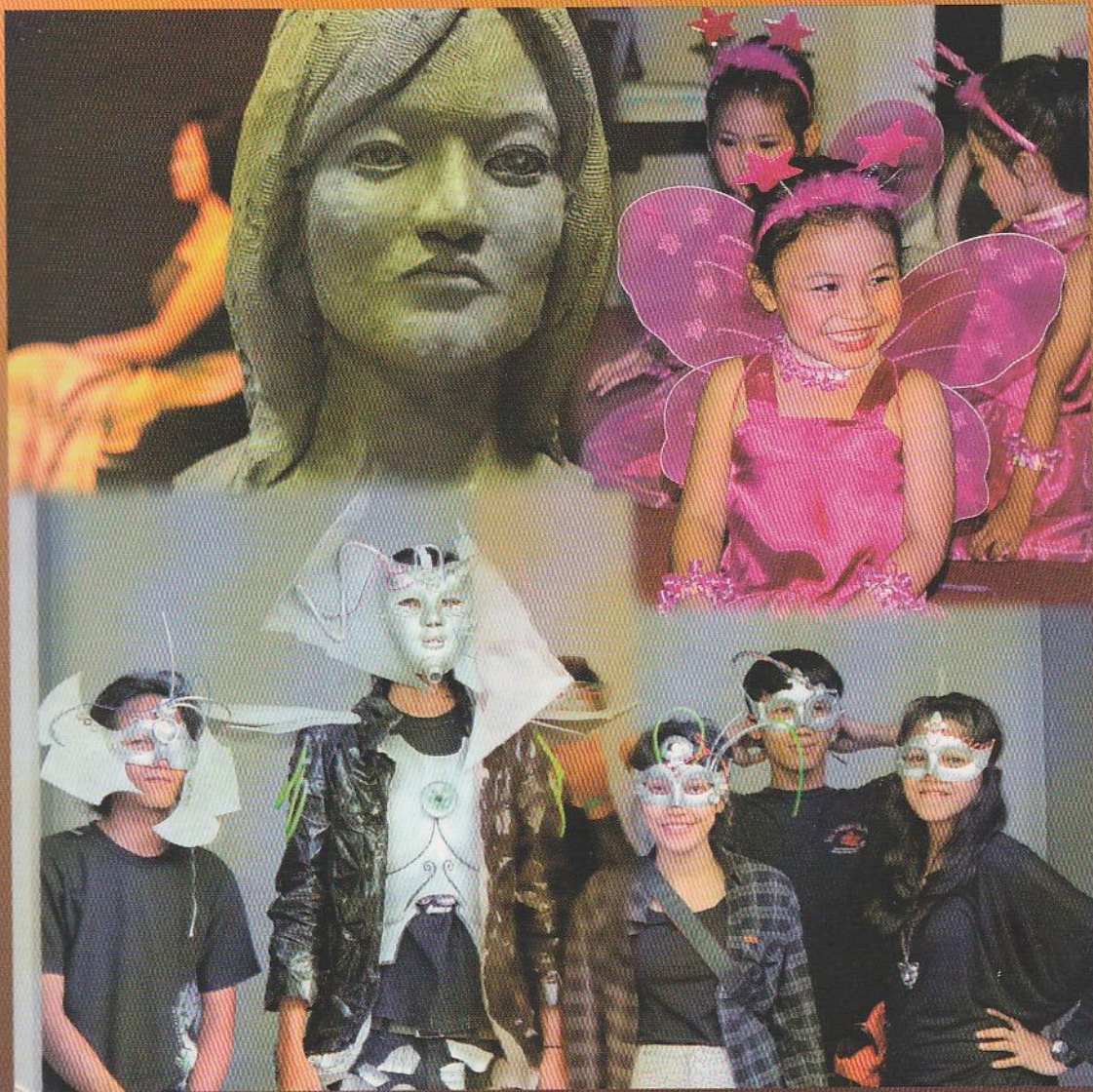


Panggung



Simbol, Dokumentasi, dan
Pengaruh Eksternal Seni

Panggung

Vol. 21, No. 2, April - Juni 2011
ISSN 0854-3429

Terbit empat kali setahun

Panggung merupakan jurnal ilmiah tentang seni dan budaya maupun ilmu pengetahuan dan disiplin ilmu yang berkaitan serta berhubungan dengan kedua ranah wilayah kajian tersebut.

Panggung memiliki visi dan misi mengembangkan seni dan budaya lokal-tradisi, sekaligus memperhatikan masalah dinamika seni dan budaya mutakhir (kontemporer) yang berlangsung di tengah-tengah komunitas tradisi maupun kosmopolit.

Pelindung:

KETUA SEKOLAH TINGGI SENI INDONESIA
(STSI) BANDUNG

Ketua Dewan Penyunting:

ANIS SUJANA

Anggota Dewan Penyunting:

ENDANG CATURWATI

DENI HERMAWAN

F.X. WIDARYANTO

HERI HERDINI

SUHARNO

JAENI

Redaktur:

HUSEN HENDRIYANA

Desain Sampul:

VENY ANUGRAH AKAL

Tata Letak:

IKHSAN PRATAMA

Penerjemah:

YUPI SUNDARI

Daftar Isi:

1. Kontribusi Seni Peran Fotograf pada Kampanye Anti-rokok melalui Perancangan Media Hiburan Fotonovela oleh **Ida Nurhaida ...** (hal. 110 - 123)
2. Wayang Orang Bharata Jakarta di Era Globalisasi oleh **Hersapandi ...** (hal. 124 - 137)
3. The Influence of Political, Social, and Economic Developments on Barongan of Blora from 1964-2009 oleh **Slamet MD...** (hal. 138 - 150)
4. Makna Simbolik Koreografer Tari Maengket di Minahasa Sulawesi Utara oleh **Sri Sunarmi ...** (hal. 151 - 173)
5. Format Pertunjukan Cerita Wayang untuk Dalang Anak oleh **Junaidi ...** (hal. 174 - 185)
6. Perbandingan Konsep Garap Estetik Sajian Pertunjukkan Tiga Tokoh Dalang Jawa Barat oleh **Cahya...** (hal. 186 - 200)
7. Realitas Sosial dalam Teater Musikal 'Loss' oleh **Yadi Mulyadi ...** (hal. 201 - 211)
8. Pentingnya Penyempurnaan Lambang Notasi Karawitan Sunda di Kancah Globalisasi Ilmu Pengetahuan dan Budaya oleh **Dody Satya Ekagustdiman ...** (hal. 212 - 221)
9. Intrepetasi Semiotik terhadap Wawancara Prabu Kean Santang Aji oleh **Dedi Koswara ...** (hal. 222 - 242)

Alamat Redaksi:

SEKOLAH TINGGI SENI INDONESIA
Jalan Buahbatu No. 212 Bandung 40265
Telepon 022-7314982; Faks. 022-7303021
E-mail: panggung@stsi-bdg.ac.id /
redaksi.panggung@gmail.com

Wayang Orang Bharata Jakarta di Era Globalisasi

Hersapandi
 Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta
 Jalan Parangtritis KM 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta

ABSTRACT

The Wayang Orang Bharata is a group of commercial traditional performing art which is alive and developed in metropolitan city, Jakarta. The beauty quality of the 'star' (read: dancer role), expression symbols and aesthetic values are enthusiasm of audiences to watch the performance. The low interest of Audiences is a management disability form in accommodating the needs of aesthetic taste and audience's fascination. It means that a commercial art show must have determinant idol figures.

Keywords: Wayang Orang, star of dancer, commercial, globalization

Pendahuluan

Wayang Orang adalah personifikasi wayang kulit yang dimainkan oleh manusia sebagai boneka wayang, yang ceritanya diambil dari Epos Ramayana dan Mahabharata. *Genre* ini semula berkembang dari seni istana sebagai bagian dari regalia elit atau raja dan bangsawan, kemudian menjadi seni komersial sebagai bagian dari gaya hidup rekreatif masyarakat urban (Hersapandi, 1999). Gejala perkembangan Wayang Orang Panggung Komersial sebenarnya dilatar-belakangi oleh perubahan sosial sebagai akibat dari kebijakan pemerintah kolonial Belanda pada tahun 1870 yang mengeluarkan sebuah peraturan yang bernuansa liberal, yaitu mengizinkan siapa saja untuk melakukan berbagai usaha secara bebas di Hindia Belanda (baca: Indonesia) (Soedarsono, 2003: 110). Menurut pendapat Brandon, Wa-

yang Orang Komersial mengalami puncak perkembangan pada tahun 1960-an, yang ketika itu terdapat 30 grup besar yang mengadakan pentas di kota-kota besar di Jawa (Brandon, 1967: 173).

Di Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia dan pusat ekonomi nasional, tampaknya pada tahun 1960-an sampai tahun 1970-an mendorong munculnya grup Wayang Orang Komersial yang ketika itu sampai delapan grup, baik menggunakan gedung permanen maupun gedung semi permanen yang berkeliling dari satu tempat ke tempat lain di Jakarta. Kedelapan rombongan itu, antara lain: (1) Wayang Orang 'Sri Sabdo Utomo', semula bermain di gedung 'Ratna' Pasar Rumput dan kemudian pindah ke Gedung Bioskop 'Rahayu' (Roxy); (2) Wayang Orang 'Ngesti Widodo', menggunakan Gedung

'Arjuna' dekat Terminal 'Kampung Melayu'; (3) Wayang Orang 'Ngesti Budoyo', bertempat di Gedung STM Penerbangan, Kebayoran Baru; (4) Wayang Orang 'Adi Luhung', semula bertempat di Gedung 'Rex', Pasar Senen kemudian pindah ke Gedung STM Penerbangan, Kebayoran Baru; (5) Wayang Orang 'Cahya Kawedar', di daerah Koja, Tanjung Priok; (6) Wayang Orang 'Panca Murti', bertempat di Jalan Kalilio, Pasar Senen; (7) Wayang Orang 'Ngesti Widodo', bertempat di sebuah gedung dekat lokalisasi WTS Kramat Tunggak; dan (8) Wayang Orang Bharata, bertempat di Gedung 'Bharata', Jalan Kalilio, Pasar Senen. Ke enam perkumpulan yang disebutkan pertama, sekarang sudah tidak aktif lagi, hanya tinggal Wayang Orang 'Ngesti Widodo' dan Wayang Orang 'Bharata' (Tirtokusumo, 1979: 20-21).

Perkembangan Wayang Orang Komersial, kemudian merosot tajam sejak pertengahan tahun 1960-an, yang disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu: (1) terpuruknya perkembangan ekonomi masyarakat, yang semula penghasilan cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan, sandang, dan papan, bahkan bisa disisihkan untuk rekreasi, menjadi menyusut sekali; (2) kehadiran bentuk hiburan bioskop dan kemudian televisi, sehingga pergelaran *Wayang Orang* yang menuntut biaya produksi yang tidak sedikit itu semakin memprihatinkan keadaannya (Soedarsono, 1999: 7). Penduduk Indonesia yang mempunyai penghasilan sangat rendah rata-rata per kapitanya, mereka lebih suka *nongkrong* di depan layar kaca televisi yang murah daripada menonton pertunjukan hidup yang harus membeli karcis, tampaknya ikut memperburuk krisis penonton Wayang Orang, bahkan banyak yang gulung tikar (Soedarsono, 2002: 108).

Sejalan dengan dinamika kehidupan dan perubahan gaya hidup masyarakat kota Jakarta sebagai dampak globalisasi, tampaknya hanya menyisakan grup Wayang Orang Bharata, itu pun dewasa ini hanya main pada setiap Sabtu malam. Kebijakan pentas seminggu sekali merupakan kompromi antara Dinas Kebudayaan DKI Jakarta yang memberikan subsidi sebesar Rp. 5 juta/pentas dengan grup Wayang Orang Bharata dengan harapan grup kesenian tradisional ini tetap mampu bertahan, meskipun disadari bahwa subsidi dan jumlah tiket yang terjual tidak mencukupi untuk keperluan seluruh biaya produksi (Wawancara dengan Sumarsam selaku pimpinan Wayang Orang Bharata tanggal 12 Juli 2010). Penerapan manajemen ini jelas tidak akan menjawab permasalahan Wayang Orang Bharata agar mampu bersaing dengan jenis tontonan populer yang hidup dan berkembang di kota metropolitan Jakarta. Oleh karena itu, perlu memahami konsep seni pop yang ditujukan untuk memberi hiburan kepada masyarakat urban. Estetika pop mengandaikan erosi dari sebuah hierarki mapan sebelumnya tentang *subject matter*, dan ekspansi dari kerangka referensi seni berbagai elemen di luar peringkatnya, seperti teknologi, *kitsch*, dan humor (Hikmat Budiman, 1997: 160).

Elemen teknologi adalah bentuk inovasi terhadap sistem pemanggungan wayang orang panggung komersial. Inovasi teknologi memiliki nilai strategi dalam merekayasa garap tata rupa pentas yang mampu memberi kekuatan imajinasi teatral yang dibutuhkan dalam setiap adegan. Menurut Umar Kayam, sebuah seni kemasan (*kitsch*) untuk penonton dari masyarakat urban harus senantiasa digarap secara apik, inovatif, *glamour* dan

spektakuler (Umar Kayam, 1983: 134). Garapan yang apik terkait dengan keseluruhan aspek pendukung seni pertunjukan Wayang Orang, terutama garapan artistik berupa koreografi dan *setting* panggung yang didukung oleh kualitas aktor yang mampu menjadi daya tarik penonton. Inovatif terkait dengan teknologi yang mampu memberikan sentuhan estetis dari sebuah pertunjukan, sehingga pertunjukkan itu mampu memberi hiburan segar penonton. *Glamour* adalah kesan yang ditangkap penonton yang mendalam tentang suasana gemerlapan, gebyar, wah, dan megah. Kesan ini dapat ditampilkan lewat penampilan aktor dengan rias dan busana, lewat dukungan tata cahaya dan tata panggung. Spektakuler adalah suatu sajian yang menarik perhatian atau mencolok mata, sehingga pertunjukan itu menjadi luar biasa dan mengagumkan penonton. Konsep seni *kitsch* atau kemas sebagai suatu kebutuhan ukuran estetis penonton tentu setiap saat memerlukan sentuhan kreativitas agar pertunjukan tetap dinamis dan menarik. Hal ini tentu harus dibarengi dengan sistem manajemen profesional, terutama ketersediaan gedung pertunjukan yang representatif dengan fasilitas perlengkapan panggung modern dan sistem pemasaran untuk membangun opini publik. Elemen humor dalam seni pop yang berbentuk Wayang Orang panggung tampaknya hanya sebatas pada adegan Limbuk-Cangik dan *punakawan* Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong, sedang adegan di luar itu dianggap tidak etis dan normatif dalam struktur sosial masyarakat pewayangan. Oleh karena itu, ketika semua adegan akan dihumorkan tentu berdampak pada kualitas pesan-pesan moral sebab seni tradisi dalam pencarian nilai-nilai batin dan intelektual.

Hadirnya penari *rol* atau pemain bintang dalam pertunjukan komersial merupakan daya tarik penonton yang menjadi faktor penentu. Seperti dikemukakan oleh Stephen Langley, bahwa sebuah pertunjukan komersial memerlukan seorang pemain bintang untuk mendapatkan pemasukan penghasilan (Langley, 1974: 116). Hal ini didukung oleh pendapat Tobie S. Stein dan Jessica Bathurst, keputusan penggunaan bintang dalam sebuah produksi dapat membuat kita mudah untuk mengumpulkan uang dan menjual karcis pertunjukan itu (Stein and Bathurst, 2008: 110). Dalam seni film, kekuatan dan kekayaan '*entertainment*' industri film rupanya terletak pada mata rantai struktural ialah terbit dari kekuatan dan kekayaan 'bintang' (Huaco, 1970: 551). Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran pemain bintang mutlak diperlukan agar pertunjukan itu dipadati penonton dan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan tiket. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa fenomena krisis penonton dalam pertunjukan Wayang Orang Bharata Jakarta faktor penentunya adalah ketidakhadiran penari *rol* atau pemain bintang yang menjadi faktor penyihir daya daya tarik penonton.

Masyarakat sebagai basis sosial Wayang Orang Bharata tentu memiliki peran strategis dalam upaya pelestarian, terutama dalam upaya pengembangan, konservasi dan asas manfaat bagi masyarakat pendukungnya dalam kaitannya dengan produk kearifan lokal. Politik kesenian pemerintah merupakan aspek penting yang tidak dapat diabaikan dalam konteks pelestarian kesenian tradisi. Dengan demikian peran masyarakat dan pemerintah merupakan aspek dinamis dalam menentukan kebijakan pasar. Keberhasilan Teater Kabuki di Jepang karena ada du-

kungan nyata dari masyarakat dan pemerintah dalam menentukan tingkat apresiasi pasar konsumen kesenian tradisional.

Dalam menjawab permasalahan Wayang Orang Bharata dalam kehidupan kota metropolitan Jakarta, maka pengamatan di lapangan dan wawancara dengan narasumber, baik pengelola Wayang Orang Bharata maupun penonton menjadi penting untuk mendapatkan data-data primer tentang kondisi Wayang Orang Bharata yang secara reguler dipentaskan pada setiap hari Sabtu malam. Meningkatnya animo penonton dengan harga tiket Rp 30.000,00 (balkon), Rp 40.000,00 (kelas II), dan Rp 50.000,00 (kelas I), atau pentas acara khusus dengan harga tiket Rp 50.000,00 (kelas balkon), Rp 75.000,00 (kelas II), dan Rp 100.000,00 (kelas I), merupakan bagian dari upaya peningkatan manajemen yang didampingi oleh Yayasan Bharata - organisasi nirlaba yang didirikan oleh para pengusaha di Jakarta dan kota lain di Indonesia. Bantuan berupa fasilitas pertunjukan dengan merenovasi dan menambah perlengkapan pertunjukan seperti *sound system* dan lampu adalah wujud kepedulian masyarakat sebagai basis sosialnya. Berikut ini kutipan tentang peran perusahaan dalam kaitannya dengan upaya pelestarian Wayang Orang Bharata:

Bertepatan dengan ulang tahun Wayang Orang Bharata tersebut, dikatakan *Marketing Director* PT Heinz ABC Indonesia Iriana E Muadz, sebagai bentuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah memberikan kontribusi renovasi frame panggung. "Ini bentuk pelestarian budaya dalam program CSR kami. Kesenian wayang ini bagian dari keragaman budaya yang harus dilestarikan. Dari sisi keragaman budaya itu, pebisnis mendapat inspirasi untuk inovasi produk, tutur Iriana. (<http://www.kompas.cpm/read/xml/2008/06/00302991/wayang.orang.bharata.tetap.eksis.di.masa.krisis>).

Data primer ini yang diperoleh melalui pengamatan di lapangan dan wawancara dengan nara sumber, baik dari kalangan pimpinan, penari, dan anak wayang lainnya atau dengan penonton dicoba dielaborasi dengan data sekunder dari referensi tentang seni tradisi, seni *kitsch* dan seni pop. Evaluasi dan analisis data, kemudian diinterpretasikan guna memecahkan masalah, sehingga solusi atau temuan penulisan ini diharapkan dapat direkomendasikan untuk diaplikasikan dalam kebijakan manajemen Wayang Orang Bharata agar menjadi tontonan seni tradisi pop masa kini dan masa depan. Yakni, solusi atau sintesis yang merupakan dialektika antara seni tradisi (baca Wayang Orang Bharata) dengan seni pop sebagai ukuran estetis dan kebutuhan spirit zamannya.

Latar Belakang Wayang Orang Bharata Jakarta

Wayang Orang Bharata adalah grup kesenian tradisional yang bersifat komersial. Tata letak gedung pertunjukan Wayang Orang di RT.13/RW. 04 Kelurahan Senen, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, tepatnya jalan Kalilio No. 15 yang bersebelahan dengan pusat perbelanjaan Senen Plaza, merupakan daerah yang strategis untuk bisnis seni pertunjukan. Grup kesenian tradisional ini tampaknya mengalami kemunduran yang ditandai adanya krisis penonton. Berbagai upaya untuk membangkitkan grup komersial ini tampaknya belum mencapai hasil yang optimal. Salah satu implementasi pembinaan kesenian tradisional adalah pembentukan kepengurusan Wayang Orang Bharata pada tahun 1972-1976, yang dipimpin oleh Djadug Djajakusuma dan Sumantri (Hersapandi,

kungan nyata dari masyarakat dan pemerintah dalam menentukan tingkat apresiasi pasar konsumen kesenian tradisional.

Dalam menjawab permasalahan Wayang Orang Bharata dalam kehidupan kota metropolitan Jakarta, maka pengamatan di lapangan dan wawancara dengan narasumber, baik pengelola Wayang Orang Bharata maupun penonton menjadi penting untuk mendapatkan data-data primer tentang kondisi Wayang Orang Bharata yang secara reguler dipentaskan pada setiap hari Sabtu malam. Meningkatnya animo penonton dengan harga tiket Rp 30.000,00 (balkon), Rp 40.000,00 (kelas II), dan Rp 50.000,00 (kelas I), atau pentas acara khusus dengan harga tiket Rp 50.000,00 (kelas balkon), Rp 75.000,00 (kelas II), dan Rp 100.000,00 (kelas I), merupakan bagian dari upaya peningkatan manajemen yang didampingi oleh Yayasan Bharata - organisasi nirlaba yang didirikan oleh para pengusaha di Jakarta dan kota lain di Indonesia. Bantuan berupa fasilitas pertunjukan dengan merenovasi dan menambah perlengkapan pertunjukan seperti *sound system* dan lampu adalah wujud kepedulian masyarakat sebagai basis sosialnya. Berikut ini kutipan tentang peran perusahaan dalam kaitannya dengan upaya pelestarian Wayang Orang Bharata:

Bertepatan dengan ulang tahun Wayang Orang Bharata tersebut, dikatakan *Marketing Director* PT Heinz ABC Indonesia Iriana E Muadz, sebagai bentuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah memberikan kontribusi renovasi frame panggung. "Ini bentuk pelestarian budaya dalam program CSR kami. Kesenian wayang ini bagian dari keragaman budaya yang harus dilestarikan. Dari sisi keragaman budaya itu, pebisnis mendapat inspirasi untuk inovasi produk, tutur Iriana. (<http://www.kompas.cpm/read/xml/2008/06/00302991/wayang.orang.bharata.tetap.eksis.di.masa.krisis>).

Data primer ini yang diperoleh melalui pengamatan di lapangan dan wawancara dengan nara sumber, baik dari kalangan pimpinan, penari, dan anak wayang lainnya atau dengan penonton dicoba dielaborasi dengan data sekunder dari referensi tentang seni tradisi, seni *kitsch* dan seni pop. Evaluasi dan analisis data, kemudian diinterpretasikan guna memecahkan masalah, sehingga solusi atau temuan penulisan ini diharapkan dapat direkomendasikan untuk diaplikasikan dalam kebijakan manajemen Wayang Orang Bharata agar menjadi tontonan seni tradisi pop masa kini dan masa depan. Yakni, solusi atau sintesis yang merupakan dialektika antara seni tradisi (baca Wayang Orang Bharata) dengan seni pop sebagai ukuran estetis dan kebutuhan spirit zamannya.

Latar Belakang Wayang Orang Bharata Jakarta

Wayang Orang Bharata adalah grup kesenian tradisional yang bersifat komersial. Tata letak gedung pertunjukan Wayang Orang di RT.13/RW. 04 Kelurahan Senen, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, tepatnya jalan Kalilio No. 15 yang bersebelahan dengan pusat perbelanjaan Senen Plaza, merupakan daerah yang strategis untuk bisnis seni pertunjukan. Grup kesenian tradisional ini tampaknya mengalami kemunduran yang ditandai adanya krisis penonton. Berbagai upaya untuk membangkitkan grup komersial ini tampaknya belum mencapai hasil yang optimal. Salah satu implementasi pembinaan kesenian tradisional adalah pembentukan kepengurusan Wayang Orang Bharata pada tahun 1972-1976, yang dipimpin oleh Djadug Djajakusuma dan Sumantri (Hersapandi,

1998: 113, Monica Udi Mastuti, 2001). Hal ini didukung pendapat Soedarsono, bahwa pembentukan ini direalisasikan oleh Dinas Kebudayaan DKI Jakarta dengan seijin Gubernur DKI Jakarta, yang menunjuk langsung Djaduk Djajakusuma salah seorang anggota Dewan Kesenian Jakarta (Soedarsono, 2002: 108). Pembinaan yang diprioritaskan dalam periode kepemimpinan Djaduk Djajakusuma adalah pada permasalahan manajemen, Sumber Daya Manusia, dan kualitas bentuk penyajian dengan mempertimbangkan selera dan kebutuhan semangat zamannya.

Kondisi internal yang menyangkut permasalahan manajemen, kualitas sumber daya manusia, kualitas mental seniman pendukungnya, kualitas bentuk penyajian, dan honorarium seniman atau pekerja di belakang panggung, merupakan masalah mendasar yang bersifat struktural organisasi kesenian tradisional. Komitmen pembinaan tampaknya sudah dilaksanakan secara optimal, namun belum mampu menarik minat penonton.

Pada tahun 1992 seorang wanita pemerhati Wayang Orang Bharata yaitu Ir. Laksmi G. Hadi dipercaya menjadi Ketua Harian Yayasan Bharata dan selama periode kepemimpinannya mengalami kemajuan yang cukup berarti, hanya saja kemudian muncul masalah keuangan yang sulit dipertanggungjawabkan, yang menyebabkan Laksmi G. Hadi harus keluar. Untuk mengantisipasi kemacetan organisasi, maka dibentuk Dewan Sembilan yang berkewajiban melaksanakan tugas-tugas harian sebelum pengurus definitif terbentuk. Pada tahun 1997 Yayasan Bharata berhasil membentuk kepengurusan yang baru yang diketuai oleh Drs. Suparmo dengan dibantu oleh Pia F. Megananda dan Adji Damais. Kebijakan baru yayasan ialah

pengangkatan Kastono salah satu anggota Dewan Sembilan menduduki jabatan pimpinan Wayang Orang Bharata yang bertanggungjawab mengelola organisasi dan keuangan.

Di balik problematika internal organisasi itu, sebenarnya grup Wayang Orang satu-satunya di Jakarta ini cukup menikmati berbagai kesempatan untuk mengikuti pentas di luar negeri, misalnya pada tahun 1985 Wayang Orang Bharata pernah diundang sebagai tamu kehormatan dalam acara Festival Pantomim di Jerman yang dipimpin oleh Mayjen Soedarmo Djajadiwangsa, kemudian pada tanggal 18- 25 Mei 1993 sebagai utusan pemerintah Indonesia pada Festival Internasional 'The 5th International Theatre of Festival of Istanbul', kemudian pada tanggal 5 Maret 1999 berpartisipasi dalam pembukaan acara 'World Music Theatre Festival' di Amsterdam di bawah pimpinan rombongan Farida Oetoyo dengan melibatkan 27 orang seniman tari dan karawitan. Kesempatan ke luar negeri ini sudah barang tentu akan menambah spirit kerja para senimannya. Namun sekembali dari misi luar negeri tampaknya spirit ini belum mampu mengangkat citra Wayang Orang Bharata sebagai alternatif tontonan untuk massa urban Kota Jakarta.

Pada kondisi seperti ini, maka wajar jika para seniman *Bharata* mencoba mencari peluang bermain di luar pentas rutin dengan harapan dapat memperoleh uang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari keluarganya. Di samping itu, sebagian dari para seniman Wayang Orang Bharata pada pagi dan siang atau sore hari mencari tambahan penghasilan dengan memberi kursus atau privat tari atau pekerjaan lain yang mampu mereka lakukan. Perjuangan dan kepasrahan terhadap nasib

mewarnai kehidupan para anak wayang yang mencoba menjaga kelestarian warisan kesenian tradisional nenek moyang. Hal yang patut disyukuri ialah umumnya mereka sudah mempunyai rumah tinggal di kompleks 'Padepokan Bharata' di daerah Sunter Jakarta Utara, yang diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta Wiyogo Atmodarminto pada tahun 1983. Fasilitas yang berupa kredit perumahan dari Bank Tabungan Negara terdiri dari 68 unit dan satu aula ini atas jasa Mangun Rahardja seorang pengusaha dan sahabat dari Mayor Jenderal Soedarmo Djajadiwangsa. Di 'Padepokan Bharata' ini mereka menikmati kerasnya kehidupan di kota metropolitan Jakarta dengan tetap setia mengabdikan pada kesenian tradisional Wayang Orang.

Komunitas seniman Wayang Orang Bharata dewasa ini sudah memasuki pada generasi ketiga sejak tahun 1972. Anak-anak seniman generasi pertama memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi, ada di antara anak mereka yang sudah menjadi sarjana dan bekerja di bidang lain yang jumlahnya relatif sedikit, sebagian dari anak mereka yang jumlah cukup banyak mengikuti jejak orang tuanya yaitu menjadi seniman Wayang Orang. Alih generasi ini memiliki arti strategis dalam upaya pelestarian dan pengembangan Wayang Orang di masa depan, terutama mempersiapkan mereka agar menjadi seniman Wayang Orang yang handal dan menguasai bidangnya. Hal ini jelas membutuhkan sumberdana untuk program kegiatan pendidikan dan pembinaan pemain Wayang Orang sejak dini. Problematik alih generasi ini tampaknya tidak disertai penari *rol* sebagai pemain bintang yang menjadi daya tarik dan sihir penonton.

Di luar masalah kualitas artistik, tampaknya domain pemain (baca: penari *rol*

atau pemain bintang) dan penonton merupakan dualitas yang bersifat dialektik dalam sebuah seni pertunjukan. Dua domain ini merupakan bagian penting dari sebuah seni pertunjukan tari yang bersifat multilapis, yaitu ada pemain, koreografer, penata rias dan busana, penata musik iringan, penata panggung, penata *lighting*, penata *sound system*, *stage manager*, penonton, publisitas, penyandang dana, dan sebagainya (Soedarsono, 2009: 13). Domain pemain yang disebut dengan penari *rol* atau pemain bintang dalam Wayang Orang Bharata, tampaknya mengalami kendala permasalahan transmisi aktor dari generasi Kies Slamet dan Aries Munandar yang populer tahun 1960-an sampai tahun 1990-an ke generasi Nanang Ruswandi dan Kentus Teguh Amprianto yang populer tahun 1990-an sampai sekarang. Permasalahan yang dihadapi Nanang dan Kentus memiliki kualitas yang berbeda dengan penari *rol* seniornya, yakni dominasi budaya massa atau seni pop yang menjadi gaya hidup rekreatif masyarakat urban kota metropolitan Jakarta.

Wayang Orang Bharata dalam Kehidupan Global

Kita sekarang sedang membangun suatu bangsa yang sudah kita sepakati bernama Indonesia. Hal ini berarti kita sedang membangun suatu kebudayaan yang bernama Indonesia. Menghadapi masalah semacam ini kita suka khawatir akan hilangnya kebudayaan daerah, dan kemudian mengembangkan sikap kedaerahan yang sempit-mempertahankan kebudayaan daerah dan bahkan beranggapan bahwa hanya kebudayaan daerah sendirilah yang paling luhur. Kita khawatir bahwa kebudayaan yang luhur itu nantinya lenyap dalam proses pembangunan kebudayaan

Indonesia (Damono, 1997: 3-4). Kekhawatiran ini tampaknya diperkuat oleh pengaruh kebudayaan global yang diusung oleh sistem kapitalis dengan doktrin '*structure adjustment capitalism*' yakni doktrin yang menerapkan sebuah ideologi bahwa semua wilayah dominasi bisnisnya harus mengikuti struktur aturan kapitalis yang bersifat *no tradition, no subsidy, dan no government*. Kebijakan ini tentu sangat merugikan keberadaan Wayang Orang Bharata sebagai seni pertunjukan komersial yang hidupnya sangat tergantung dari pasar (penonton). Oleh karena itu, pengaruh gaya hidup global di kota metropolitan Jakarta layak dipertanyakan sebagai penyebab kemunduran Wayang Orang Bharata. Hal ini tentu terkait dengan karakter masyarakat urban, bukan hanya merupakan massa industri, tetapi massa yang bersifat lebih cair dan terbaaur, seperti kutipan berikut

Globalisasi didefinisikan sebagai intensifikasi relasi sosial sedunia yang menghubungkan lokalitas yang saling berjauhan sedemikian rupa sehingga sejumlah peristiwa sosial yang dibentuk oleh peristiwa yang terjadi pada jarak bermil-mil dan begitu pula sebaliknya. Ini adalah suatu proses dialektis karena peristiwa lokal mungkin bergerak ke depan dari relasi berjarak yang membentuk mereka. Transformasi lokal adalah bagian dari globalisasi sebagai perluasan secara lateral kaitan sosial di berbagai ruang dan waktu. Jadi siapa pun yang mengkaji kota-kota di zaman ini, di belahan bumi mana pun, sadar bahwa yang terjadi di lingkungan lokal tampaknya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pasar uang dan komoditas dunia yang beroperasi dari jarak yang terhitung dari lingkungan lokal itu sendiri (Giddens, 2005: 84-85)

Apa yang dikemukakan Giddens ini tampaknya Wayang Orang Bharata belum siap menghadapi tantangan budaya

global yakni 'budaya massa' yang sedang mencengkeram budaya nasional dan lokal, sehingga budaya nasional atau lokal mengalami pergeseran penikmatnya.

Menurut Irwan Abdullah, bahwa sistem nilai tradisional mulai digantikan oleh sistem nilai modern dengan logika berpikir yang berbeda, sehingga sistem referensi tidak lagi berkiblat pada tradisi. Tradisi dalam TV menjadi komoditi yang estetis, sehingga etika suatu tradisi tidak tergambarkan dan wayang dipahami sebagai hiburan atau sebagai *emancipatory politic* orang modern (yang dulunya *ndesa*), yang menghilangkan nilai filosofis dan etika suatu tradisi (Abdullah, 2006: 58-59). Akibatnya, wayang tidak lagi menjadi acuan normatif masyarakat urban kota sebagai dampak kebudayaan global. Di samping itu, penerapan ekonomi pasar oleh negara tentu sangat tidak menguntungkan bagi kehidupan seni tradisi. Oleh karena itu, diperlukan suatu kebijakan publik oleh negara yang memberikan perlindungan terhadap kehidupan seni pertunjukan, termasuk grup Wayang Orang Bharata Jakarta. Di Amerika Serikat, perusahaan-perusahaan besar tidak membayar pajak penghasilan kepada negara karena nilai nominal pajak itu dikompensasikan untuk mendanai kepentingan kegiatan kebudayaan dan kesenian. Dalam penyaluran dana itu biasanya dilakukan lewat suatu yayasan yang didirikan oleh perusahaan yang bersangkutan, misalnya '*The Ford Foundation*' atau '*The National Endowment for the Arts*'. Pada tahun 1963 *The New York City Ballet* (NYCB) menerima bantuan dari '*The Ford Foundation*' sebesar 200.000 dolar setiap tahunnya untuk jangka waktu sepuluh tahun (Soedarsono, 2003: 340).

Pusat-pusat urban di Indonesia bukan hanya terbentuk oleh dinamika-dina-

mika industri budaya massa yang sedang menggurita yang siap menghilangkan industri seni tradisional, tetapi juga dinamika birokrasi pemerintah dan unsur-unsur non industri yang dengan latah termakan ikon-ikon iklan yang menawarkan nilai-nilai baru. Semua bentuk ungkapan kebudayaan di dalam masyarakat, apakah itu merupakan orientasi artistik atau nilai, bersifat peralihan, berkompromi, *mestizo*, dan akan tetap bertahan untuk waktu yang lama, yaitu suatu kebudayaan yang harus mengekspresikan lewat segala macam cara dan media (Abdullah, 2006: 33). Dalam konteks Wayang Orang Bharata sebagai seni tradisi pop tentu harus mempertimbangkan konsep seni pop sebagai acuan normatif penonton masa kini. Menurut Daniel Bell mengutip kalimat Suzi Balik, bahwa estetika pop mengandaikan erosi dari sebuah hierarki mapan sebelumnya tentang *subject matter*, dan ekspansi dari kerangka referensi di luar peringkatnya, seperti teknologi, *kitsch*, dan humor (Hikmat Budiman, 1997: 160). Ketiga elemen ini merupakan rumusan konsep estetis seni pop sebagai ukuran estetis dan kebutuhan hiburan penonton masa kini.

Proses dialektika budaya ini membawa konsekuensi logis, bahwa seni tradisional bukan lagi merupakan 'seni masyarakat' atau dalam konsep antropologi J. Maquet disebut '*art by destination*', tetapi menjadi 'seni yang dijajakan' atau *art of aculturation*, atau *pseudo-traditional art* (Soedarsono, 1999: 3). Sejalan dengan konsep ini, maka pada hakekatnya keberadaan wayang orang di Jakarta adalah sebagai bentuk 'seni tradisional yang dijajakan' untuk hiburan masyarakat urban. Oleh karena itu, harus mengacu pada konsep seni *kitsch* yang secara filosofis harus memuaskan selera popular orang banyak dan senan-

tiasa memberi jawaban terhadap apa yang disebut sebagai 'tuntutan zaman', yaitu seni selalu berusaha untuk tampil apik, inovatif, spektakuler, dan gemerlapan (Kayam, 1981: 131). Memang diakui, bahwa konsep kemasan Umar Kayam ini tidak dapat menjamin suatu keberhasilan usaha komersial seni pertunjukan. Tuntutan seni *kitsch* tampaknya memerlukan suatu faktor penentu yang menjadi ikon daya tarik penonton, yaitu hadirnya penari *rol* (Wayang Orang) atau pemain bintang yang mampu menyihir penonton. Hal ini tampaknya berlaku untuk pertunjukan Tari Balet, Teater Kabuki, film, dan juga untuk olah raga sepak bola yang pemain bintang memiliki nilai transfer yang luar biasa.

Pengalaman estetis dan imajinatif merupakan tujuan yang dicapai dalam menggunakan media rekreasi. Dengan demikian pola rekreasi dapat dibedakan dari tujuan yang ingin dicapai oleh khlayak, sehingga pasokan produk budaya pun dapat diklasifikasikan atas dasar kecenderungan konsumennya. Secara umum tujuan yang ingin dicapai adalah kesenangan, karena setiap media rekreasi yang menggunakan produk budaya semacam ini akan menyentuh dunia subjektif khlayak yang bersifat efektif. Fungsi rekreatif dari media ini membedakan dengan media massa yang dimaksudkan sebagai media sosial (Kuntowijoyo, 1997: 19). Dengan melihat kecenderungan yang berasal dari nilai dan faktor sosial khlayak, dan dorongan psikologis untuk mendapatkan satisfaksi dapat dikembangkan perspektif dalam menghadapi media rekreasi dalam masyarakat. Interrelasi media rekreasi kiranya akan membentuk persaingan untuk membentuk citra dan merebut hati minat penonton. Motif individual ini secara kumulatif biasa disebut sebagai faktor psiko-

logis dan sosiografis khalayak media. Oleh karena itu, keberadaan media rekreasi secara struktural dapat dibicarakan melalui pendekatan kedudukan pelaku, yaitu konsumen dan produsen. Pola rekreasi pada dasarnya bermula dari karakteristik sosial yang menjadi latar kehidupan sosial, seperti dikotomi kehidupan tradisional dan modern yang menempatkan masing-masing membentuk peran dan kedudukan di dalamnya (Kuntowijoyo, 1997: 22).

Secara paradoksal, dalam proses integrasi dan modernisasi, kehadiran seni tradisional dapat menjadi juru bicara ketika terjadi dialektika budaya antara unsur-unsur lama dengan unsur-unsur baru (Kayan, 1981: 66). Secara interkontekstual keberadaan Wayang Orang Bharata tidak terlepas dari keterkaitan dengan berbagai kepentingan seperti identitas budaya, komunikasi, solidaritas sosial, dan ekonomi. Keempat kepentingan ini pada hakekatnya merupakan unsur perekat seni tradisional itu masih menjadi bagian gaya hidup masyarakat urban kota metropolitan Jakarta. Wayang Orang Bharata, fungsinya hanya untuk memperkuat identitas orang Jawa yang masih mencari Jawa, atau ada golongan tertentu mencari sesuatu yang berhubungan dengan tanah leluhurnya (Jawa), mengajak anak-anaknya menonton kesenian-kesenian Jawa. Dalam setiap pemertasan acara tradisional, sebagian besar penonton yang datang 'bawaan' keluarga Jawa (Agus MD, dalam Femina, 1997: 88). Fenomena ini menunjukkan adanya kepentingan identitas budaya, komunikasi dan solidaritas sosial. Namun demikian adanya keterbatasan pengetahuan dan pergeseran tata nilai tradisi yang ada dalam Wayang Orang, maka tidak mengherankan apabila komunitas orang Jawa mulai meninggalkan Wayang Orang yang

sarat dengan sistem nilai etika kehidupan berbangsa dan bernegara. Jalan keluarnya adalah adanya keberpihakan pemerintahan daerah untuk menyelamatkan seni tradisi dengan subsidi yang proposional agar kita tidak kehilangan identitas budaya sebagai unsur pembentuk kepribadian bangsa.

Dalam memahami kehidupan Wayang Orang di kota metropolitan Jakarta yang penuh dengan perubahan, tampaknya pandangan antropolog Kaplan dan Manners tentang pendekatan atau orientasi ekologi budaya yang dikenal sebagai kelompok evolusionis-budaya (Kaplan dan Manners, 1999: 102), dapat digunakan sebagai acuan teoritis yang relevan untuk menganalisis semua permasalahan mengenai Wayang Orang dan publiknya serta sikap negara. Kita dapat menulis sesuatu yang 'ekologis' meskipun tidak menggunakan kerangka pemikiran evolusioner secara eksplisit. Atau sebaliknya, menulis sesuatu yang 'evolusionis kultural' tanpa secara eksplisit menggunakan ekologi sebagai alat analisis (*ibid.*). Suatu ciri dalam ekologi budaya ialah perhatian mengenai adaptasi pada dua tataran: (1) cara sistem budaya yang beradaptasi terhadap lingkungan totalnya; (2) sebagai konsekuensi adaptasi sistemik itu perhatian terhadap cara institusi-institusi dalam suatu budaya beradaptasi atau saling menyesuaikan diri. Ekologi budaya menyatakan, bahwa dipentingkannya proses-proses adaptasi akan memungkinkan kita melihat cara kemunculannya, pemeliharaan dan transformasi berbagai konfigurasi budaya (*ibid.*)

Dalam dimensi kota metropolitan Jakarta yang menuju taraf 'modern' di sebuah negara yang sedang berkembang, tampaknya dibutuhkan dua kondisi minimal seperti ditawarkan oleh David Apter

yaitu:

Pertama, satu sistem sosial yang akan mampu terus menerus mengadakan inovasi tanpa harus berantakan di tengah jalan. Ke dua, satu kerangka sosial yang dapat memberikan ketrampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk hidup dalam dunia kemajuan teknologi (*ibid.*, p. 67).

Jika sistem sosial yang dimaksud merupakan proses inovasi yang merang-kum dan mengembangkan unsur-unsur 'lama', maka mungkin sekali peranan seni tradisional itu adalah dalam 'keterlibatannya' ikut menciptakan infrastruktur untuk mendorong pencapaian kondisi minimal yang ditawarkan itu. Demikian juga bila kerangka sosial yang dimaksudkan adalah juga kerangka sosial untuk mengembangkan ketrampilan dan pengetahuan untuk kemajuan teknologi, maka mungkin sekali seni tradisional masih bisa 'ikut berbicara'. Dalam pemahaman lebih lanjut bila pergeseran masyarakat agraris-tradisional menuju menjadi suatu masyarakat yang bersifat industrial-modern, maka dikawatirkan cenderung mencairkan kemurnian seni tradisional tersebut menjadi seni *kitsch*, akan dapat berkembang dengan baik bila ada dialog yang memuaskan dengan unsur-unsur tradisional (*ibid.*).

Membangun opini publik tampaknya memegang peranan penting dalam manajemen pemasaran, terutama strategi pemasaran untuk sebuah pencitraan aktor yang menjadi ikon daya tarik penonton. Permasalahan manajemen wayang orang panggung komersial akan sangat tergantung dari perkembangan genre ini sebagai bentuk hiburan tradisional di kota. Dulu ketika para juragan Wayang Orang Panggung Komersial mengelola bisnis hiburan ini belum menghadapi perma-

salahan yang demikian kompleks. Sistem manajemennya bersifat kekeluargaan dari seorang juragan dengan menempatkan seniman dan pekerja seni lainnya menjadi buruh yang mendapat gaji disesuaikan dengan kategori tingkatan tanggung jawabnya, di samping bonus yang jumlahnya ditentukan oleh keinginan juragan. Sekarang zaman sudah berubah dan maju dengan berbagai alternatif jenis hiburan dan tayangan media audiovisual televisi yang semakin canggih dan mampu menjangkau sampai ke sudut-sudut kota dan pedesaan. Penonton ditawarkan banyak pilihan hiburan sesuai dengan selera dan kebutuhannya serta dimanjakan di depan televisi sambil makan dan minum dengan busana seadanya. Sementara pertunjukan Wayang Orang cenderung yang ditonton secara langsung dengan membayar harga tiket masuk tampaknya berjalan monoton dan tidak mengalami perubahan yang mendasar, sehingga kurang menarik generasi muda, akibatnya jenis hiburan ini semakin dijauhi penonton masyarakat urban yang berarti berdampak pada pemasukan keuangan pertunjukan. Kondisi demikian ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan organisasi komersial terutama menyangkut permasalahan distribusi uang untuk kepentingan membayar biaya produksi, mulai dari masalah gaji seniman sampai masalah biaya perawatan gedung pertunjukan.

Membangun citra positif pertunjukan Wayang Orang Panggung Komersial merupakan suatu keharusan jika jenis hiburan ini akan tetap hidup dan berkembang di tengah-tengah kehidupan global. Di sini dibutuhkan suatu komitmen bersama antara berbagai pihak yang terkait agar di masa depan kita tidak kehilangan karya monumental dari masa lampau

yang sangat dibanggakan dan menjadi acuan etika dan moral masyarakat. Dalam menghadapi dan memecahkan permasalahan kehidupan Wayang Orang Panggung Komersial dibutuhkan upaya penyesuaian manajemen profesional-modern. Berarti harus ada perubahan paradigma dalam mengelola Wayang Orang Panggung Komersial, termasuk perubahan etos kerja para seniman dan pekerja seni lainnya. Permasalahan sikap dan teknik seringkali diabaikan oleh para praktisi bisnis Wayang Orang Panggung Komersial, artinya bahwa sikap 80 % akan menentukan suatu keberhasilan kerja, sedang masalah teknik 20 % akan menentukan sesuatu itu berhasil. Meskipun seseorang memiliki kemampuan teknik atau penguasaan keahlian tertentu tanpa memiliki sikap yang baik terhadap keahliannya, niscaya keberhasilan relatif kecil. Bagaimana sikap kita sebagai seorang eksekutif untuk melakukan apa yang harus dilakukan secara prioritas dan efektif, atau bagaimana sikap seorang penari yang memiliki kemampuan teknik yang baik melakukan apa yang harus dilakukan.

Sebuah contoh yang baik adalah cara masyarakat Jepang modern memandang Teater Kabuki sebagai pusaka budaya tradisional Jepang yang harus dilindungi dan dilestarikan dalam kehidupan modern dewasa ini. Kita tidak perlu harus jadi negara modern dulu, baru kemudian menghargai keberadaan seni tradisinya, tetapi dengan perlindungan kita sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing kita genggam erat-erat Wayang Orang Bharata sebagai pusaka budaya warisan nenek moyang bangsa Indonesia yang multikultur dan multietnis. Rekomendasi UNESCO pada tahun 2005, yang mengakui Wayang Indonesia sebagai

Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity: atau karya agung budaya lisan warisan manusia, dapat dijadikan pijakan untuk mengaktualisasikan kembali nilai-nilai kearifan lokal. Oleh karena itu, nilai keutamaan wayang dapat kembali disosialisasikan ketika generasi muda dewasa ini yang sedang mengalami pergeseran tata nilai melalui peran aktif mereka sebagai pemilik dan pelaku seni tradisi di masa kini dan masa depan.

Di sini dibutuhkan peran negara sebagai pemilik kebijakan dengan politik kesenian yang berpihak pada sebuah tradisi, sehingga kebijakan politik kesenian ini akan berdampak pada keberpihakan masyarakat sebagai basis sosial dan pasar sebagai konsumen menjaga nilai-nilai tradisi itu. Konsep *new public service*, yaitu terdiri dari tiga komponen utama (*good governance*), yakni negara (pemerintah), *market* (pasar), dan masyarakat yang sering disebut sebagai *citizen*, tampaknya dapat menjadi acuan manajemen Wayang Orang Bharata dalam melayani jasa hiburan di era global. Kinerja birokrasi tentu menjadi efektif dan efisien jika ada dukungan dan keterlibatan para aktor dalam pengambilan dan pelaksanaan kekuasaan berdasarkan prinsip-prinsip tadi untuk mencapai tujuan organisasi (<http://www.analisa-daily.com/index.php?option=com>), termasuk dukungan penonton sebagai basis sosialnya.

Pusat-pusat urban di Indonesia bukan hanya terbentuk oleh dinamika industri, tetapi juga dinamika birokrasi pemerintah dan unsur non-industri lainnya. Semua bentuk ungkapan kebudayaan di dalam masyarakat, apakah itu merupakan orientasi artistik atau nilai, bersifat peralihan, berkompromi, *mestizo* (metabolisme), dan akan tetap bertahan untuk waktu yang

lama. Ia merupakan suatu kebudayaan yang harus mengekspresi lewat segala macam cara dan media (Kayam, 1997: 33). Kondisi latar belakang sosial budaya ini tampaknya menjadi sebuah permasalahan serius jika tidak dipahami sebagai sebuah perubahan kebudayaan. Dinamika kehidupan Wayang Orang Bharata di kota metropolitan Jakarta pada era globalisasi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peran masyarakat sebagai basis sosialnya. Fenomena popularitas 'Ketoprak Humor' yang disutradarai oleh Aries Munandar, penari *rol* Wayang Orang Bharata di zamannya, merupakan contoh keberhasilan seni *kitsch* yang mengandalkan teknologi dan kemasan humor. Seperti dikemukakan oleh Hikmat Budiman yang mengutip tulisan Dabiel Bell, bahwa estetika pop mengandaikan erosi dari sebuah hierarki mapan sebelumnya dan ekspansi dari kerangka referensi seni untuk mencakup berbagai elemen di luar peringkatnya, seperti teknologi, *kitsch*, dan humor (Hikmat Budiman, 1997: 160). Tiga elemen ini tampaknya merupakan ikon seni pop masa kini yaitu budaya tontonan yang belum berbasis penonton yang akan mencari masukan batin dan intelektual, tetapi penonton yang hanya mencari hiburan dan pretensius, yakni menyiratkan fragmentasi kognisi yang lamban, yang menyebabkan banyak orang Indonesia lebih memilih menerima narasi-narasi keluarga yang ngepop yang disuapkan berbagai media televisi ke dalam ruang pribadinya daripada harus keluar dan mencari tontonan yang bermutu (Jiwa Atmaja, 1997: 116). Dengan demikian kualitas penyajian Wayang Orang Bharata tentu sangat tergantung dari ukuran estetis dan kebutuhan hiburan penonton masa kini. Persamaan persepsi antara seniman dan penonton

merupakan pilihan untuk menjaga dinamika kehidupan seni tradisi sebagai warisan kearifan lokal.

Peran masyarakat dalam kaitannya dengan bagaimana perumusan kebijakan yang pro dengan hak-hak ekonomi, sosial, dan budaya, terutama menyangkut permasalahan dengan kemunduran Wayang Orang Bharata Jakarta. Faham ideologi kapitalis yang cenderung tidak mengakomodasikan nilai tradisional, nilai-nilai subsidi, dan legitimasi pemerintah disadari secara sistematis akan menggerogoti kehidupan nilai-nilai tradisional dan menggantikannya dengan nilai-nilai baru yang menjadi ideologi kapitalisme. Penciptaan dan pemeliharaan ruang sosial praktek kapitalisme dalam ekologi sosial global yang kompleks melahirkan suatu interaksi dari beberapa peranan sosial. Mengidentifikasi peran sosial secara kritis terhadap dominasi ideologi kapitalis global yang mampu meniadakan atau mengurangi peran masyarakat dalam kehidupan berkesenian adalah multikompleks yang sarat dengan kepentingan. Misalnya dalam persoalan sponsor seni pertunjukan yang mensyaratkan jumlah penonton tertentu yang secara matematis harus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Padahal persoalan krisis penonton adalah masalah pencitraan yang disebabkan oleh berbagai hal yang terkait dengan manajemen, terutama tidak hadirnya penari *rol* atau bintang panggung sebagai faktor determinan pertunjukan Wayang Orang Komersial (Hersapandi, 2011: 1).

Penutup

Gaya hidup masyarakat urban kota metropolitan Jakarta tentu ikut mempengaruhi pola pilihan jenis hiburan, sehingga fasilitas gedung, kenyamanan, dan

prestis menjadi ukuran mereka. *Spirit* sebuah sajian hiburan adalah kualitas keindahan dari sang 'bintang' (baca: penari rol), yang mengekspresikan simbol dan nilai estetis yang dibutuhkan oleh semua manusia. Dualitas penari rol atau pemain bintang dan penonton bersifat dialektik yang cenderung memberi kepuasan estetis bagi pelaku (seniman) dan penikmatnya.

Pemerintah sebagai pelindung seni tradisi tampaknya sangat dibutuhkan untuk bersaing dengan seni pop yang didukung ideologi liberal, sehingga terjadi keseimbangan dalam berkompetisi. Oleh karena itu, keberhasilan program seni budaya di tiap daerah atau kota bergantung pada komitmen dan kreativitas Dinas Kebudayaan tiap pemerintah daerah dan peran aktif masyarakatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brandon, James R.
1967 *Theatre in Southeast Asia*. Massachusetts: Cambridge, Harvard University Press., terj R.M. Soedarsono, Bandung: P4ST UPI,
- Giddens, Anthony
2010 *Teori Strukturasi: Dasar-dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat, terjemahan Maufur dan Daryanto*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hazim Amir.
1991 *Nilai-Nilai Estetis dalam Wayang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hersapandi.
1994 "Etnis Cina dan Wayang Orang Komersial: Suatu Kajian Sosio-Historitis", *Jurnal Seni Pertunjukan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- 1999 *Wayang Wong Sriwedari: Dari Seni Istana Menjadi Seni Komersial*. Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia.
- Huaco, George A.
1970 "The Sociological Model", dalam *The Sociological of Art and Literature* editor Milton C. Albrecht, James H. Barnett dan Mason Griff, pp. 549-552. New York-Washington: Praeger Publishers.
- Irwan Abdullan.
2006 *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kaplan, David dan Albert A. Manners.
1999 *Teori Budaya*, terj. Landung Simatupang. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kuntowijoyo.
1997 "Budaya Elite dan Budaya Massa", dalam *Lifestyle: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Langley, Stephen.
1974 *Theatre Management In America Principle and Practice: Producing for the Commercial, Stock, Resident, College and Community Theatre*. New York: Drama Book Specialists.
- Soedarsono.
1999 *Seni Pertunjukan Indonesia dan Pariwisata*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.

2002 *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Global*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

2003 *Seni Pertunjukan Dari Perspektif Politik, Sosial, dan Ekonomi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Stein, Tobie S. dan Jessica Bathurst.

2008 *Performing Art Management*. New York: Allworth Press.

Umar Kayam.

198 *Seni, Tradisi, Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan.

1997 "Budaya Massa Indonesia", dalam *Lifestyle: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

SUMBER LAIN

<http://www.kompas.cpm/read/xml/2008/06/00302991/Wayang.Orang.Bharata.tetap.eksis.di.masa.krisis>.

<http://www.analisadaily.com/index.php?option=com>),

<http://groups.yahoo.com/group/kunci-l/message/2371?l=1>.

<http://cispos.blogspot.com/2008/05/peran-masyarakat-sipil-dalam-penegakan.html>