused as educational material that contains values of mutual cooperation, a sense of independence, freedom of expression, and the formation of mutual appreciation of folk performing arts through the digital-virtual world.*

**Keyword:** folk performing arts, digital, virtual, senipedia.com.

## PENDAHULUAN

Diskursus mengenai perkembangan teknologi kini semakin memudahkan penggunaannya untuk mengakses berbagai informasi. Perkembangan mutakhir teknologi informasi, khususnya dunia realitas virtual telah menggiring pada pengambilalihan ruang-ruang fisik oleh ruang-ruang virtual (Piliang, 2011:239). Sejalan dengan hal itu, Paul Virilio, di dalam *Open Sky*, menggunakan istilah urbanisasi *real time* untuk menjelaskan migrasi besar-besaran manusia urban dari lingkungan fisik urban ke dalam lingkungan virtual, yaitu *cyberspace*, yang di dalamnya berlangsung tidak lagi tindak sosial yang nyata, melainkan teleaksi sosial berupa tindakan sosial jarak jauh, yang bersifat virtual dan *real time*, melalui aneka medium — hp, video, internet (Piliang, 2011:239-240).

Seperti halnya yang terlihat hari ini, bahwa masyarakat kini hampir semuanya beraktivitas menggunakan *gadget* untuk mengakses segala informasi. Kemajuan teknologi menawarkan fasilitas yang serba cepat dan dapat terkoneksi satu sama lainnya dengan begitu mudahnya. Sekarang ini internet dan *gadget* telah menciptakan ruang perjumpaan yang memberikan dampak begitu besar terhadap peradaban manusia. Dampak internet terhadap peradaban manusia dalam hal ini sejalan dengan Syamsul Barry (2006:78), yang mengungkapkan bahwa teknologi informasi bukan hanya telah mengubah pola pandang masyarakat, tetapi sudah menjadi bagian dari kehidupan bahkan gaya hidup.

Realitasnya, di era 4.0 masyarakat Indonesia kini semakin beradaptasi dengan lingkungan virtual yang semakin berkembang pesat. Aktivitas virtual merubah model transaksi konvensional menjadi transaksi digital yang tampak pada bertumbuhnya berbagai *startup* digital. Beberapa *startup* yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat sekarang di antaranya ialah Gojek yang menyediakan akses sarana transportasi. Ruang Guru berupa aplikasi

bank data yang menyediakan ruang edukasi bagi keperluan pendidikan. Traveloka berupa aplikasi yang memudahkan penggunaannya untuk memesan tiket tanpa harus berdesak-desakan di loket. Sebagaimana yang dikatakan (Ratnawati dkk, 2019:6), bahwa digitalisasi membuat proses yang sebelumnya lama menjadi relatif lebih cepat.

Aktivitas virtual pada konteks pemasaran seni pertunjukan rakyat di Indonesia dapat dikatakan belum akrab. Sampai sekarang pemanfaatan digitalisasi untuk seni pertunjukan rakyat masih belum terwadahi secara maksimal, meskipun internet telah menyebar hingga ke desa-desa. Berbagai konsepsi dan diskursus tentang digitalisasi seni pertunjukan rakyat terus digulirkan oleh banyak kalangan akademisi sebagai upaya modernisasi. Namun, hanya sebagian kecil saja masyarakat pemilik seni pertunjukan yang mampu memanfaatkan internet dan *gadget* untuk sarana berkomunikasi dan interaksi dengan khalayak luas. Meskipun ada juga yang sebagian dari pelaku seni pertunjukan rakyat telah memanfaatkan fasilitas media sosial seperti *instagram, facebook, twitter*, dan aplikasi digital lainnya. Namun hal itu juga belum terorganisasi secara terpadu. Problem tersebut berdampak pada sebagian besar aktivitas pementasan seni pertunjukan rakyat yang hingga kini belum berdampak signifikan terhadap para pelaku atau pemilik kesenian rakyat itu sendiri. Di beberapa daerah, khususnya desa-desa bahkan masih ada yang menggunakan pola komunikasi secara manual, dengan cara promosi surat undangan, pemasaran ‘getuk-tular’ atau hanya sebatas relasi antar desa saja.

Umumnya, seni pertunjukan rakyat masih dianggap sebagai seni ekspresi kolektif-kultural masyarakat agraris, menjadi pengisi waktu senggang, dan bersifat pemenuhan hiburan untuk kalangan internal suatu kelompok saja. Hal inilah yang membuat kelompok-kelompok seni pertunjukan rakyat terkesan sulit untuk dikenal oleh masyarakat luas. Ironinya, ketika seni pertunjukan rakyat tidak

mampu beradaptasi dengan perkembangan digitalisasi, maka eksistensi seni rakyat lambat laun akan tersingkir dan punah. Oleh karena itu, dalam mempertahankan eksistensi dan mengembangkan seni pertunjukan rakyat membutuhkan banyak pihak yang harus berkontribusi di dalamnya. Merujuk pada pernyataan (Simatupang, 2013:238), semestinya *stake holders* pertunjukan rakyat bukan lagi dari unsur-unsur masyarakat setempat saja, melainkan juga meliputi pemerintah setempat, lembaga pendidikan, maupun lembaga ekonomi. Keterlibatan *stake holders* ini begitu penting untuk menunjang eksistensi dan terbukanya relasi kelompok-kelompok seni pertunjukan rakyat, sehingga mampu bertahan hidup dan berkembang secara kompetitif mengikuti dinamika zaman.

Beberapa penelitian yang mengkaji tentang digitalisasi terhadap seni pertunjukan di antaranya dilakukan oleh Jannah dkk (2016: 245-251), yang memberikan sebuah fakta bahwa masyarakat kini mengalami kendala dalam mencari informasi dan memesan kelompok seni pertunjukan rakyat. Problemanya adalah karena informasi kelompok seni di suatu daerah masih terbatas dan belum terpublikasikan secara efektif. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah sistem informasi pencarian dan pemesanan seni pertunjukan rakyat berbasis *web* sebagai solusi untuk mengatasi persoalan tersebut. Sementara itu, pada penelitian (Waluyo & Rosmawati, 2021:162), mengungkapkan bahwa dengan perkembangan zaman yang makin modern, di mana teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan yang pesat, maka hampir dapat dipastikan makin lama dengan desakan waktu, seni pertunjukan rakyat akan tergeser perannya dan kurang diminati masyarakat. Justru dalam penelitian Waluyo dan Rosmawati menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penggerus keberadaan seni tradisional, karena pada media pertunjukan rakyat masih berbentuk pertunjukan langsung, yakni dengan metode komunikasi

tatap muka dan dengan khalayak penonton yang terbatas. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, sehingga memerlukan solusi dan sinergi dengan peradaban era digital dewasa ini, agar seni pertunjukan rakyat tidak punah.

Teknologi digital internet telah merubah pola interaksi *face to face* menjadi *screen to face* (internet marketing). Media internet kini tidak hanya untuk kegiatan riset saja, melainkan dijadikan sebagai sumber informasi, kegiatan sosial, dan dimanfaatkan untuk *marketing online* (Bloom & Boone, 2006:51). Salah satu *start up* yang bergerak dalam ranah pengembangan seni pertunjukan rakyat di Indonesia ialah aplikasi digital Senipedia.com. Secara umum Senipedia.com merupakan sebuah inovasi *start up* pengembangan tata kelola pemasaran seni pertunjukan Indonesia yang berbasis sistem teknologi digital dan bisnis pemasaran. *Start up* ini dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan, baik pelaku seni, sanggar, komunitas atau kelompok seni pertunjukan, akademisi, maupun *stake holders* lainnya dengan bermacam motivasi.

Studi tentang pemasaran seni pertunjukan rakyat melalui aplikasi digital masih jarang dan perlu dilakukan mengingat begitu pentingnya langkah-langkah untuk menyebarluaskan informasi tentang kekayaan dan keberagaman seni pertunjukan rakyat di Indonesia. Studi ini menggunakan perspektif ilmu yang berbasis pada seni dan konsep pemasaran digital. Secara umum pendekatan pada pemasaran seni pertunjukan Indonesia meminjam gagasan bauran pemasaran 4P yang dikemukakan Kotler dan Keller (2016), terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/saluran), dan *promotion* (promosi). Bauran 4P tersebut digunakan sebagai perangkat untuk menganalisis pemasaran seni pertunjukan rakyat melalui aplikasi *start up* Senipedia.com. Analisis pada studi ini dilakukan secara *deskriptif kualitatif* dengan berdasarkan sumber literatur ilmu manajemen pemasaran yang dihubungkan dengan seni pertunjukan rakyat. Tujuan studi

ini, yakni untuk memberikan wawasan tentang model dan cara pemasaran seni pertunjukan rakyat yang dapat beradaptasi dengan era digital secara lebih terpadu.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian tentang pemasaran seni pertunjukan rakyat di Indonesia dalam aplikasi digital Senipedia.com menggunakan metode deskriptif kualitatif interpretatif, yakni dengan cara menyajikannya dalam bentuk deskripsi dan menafsirkan data yang ada dengan interpretasi atau penafsiran (Ratna, 2009:306). Penginterpretasian atau penafsiran data pada aplikasi digital Senipedia.com dilakukan dengan mengamati hubungan interaksi antara pengguna dengan server yang dikelola dalam aplikasi tersebut. Interaksi yang terjadi, yaitu seseorang dapat mengakses muatan isi konten di halaman tertentu dengan menggunakan browser. *Request* atau permintaan yang berasal dari pengguna kemudian diproses oleh server, selanjutnya ditampilkan dengan isi yang berbeda-beda menurut alur programnya. Selanjutnya, pola pemasaran seni pertunjukan rakyat dapat diinterpretasikan berdasarkan pengamatan virtual yang terjadi dalam aplikasi Senipedia.com seperti data masukan, data keluaran, fitur-fitur yang tersaji, dan siapa saja yang terlibat dalam aktivitas virtual pada sistem ini.

## PEMBAHASAN

### A. Perancangan Senipedia.com Sebagai *Start Up* Berbasis Digital Terpadu

Blackshow dan Nazzaro menjelaskan bahwa media sosial dapat menghasilkan konten yang mencakup berbagai macam informasi *online* yang dibuat, disebarluaskan, serta dimanfaatkan konsumen dengan tujuan saling berbagi informasi mengenai merek, produk, isu, dan layanan (dalam Xiang dan Greztel, 2010). Aplikasi digital Senipedia.com dapat dikatakan sebagai media sosial karena mempunyai peranan untuk dapat dimanfaatkan sebagai sarana bagi

kelompok-kelompok seni untuk memperluas jaringan pasar dan menarik minat pengguna atau peminat seni pertunjukan rakyat. Sebetulnya cara kerja pada aplikasi *start up* Senipedia.com adalah cara kerja media sosial seperti website pada umumnya yang menampilkan berbagai informasi kepada khalayak penggunaannya. Pada Senipedia.com, selain memiliki kekhususan penataan tampilan segmentasi seni pertunjukan rakyat yang terpilah ke dalam beberapa cakupan konten seperti beranda, galeri, artis, siaran, jelajah, agenda, dan khazanah, secara sistem dapat bekerja layaknya *marketplace* untuk memasarkan produk-produk seni pertunjukan rakyat.



Gambar 1. Fitur utama desain antar muka (Sumber: Guntur, dkk. *Menghimpun yang Terserak*. Surakarta: ISI Press, 2020. Hlm 49)

Mengacu pada konsep bauran Kotler dan Keller (2016) yang telah dipaparkan sebelumnya, aplikasi digital Senipedia.com memiliki peranan sebagai *place* (tempat atau ruang). Artinya, *place* sendiri dapat dipahami bukan hanya sebagai ruang fisik saja, melainkan ruang virtual yang memberikan kemudahan bagi pengguna aplikasi digital Senipedia.com untuk memudahkan dan menjangkau segala informasi terkait seni pertunjukan rakyat di Indonesia secara terpadu. Pengguna aplikasi dalam hal ini dapat mencangkup siapa saja, baik kalangan seniman atau pelaku seni pertunjukan itu sendiri, kalangan akademisi, maupun instansi, yang

sedang membutuhkan informasi terkait seni pertunjukan rakyat.

Secara teknis, pada tampilan awal aplikasi digital Senipedia.com, pengguna dapat melihat tampilan beranda utama. Bagian utama pada beranda tersebut berisi beragam konten informasi umum seputar seni pertunjukan rakyat. Pada bagian beranda merupakan pengantar atau pembuka yang memberikan tawaran informasi permukaan terkait ulasan opini kontributor yang menulis beragam seni pertunjukan rakyat di berbagai daerah di Indonesia. Terdapat juga video testimoni tokoh masyarakat maupun akademisi terhadap aplikasi digital Senipedia.com yang memberikan pendapatnya tentang seni pertunjukan rakyat.

Pada tampilan beranda juga dilengkapi gambaran singkat tentang isi konten dari galeri Senipedia.com. Selain itu, untuk melengkapi kebutuhan informasi seputar agenda kegiatan kesenian di seluruh Indonesia, pada bagian beranda terdapat ulasan jadwal pergelaran seni pertunjukan di berbagai daerah di Indonesia. Pada bagian beranda tersebut pengguna aplikasi digital Senipedia.com hanya dapat mengamati sekilas informasi yang masih terpotong-potong. Pengguna aplikasi digital harus membuka konten-konten yang ada pada tampilan beranda, agar dapat membaca informasi yang lebih mendetail dan utuh. Oleh karena itu, untuk memperoleh informasi tentang seni pertunjukan rakyat yang lebih utuh, pengguna dapat memilih secara arbitrer pilihan konten mana yang dikehendakinya.

Sebagai contohnya, informasi yang ditampilkan pada fitur galeri, yaitu berupa sajian *marketplace* tentang produk-produk seni pertunjukan seperti kelompok, komunitas, atau sanggar kesenian dari berbagai daerah di Indonesia. Pengguna aplikasi digital Senipedia.com bisa mengakses informasi lengkap pada galeri tentang produk kelompok kesenian, jasa pementasan, jasa tata artistik pertunjukan, produk hasil kerajinan, maupun informasi tentang jadwal pementasan.

Pada fitur galeri aplikasi digital Senipedia.com dilengkapi dengan informasi kontak yang dapat dihubungi, sehingga memudahkan penggunanya yang menginginkan menikmati seni pertunjukan rakyat untuk dapat berhubungan secara personal kepada pemilik atau pelaku kesenian. Selain itu, aplikasi digital Senipedia.com juga memfasilitasi kebutuhan informasi pengguna dengan memberikan informasi tentang harga jasa yang ditawarkan.



Gambar 2. Tampilan bagian beranda pada aplikasi digital Senipedia.com yang diakses melalui *gadget*. (Sumber: Aplikasi digital Senipedia.com)

Secara tampilan visual, ketika pengguna aplikasi digital Senipedia.com mencari informasi tentang seni pertunjukan rakyat, maka pengguna dapat memilih segmentasi terkait kesenian mana yang dikehendaki. Sebagai contohnya, seni pertunjukan rakyat *Ndolalak* yang berasal dari daerah Purworejo. Pengguna dapat melihat lebih detail tentang informasi kelompok kesenian tersebut. Pada tampilan informasi yang lebih lengkap, terdapat ulasan profil singkat terkait identitas nama kelompok kesenian *Ndolalak*. Aplikasi digital Senipedia.com dalam hal ini

menyediakan tawaran berupa informasi harga sewa pementasan kelompok kesenian *Ndolalak* Budi Santoso. Selain itu, pada tampilan galeri tersebut, juga dilengkapi nomor kontak, sehingga pengguna dapat berhubungan secara langsung kepada pemilik kelompok kesenian *Ndolalak* tersebut.



Gambar 3. Tampilan salah satu *marketplace* kelompok seni pertunjukan rakyat *Ndolalak* pada konten galeri (Sumber: Aplikasi digital Senipedia.com)

Secara operasional sistem, pada aplikasi digital Senipedia.com memang dirancang dan memiliki peranan sebagai sarana promosi. Dalam hal ini (Kotler & Amstronng, 2012), menjelaskan bahwa promosi adalah cara untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan meyakinkan konsumen untuk membeli produk. Cara promosi yang dilakukan melalui aplikasi digital Senipedia.com ialah dengan menampilkan berbagai item-item foto produk jasa seni yang disertai keterangan lengkap terkait informasi lokasi, kontak pemilik seni, serta profil dari kesenian tersebut, sehingga bisa diakses lebih lanjut oleh konsumen peminat jasa seni pertunjukan rakyat. Pada contoh tampilan foto kelompok kesenian *Ndolalak* ditunjukkan aktivitas-aktivitas baik secara *frontstage* maupun *backstage*, sehingga memberikan kesan menarik dan meningkatkan *value* kelompok tersebut kepada khalayak.

Pada konteks hubungan mutualisme antara pelaku dengan penikmat seni, salah satu keuntungan yang didapatkan oleh kelompok kesenian, pemilik jasa pementasan, pemilik jasa tata artistik pertunjukan, maupun pelaku produk kerajinan ialah pada aplikasi digital Senipedia.com dapat menjadi wahana ruang pameran produk kesenian sekaligus menjadi sarana promosi secara virtual dalam rangka mendapatkan relasi pasar yang lebih luas, sehingga kelompok-kelompok seni pertunjukan tersebut terstimulasi dan memperoleh kesempatan untuk semakin berkembang secara mandiri. Sedangkan keuntungan bagi penikmat seni pertunjukan rakyat ialah kemudahan mendapatkan informasi kesenian, rasa kepuasan batin karena mendapatkan informasi secara komplit, dan terkoneksinya hubungan secara personal dengan pelaku pertunjukan rakyat. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa keunggulan aplikasi digital Senipedia.com, yakni menjadi sarana dalam mempermudah akses informasi, komunikasi, dan transaksi dalam tata kelola pemasaran seni pertunjukan rakyat.

## B. Menstimulasi Aktivitas Menilai dan Dinilai Secara Virtual

Umumnya, hubungan relasi kelompok-kelompok seni pertunjukan di wilayah desa terjalin karena kebiasaan saling mengunjungi ke kelompok lainnya untuk saling mengapresiasi kegiatan pementasan. Intensitas bertemu dan kegiatan saling mengundang antar-pelaku seni dapat menghidupkan hubungan keakraban antar masing-masing kelompok seni. Setiap ada penyelenggaraan pementasan kelompok seni, di dalamnya terdapat aktivitas menonton dan ditonton. Artinya, terdapat kontak fisik dengan melihat secara langsung dan merasakan situasinya, sehingga dapat terjadi interaksi saling menilai dan dinilai yang didasarkan pada aspek-aspek seni di dalam pementasan tersebut. Seperti performa tampilan pertunjukan sebuah kelompok seni, gaya berkostum, kualitas pemain dalam menyajikan karya seninya, ataupun hal-hal lain yang dapat dijadikan indikator ketika menilai sebuah kelompok seni dalam sebuah pementasan. Dalam situasi pementasan, terjadi sebuah aktivitas yang melibatkan proses inderawi tubuh yaitu stimulus dan respon. Aktivitas inderawi tersebut berupa terjadinya saling tukar-menukar pengetahuan antara orang yang menonton dan ditonton. Sejalan dengan stimulus dan respon tersebut, Mulyana menjelaskan tentang aktivitas menonton dan ditonton bahwa:

Menonton merupakan kegiatan tubuh menyerap atau menerima informasi. Ditonton merupakan kegiatan tubuh menyampaikan informasi. Pada posisi menonton, pengetahuan diperoleh melalui informasi yang dilihat dan diterima oleh tubuh. Pada posisi ditonton, justru pengetahuan disampaikan melalui tubuh (Mulyana, 2013: 472-473).

Poin yang menjadi ciri-ciri terhadap aktivitas menonton dan ditonton tersebut merupakan esensi dari realitas fisik sebuah penyelenggaraan sebuah seni pertunjukan. Dampak dari aktivitas menonton dan ditonton tentunya akan menghasilkan berbagai persepsi

subjektif berdasarkan apa yang dilihat dan dirasakan secara langsung. Salah satunya yakni terjadinya aktivitas menilai dan dinilai. Hal ini tentu berbeda dengan realitas menonton secara virtual. Perbedaannya, pada realitas virtual, aktivitas menonton dan ditonton menjadi sebuah aktivitas sosial yang terjadi secara jarak jauh. Aplikasi digital Senipedia.com dapat menjadi suatu wahana yang mewadahi aktivitas menonton dan ditonton. Pada tahap ketika terjadi aktivitas menonton dan ditonton, pengguna aplikasi digital Senipedia.com menjadi subjek yang menonton dan dapat secara langsung memberikan penilaian terhadap isi konten yang ditontonnya. Sedangkan pada posisi ditonton, melibatkan objek seni pertunjukan rakyat yang tersaji di dalam konten Senipedia.com, baik berupa narasi, foto, maupun video.

Di dalam aplikasi digital Senipedia.com tersedia *toolbar* berupa elemen kontrol grafis yang terpasang di tiap-tiap item kesenian. Pada *toolbar* tersebut selain untuk menyatakan angka-angka terkait jumlah orang yang menyukai konten seni pertunjukan rakyat. *Toolbar* tersebut juga bersifat akumulatif, yang mana menjadi parameter jumlah orang yang membaca dan menyukai informasi sebuah profil seni pertunjukan rakyat. Aktivitas menilai dan dinilai dapat dilakukan oleh pengguna pada beberapa konten di dalam aplikasi digital Senipedia.com, seperti pada siaran, galeri, artis, jelajah, agenda, maupun khazanah.

Sebagai sarana untuk mengukur kualitas dan kepuasan penikmat seni pertunjukan rakyat, maka *toolbar* dapat dipakai menjadi tolok ukurnya, yakni semakin banyak pengguna menyukai konten kesenian, maka lambat laun akan terbentuk kebiasaan menilai dan dinilai secara virtual. Terbentuknya kebiasaan menilai dan dinilai secara virtual merupakan bagian yang diharapkan dari adanya sistem *positioning* di dalam aplikasi Senipedia.com. yakni untuk menyuarakan identitas visual, pesan, kampanye, dan pengalaman interaksi kepada khalayak luas. Dengan demikian, komunitas seni pertunjukan

rakyat yang beragam dapat saling terhubung, berinteraksi, berkomunikasi secara dinamis. Selain itu, sebagai inovasi produk digital, dengan adanya aplikasi Senipedia.com dapat menghasilkan keunggulan dalam dunia seni pertunjukan yang dicita-citakan di masa depan.

### C. Terbentuknya Gaya Hidup Digital dalam Seni Pertunjukan Rakyat

Hidupnya seni pertunjukan rakyat selalu berjalanan dengan adanya ritus-ritus agraris yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan masyarakat desa. Ketika arus budaya urban menggeser kebiasaan masyarakat desa yang selalu bergotong-royong, dalam arti pelibatan aktivitas secara fisik yang kemudian beralih ke digital-virtual, maka sebagian dari keberadaan ritus-ritus di desa lambat laun akan menghilang. Hal ini dapat terjadi apabila dunia digitalisasi telah banyak mempengaruhi pola-pola kebiasaan masyarakat yang semakin bergerak mengikuti irama kemajuan zaman yang semakin kosmopolit. Pengaruh kekuatan digitalisasi dalam masyarakat urban tersebut tidak serta merta menghilang, namun membawa warisan kebudayaan berupa identitas masa lalu dan masa depan sebagaimana yang dinyatakan Piliang sebagai berikut.

Ketika semua hal didigitalkan atau dijadikan virtual di dalam lingkungan urban, maka dunia kehidupan sehari-hari manusia urban sebagian tidak lagi dilakukan di dalam ruang, tempat, lokasi, wilayah, geografi, dan teritorialitas fisik, tetapi di dalam keterhubungan dan jaringan... Gaya hidup digital telah mempengaruhi bagaimana lingkungan fisik urban dimaknai, disebabkan ada pengalihan dunia bermakna dari dunia nyata ke dunia virtual urban... Manusia urban tidak saja mencari tanpa henti segala prospek kemungkinan masa depan yang disediakan oleh dunia melalui lingkungan urban, akan tetapi juga tidak mau kehilangan dimensi-dimensi masa lalu, yaitu berupa warisan kebudayaan, nilai dan bentuk masa lalu, sebagai cara membangun identitas urban

yang berkelanjutan... realitas urban membawa dalam dirinya sekaligus identitas masa depan dan masa lalu dalam waktu yang bersamaan (Piliang, 2011: 240-241).

Perkembangan zaman memang tidak dapat ditolak dan pada dasarnya digitalisasi dalam lingkungan urban memicu migrasi tentang kebiasaan manusia yang perlahan menanggalkan sebagian aktivitas fisik keseharian. Namun, dengan adanya gaya hidup digital tersebut justru membuka celah positif yang mendorong manusia untuk dapat beradaptasi, berkolaborasi, dan mengaktualisasikan diri dengan teknologi digital. Berdasarkan apa yang dikemukakan Piliang tersebut, dalam hal ini aplikasi digital Senipedia.com mempunyai peranan penting untuk merawat warisan kebudayaan dan nilai-nilai historis masa lalu untuk diangkat kembali agar senantiasa membawa manfaat di masa mendatang.

Semua konten seni pertunjukan rakyat yang tersaji di dalam Senipedia.com sebetulnya telah memberikan gambaran dunia virtual urban. Sebagai sebuah arsip digital, Senipedia.com mengemas informasi-informasi warisan pengetahuan tentang seni pertunjukan rakyat dan dapat menyajikan informasi kesenian yang telah direproduksi kembali dalam bentuk visual, narasi, dan audio-visual. Pengemasan dalam bentuk digital inilah yang dapat memicu dan menumbuhkan ingatan masyarakat agraris terhadap kekayaan lokal masa lalu, yakni melalui sajian konten siaran, artis, jelajah, dan khazanah.

Umberto Eco dalam *Travels in Hyper-reality* menyebutnya sebagai hiper-realitas, yaitu sebuah dunia realitas yang dibangun dari unsur-unsur kebudayaan masa lalu, yang dihadirkan dalam konteks masa kini sebagai nostalgia (Eco, 1986:3-58). Manifestasi tentang hiper-realitas terhadap ritus-ritus desa dapat dilihat pada aplikasi digital Senipedia.com dalam konten siaran. Pada konten siaran pengguna dapat menyaksikan berbagai ritus dan pertunjukan rakyat yang tersaji sebagai bentuk pengetahuan lokal masyarakat adat. Selain itu, konten siaran dapat menjadi sebuah arsip yang dapat

dimanfaatkan kembali oleh berbagai kalangan masyarakat sebagai bahan edukasi yang memperlihatkan nilai-nilai kegotong-royongan, rasa kemerdekaan, keleluasaan berekspresi, dan terbentuknya sikap saling mengapresiasi seni pertunjukan rakyat di dalam dunia virtual.

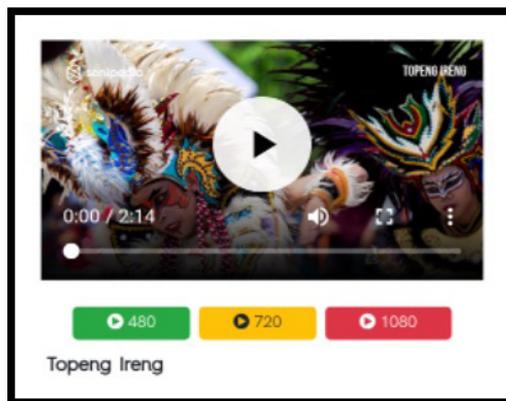
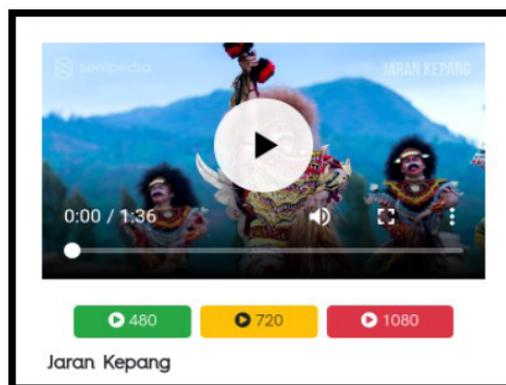
Terbentuknya gaya hidup digital dalam seni pertunjukan rakyat bahkan semakin menguat ketika pandemi Covid-19 melanda dunia. Pandemi Covid-19 membuat banyak aktivitas kesenian rakyat menjadi vakum. Aktivitas lingkungan secara fisik, berubah dan bermigrasi menjadi aktivitas digital. Pada kenyataannya kelompok-kelompok seni pertunjukan rakyat yang terbiasa menggelar di panggung pertunjukan dan ditonton banyak orang, kini beralih kepada dunia digital-virtual.

Sebagai sebuah aplikasi digital, Senipedia.com dibuat untuk menjadi sarana untuk memfasilitasi masyarakat seni pertunjukan rakyat agar dapat berkolaborasi dengan dunia digital. Merujuk pada pendapat Saetang (2017), dikatakan bahwa nilai-nilai yang tertanam dalam konten Senipedia.com harus menjiwai cita rasa komunikasi. Oleh karena itu, untuk membentuk masyarakat seni pertunjukan rakyat yang akrab dan terbiasa dengan gaya hidup digitalisasi, maka Senipedia.com dirancang khusus untuk mampu menyajikan keakuratan informasi dan relevansinya terhadap kepentingan penggunanya. Mengutip gagasan yang dijelaskan (Guntur dkk, 2020:26), cita rasa komunikasi yang dibentuk di dalam aplikasi digital Senipedia.com, terdapat beberapa poin kekhususan yang dapat dipakai untuk membentuk dan memacu kesadaran masyarakat seni pertunjukan rakyat agar akrab dan terbiasa terhadap dunia virtual, di antaranya yakni

1. Memicu keingintahuan, yaitu masyarakat dalam jaringan infrastruktur seni pertunjukan perlu diupayakan keingintahuannya untuk mendapatkan kepedulian dalam mewujudkan masa depan seni pertunjukan Indonesia.
2. Cara penyampaian atau komunikasi pada aplikasi digital Senipedia.com kepada ma-

sarakat disampaikan dengan intensitas yang kuat untuk menunjukkan keseriusan menangani potensi seni pertunjukan Indonesia.

3. Semua pesan yang disampaikan mempunyai perspektif yang membangun pemikiran kritis dan membangkitkan rasa optimisme.
4. Mempengaruhi kesadaran sosial, yaitu pesan yang disampaikan dimaksudkan untuk menggugah kesadaran bersama terhadap posisi strategis seni pertunjukan Indonesia dalam pembangunan bangsa.



Gambar 4. Tampilan *marketplace* kelompok seni pertunjukan rakyat pada konten siaran (Sumber: Aplikasi digital Senipedia.com)

Beberapa tampilan *marketplace* tentang kelompok-kelompok seni pertunjukan rakyat pada konten siaran memebrikan bukti bahwa digitalisasi seni pertunjukan rakyat dalam aplikasi Senipedia.com dapat menjadi sarana dan solusi dalam menjawab globalisasi. Senipedia.com menjadi sarana dalam merawat ingatan tentang ritus dan sikap kegotong-royongan masyarakat agraris. Dengan adanya

aplikasi digital Senipedia.com masyarakat juga menadapatkan edukasi tentang sumber-sumber literasi pengetahuan lokal yang dapat dimanfaatkan seluas-luasnya secara gratis. Di samping itu, untuk membentuk gaya hidup digital pada masyarakat seni pertunjukan rakyat, pada aplikasi Senipedia.com juga menjadi pemicu dalam meningkatkan aksesibilitas dan produktivitas pelaku seni pertunjukan rakyat di berbagai daerah di Indonesia.

## KESIMPULAN

Aplikasi digital Senipedia.com bukan hanya menjadi sebuah *start up* yang bergerak di bidang seni pertunjukan saja, melainkan menjadi sebuah wadah perjumpaan bagi semua kalangan untuk dapat saling berhubungan, memperluas jaringan, memasarkan jasa, maupun produk karya seni. Melalui sistem yang telah terintegrasi dengan basis digital dan terpadu, maka baik pelaku, penikmat seni, dan *stake holder* lainnya dapat saling berkolaborasi demi pemajuan kesenian rakyat. Bagi pelaku atau pemilik seni pertunjukan rakyat, dengan adanya aplikasi digital Senipedia.com ini, semakin memudahkan mendapatkan koneksi ke luar, bisa berhubungan dengan berbagai kalangan dalam rangka pelestarian maupun pengembangan komunitas mereka. Selain itu, bagi masyarakat penikmat seni pertunjukan rakyat mendapatkan kemudahan, yakni dalam proses pencarian informasi kesenian dan keterhubungan koneksi untuk memesan kelompok seni secara langsung kepada pelaku atau pemilik seni pertunjukannya. Kemudian dengan adanya akses digital terpadu dalam aplikasi Senipedia.com, maka lambat laun masyarakat seni pertunjukan rakyat akan semakin terbiasa dengan penggunaan sarana digital, yang membentuk kebiasaan gaya hidup virtual yang mengikuti perkembangan zaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barry, Syamsul. 2006. *Seni Media (Kebiasaan) Baru Kemajuan Teknologi Informasi dan Seni*. Dalam *Apresiasi Seni Media Baru*. Direktorat Kesenian, Direktorat Jenderal Nilai Budaya, Seni, dan Film Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Bloom, PN, Boone, LN. 2006. *Strategi Pemasaran Produk*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Guntur, dkk. *Menghimpun yang Terserak*. Surakarta: ISI Press, 2020.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Managemen 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Mulyana, Aton Rustandi. 2013. "Ram: Estetika Kompleksitas dalam Upacara Ngarot di Lelea Indramayu, Jawa Barat. Disertasi untuk Mencapai Derajat Sarjana S-3 di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Piliang, Amir Yasraf. 2011. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Cetakan I.
- Ratnawati, dkk. 2019. *Inovasi Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Digital*. Pusat Data dan Informasi, Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi (BALILATFO), Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Republik Indonesia.
- Saetang, Saranya. 2017. "The E-Commerce Strategies Responding to the UX Design." Dalam *2017 10th International Conference on Ubi-media Computing and Workshops (Ubi-Media)*, 1–6. IEEE.

Simatupang, Lono. 2013. *Tantangan Revitalisasi Pertunjukan Rakyat di Indonesia: Refleksi Atas Reyog Ponorogo*. Dalam *Pergelaran: Sebuah Mozaik Penelitian Seni-Budaya*. Yogyakarta: Jalasutra.

Waluyo, Djoko & Rosmawati. “Dinamika Seni Tradisional Pada Era Digital.” Dalam *Majalah Semi Populer Komunikasi Massa*, Vol.2, No.2, Desember 2021. Hal 161-172.

### **Sumber Website**

Xiang, Z., & Gretzel, U. 2010. “Role of Social Media in Online Travel Information Search.” *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>.