

FENOMENA BUDAYA POP DALAM RUANG PUBLIK KOTA YOGYAKARTA

R.A.Laksmi Widyawati, ¹

Program Studi Arsitektur
Fakultas Teknik Universitas Borobudur

ABSTRAKSI

Budaya Populer adalah budaya yang secara sengaja diciptakan oleh media massa, dengan cara media massa menyampaikan segala sesuatu terkait budaya apa yang akan dimunculkan untuk diadopsi atau dikonsumsi oleh masyarakat. Budaya pop menarik untuk dikaji, karena berbeda dengan budaya luhur yang sudah ada turun temurun. Budaya pop awalnya terlihat sebagai fenomena hiburan populer budaya biasa, namun ternyata mampu menunjukkan “keluarbiasaannya” dan menjadi viral. Dalam hal ini saya akan mengupas masalah budaya pop itu sendiri dikaitkan dengan fasilitas ruang publik dalam kehidupan perkotaan.

Ruang publik kota pada dasarnya merupakan ruang yang terbentuk karena kebutuhan manusia untuk berkumpul, tanpa perbedaan. Dalam perkembangan kota Yogyakarta, ruang publik kota berkembang terutama di sekitar pusat kota. Fungsi ruang publik bukan sekadar penghijauan saja, tetapi bisa menjadi media menjalin harmonisasi antar kelompok masyarakat. Ruang publik bisa diisi dengan seni budaya yang tidak perlu diorganisasi secara besar-besaran tetapi membiarkan kelompok masyarakat berkreasi dengan seninya sendiri.

Tulisan ini merupakan hasil pengamatan/studi terhadap perilaku budaya yang diekspresikan oleh masyarakat kota pada suatu ruang publik kota yaitu jenis hiburan tari maupun musik pada ruang publik kota Yogyakarta. “Beksan” atau tarian tradisional yang ditampilkan anak-anak muda di Titik Nol dan Maliororo menjadi flashmob dan viral, membuat gerakan masyarakat ingin belajar menari tradisional. Selain itu, ada juga hiburan yang sudah berlangsung bertahun-tahun di beberapa ruang publik Kota Yogyakarta seperti di Taman Budaya Yogyakarta. Kota pusaka dengan karakter kota yang unik menarik untuk dijadikan obyek studi.

Kata Kunci: budaya pop, ruang publik kota, titik nol kilometer Yogyakarta, Pasar Kangen, Flash mob

1. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Dalam arsitektur dan perkotaan, perkembangan budaya masyarakat selalu terkait dengan space dan places dimana perilaku budaya muncul dan terwujud dengan berbagai pola aktivitas pelakunya dalam sebuah seting ruang bersama atau disebut sebagai ruang publik. Hal ini berlangsung sejak awal peradaban manusia sampai saat ini. Masyarakat perkotaan sebagai representasi dari simbol kebudayaan pop/massa (mass culture), disadari atau tidak telah menjadi obyek sekaligus subyek dalam proses perkembangan budaya tersebut.

¹ Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta

Indonesia yang terkenal memiliki beragam budaya luhur turun temurun, baik berupa seni bangunan, seni pertunjukan, seni rupa, maupun bentuk fisik dan non fisik lainnya. Kekayaan budaya dan tradisi kearifan lokal semestinya menjadi salah satu kebanggaan Indonesia di mata dunia. Keanekaragaman suku, ras, bahasa dan budaya menghiasi jengkal demi jengkal tanah Nusantara. Kebhinekaan yang kemudian terbungkus satu persatuan bernama Negara kesatuan Republik Indonesia inilah yang menjadikan Indonesia sebagai negara yang unik, heterogen namun tetap rukun.

1.2. PERTANYAAN PENELITIAN

“Bagaimana muncul dan berkembangnya fenomena budaya pop dalam tatanan kehidupan perkotaan khususnya di Yogyakarta?”

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan budaya pop di Indonesia, dalam konteks kehidupan masyarakat perkotaan secara umum dan khususnya di Yogyakarta.

1.4. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan meninjau konsep Budaya Pop, dikaitkan dengan perkembangan kebudayaan pada ruang publik perkotaan di Indonesia pada umumnya serta Yogyakarta pada khususnya. Penelitian menggunakan data primer dari kunjungan/ pengamatan langsung di Kawasan Titik Nol Kilometer Yogyakarta, Malioboro, Taman Budaya Yogyakarta, dan beberapa perempatan lampu merah. Data sekunder diambil dari internet.

1.5. BATASAN PENELITIAN

Penelitian dibatasi pada budaya pop yang tumbuh berkembang dalam ruang publik kota di Yogyakarta, khususnya Kawasan Titik Nol dan Malioboro.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan hasil penelitian dengan pembahasan umum ke khusus

- Pendahuluan, meliputi latar belakang, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, Batasan penelitian, metodologi dan sistematika penulisan
- Tinjauan Umum, meliputi teori tentang Kebudayaan, Perkembangan kebudayaan, dan budaya pop.
- Analisis, meliputi perkembangan ruang publik kota di Yogyakarta dikaitkan dengan teori ciri kota Lynch, serta kaitannya dengan budaya pop yang berlangsung di dalamnya.
- Kesimpulan
- Daftar Refernsi dan pustaka

II. TINJAUAN UMUM

2.1. PENGERTIAN KEBUDAYAAN DAN BUDAYA POP

Secara etimologis kebudayaan berasal dari bahasa Sansekerta “*budhayah*”, yaitu bentuk jamak dari budhi yang berarti budi atau akal. Sedangkan ahli antropologi yang memberikan definisi tentang kebudayaan secara sistematis dan ilmiah adalah E.B. Tylor dalam buku yang berjudul “*Primitive Culture*”, bahwa kebudayaan adalah keseluruhan kompleks yang di dalamnya terkandung ilmu pengetahuan lain, serta kebiasaan yang didapat manusia sebagai anggota masyarakat .

Kebudayaan menurut Koentjaraningrat adalah keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakan dengan belajar, beserta keseluruhan dari hasil budi pekertinya dalam bermasyarakat. Di sini jelas kebudayaan tidak bisa dipahami begitu saja atau muncul begitu saja melainkan ada “proses” di dalamnya.

Budaya Populer adalah budaya yang secara sengaja diciptakan oleh media massa, dengan cara media massa menyampaikan segala sesuatu terkait budaya apa yang akan dimunculkan untuk diadopsi atau dikonsumsi oleh masyarakat. Media tidak secara langsung memaparkan budaya tersebut namun mereka mengelola budaya yang akan disebarkan agar masyarakat lebih mudah dalam menerima budaya baru yang akan diterima. Dengan pengolahan tersebut masyarakat akan secara tidak sadar menerima budaya baru dan akan diadopsi oleh masyarakat. Budaya tersebut menjadi populer karena diadopsi oleh masyarakat secara luas

Budaya Populer sering diartikan sebagai budaya yang berlawanan dengan budaya luhur. Budaya Populer ini sebagai budaya komersial yang ditopang oleh gerakan kapitalisme (media massa) dan konsumerisme (masyarakat sebagai penerima media massa) dalam kehidupan masyarakat. Budaya populer merambah masyarakat perkotaan dimana proses ekonomi mereka didorong oleh media massa yang bermain dengan instrumen citra (image), ikon (icon) yang berulang. Proses kapitalisme menjadi salah satu driver (pendorong) bagi konsumsi kota yang terkesan tidak mau berhenti. Ekonomisasi berbagai instrumen kebudayaan seperti style, ikon-ikon, dan pemanfaatan bahasa menemukan pola dalam konsumsi dan produksi yang dijual kepada publik dalam bahasa yang umum tetapi tetap terselubung sebagai sebuah kebudayaan

Budaya populer juga lebih dikenal sebagai bagian dari budaya massa karena budaya pop ini berkembang di dalam masyarakat umum. Budaya ini juga muncul dari kejenuhan dalam aktivitas sehari-hari masyarakat sehingga timbul hasrat untuk keluar dari kejenuhan tersebut.

2.2. UNSUR KEBUDAYAAN

Unsur-unsur kebudayaan meliputi semua kebudayaan yang ada dunia, baik yang kecil, sedang, besar, maupun yang kompleks. Menurut Melville J. Herkovits, pendapatnya tentang unsur kebudayaan adalah terdiri dari 4 unsur yaitu : alat teknologi, sistem ekonomi, keluarga dan kekuatan politik

Menurut C. Kluckhohn , kebudayaan di dunia ini mempunyai tujuh unsur universal, yaitu bahasa, sistem teknologi, system mata pencaharian, organisasi sosial, sistem pengetahuan, religi, dan kesenian .Seluruh unsur itu saling terkait antara yang satu dengan yang lain dan tidak bisa dipisahkan.



Gb.1. Unsur Kebudayaan

Sistem Bahasa menduduki porsi yang penting karena kemampuan manusia dalam membangun tradisi budaya, menciptakan pemahaman tentang fenomena sosial yang diungkapkan secara simbolik, mewariskannya kepada generasi penerusnya sangat bergantung pada bahasa.

Sistem pengetahuan berkaitan dengan sistem peralatan hidup dan teknologi karena sistem pengetahuan bersifat abstrak dan berwujud di dalam ide manusia. Tiap kebudayaan selalu mempunyai suatu himpunan pengetahuan tentang alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, benda, dan manusia yang ada di sekitarnya. Contoh system pengetahuan dalam teknik seni bangunan, Indonesia sangat kaya mulai dari Aceh sampai papua dengan berbagai ragam bentuk, bahan, dan filosofi bangunan.

Sistem ekonomi berkaitan dengan bagaimana manusia sebagai bagian masyarakat memenuhi kebutuhannya. Unsur ini yang dalam perkembangan jaman menjadi lebih penting, bagaimana kebudayaan bisa bernilai ekonomi, yang akan dibahas dalam sub bab selanjutnya. Sistem sosial, menurut Koentjaraningrat tiap kelompok masyarakat kehidupannya diatur oleh adat istiadat dan aturan-aturan mengenai berbagai macam kesatuan di dalam lingkungan di mana dia hidup dan bergaul dari hari ke hari

Relegi merupakan unsur yang sangat kuat membentuk budaya. Relegi menyangkut kepercayaan kepada Tuhan; kepercayaan akan adanya kekuatan adikodrati di atas manusia; kepercayaan. Sebagai contoh, pada budaya tradisional banyak mengacu unxur relegi seperti “upacara adat, sesaji, peringatan hari besar agama, yang pada intinya melengkaai komunikasi vertikal masyarakat.

Kesenian merupakan unsur budaya yang paling menarik, banyak dikembangkan, baik berupa seni pertunjukan, seni music, seni rupa, seni bangunan, yang semua berkembang sesuai dengan sistem sosial masyarakat berada. Hal ini disebabkan karena kesenian merupakan sarana yang digunakan untuk mengekspresikan rasa keindahan dari dalam jiwa manusia.

Terdapat 5 jenis seni yang tersebar di seluruh Indonesia dan dikenal sebagai kesenian daerah, yang diakui oleh negara dan menjadi harta kebanggaan negeri kita. Lima jenis seni tersebut adalah seni tari, seni rupa, seni musik, seni teater, dan seni sastra. Kali ini kita akan melihat contoh-contoh 5 jenis seni itu ke dalam macam-macam kesenian daerah yang tersebar di Indonesia.

Sistem budaya merupakan wujud yang abstrak dari kebudayaan. Sistem budaya atau kultural sistem merupakan ide-ide dan gagasan manusia yang hidup bersama dalam suatu masyarakat. Gagasan tersebut tidak dalam keadaan berdiri sendiri, akan tetapi berkaitan dan menjadi suatu sistem. Dengan demikian, sistem budaya adalah bagian dari kebudayaan yang diartikan pula adat-istiadat. Adat-istiadat mencakup sistem nilai budaya, sistem norma, norma-norma menurut pranata-pranata yang ada di dalam masyarakat yang bersangkutan, termasuk norma agama.

2.3. RUANG PUBLIK KOTA

Ruang publik pada dasarnya merupakan ruang yang terbentuk karena kebutuhan manusia untuk berkumpul, tanpa perbedaan. Salah satu bentuk ruang publik pada kota-kota awal di Eropa adalah square, yaitu tanah kosong berbentuk persegi yang terdapat di depan pusat pemerintahan. Square di dalam tata ruang kota berfungsi sebagai pusat dan pengikat kota sehingga ada jalinan atau penghubung antar ruang di dalam kota. Gehl (2007) dalam “*Open Space Public Space*” menjelaskan bahwa ruang publik kota lama berfungsi sebagai meeting place, market

place dan connection place. Alun-alun sebagai bagian dari kawasan kraton dirancang sebelum munculnya teori teori public space.

Ruang publik kota adalah ruang yang dapat digunakan oleh masyarakat kota, bisa berupa taman (park), kebun (garden), jalur hijau (greenways), pedestrian, jalan, trotoar, lapangan olah raga, plaza, muka air, puncak atap dan semua ruang luar komunal yang pada umumnya berada di luar bangunan. Namun demikian ruang public kota bisa juga berupa bangunan, sepanjang bisa digunakan oleh masyarakat kota tanpa harus mengeluarkan biaya khusus.

Ruang terbuka ada yang direncanakan dan ada yang tidak direncanakan. Ruang terbuka yang tidak direncanakan merupakan ruang yang ada secara alami tanpa adanya kesadaran untuk menyediakannya. Keberadaan ruang terbuka yang direncanakan disadari sepenuhnya oleh masyarakat termasuk desain, kebijakan dan pengelolaannya. Ruang publik yang direncanakan merupakan bagian dari produk arsitektur. Ruang terbuka (open space) dan secara khusus urban space (ruang perkotaan) tidak selalu dipahami berdasarkan pandangan yang sama. Masyarakat dengan latar belakang budaya yang berbeda akan memiliki pandangan yang berbeda terhadap makna ruang terbuka umum, sehingga pola penggunaan, aktivitas yang dilakukan serta berbagai perilaku budaya akan berbeda pula.

Penggunaan ruang publik kota di negara maju saat ini beralih dari ruang terbuka pasif untuk sekedar “melihat”, menjadi ruang atraktif yang lebih dinamis. Warga dari berbagai tingkatan kehidupan sosial-ekonomi-budaya, semua tingkat warga dari tingkat pendidikan, segala golongan umur dan tingkat kepentingan heterogen akan selalu tertarik untuk mengunjungi ruang publik. Menurut Gehl (2007), dari aspek esensial maka ruang publik mempunyai beberapa kriteri yaitu:

1. *Meaningful*, menciptakan pemaknaan ruang individu dan kelompok bagi masyarakat.
2. *Responsive*, mencakup berbagai kegiatan yang diinginkan oleh pengguna sehingga dapat tercipta aktivitas kegiatan yang diinginkan pada ruang tersebut.
3. *Democratic*, menciptaka rasa keterbukaan, kebebasan dan tidak ada diskriminasi bagi semua lapisan warga.

2.5. PERKEMBANGAN KEBUDAYAAN PERKOTAAN

Membahas masalah kebudayaan tidak bisa lepas dari kondisi politik dan ekonomi yang berlangsung dari waktu ke waktu. Reformasi yang muncul di Indonesia sejak berakhirnya Orde Baru berpengaruh ke hampir segala penjuru bidang kehidupan masyarakat. Sebagaimana layaknya segala hal yang baru, era Reformasi pun disambut dengan berbagai harapan perubahan yang signifikan dan tentu saja perubahan ke arah yang lebih baik. Masyarakat dan kebudayaan di mana pun selalu dalam keadaan berubah, yang disebabkan oleh;

- Sebab yang berasal dari masyarakat dan lingkungannya sendiri, misalnya perubahan jumlah dan komposisi
- sebab perubahan lingkungan alam dan fisik tempat mereka hidup. Masyarakat yang hidupnya terbuka, yang berada dalam jalur-jalur hubungan dengan masyarakat dan kebudayaan lain, cenderung untuk berubah secara lebih cepat.
- adanya difusi kebudayaan, penemuan-penemuan baru, khususnya teknologi dan inovasi.

Kota sebagai pusat ekonomi dan budaya memberikan ruang bertemunya berbagai persoalan perkembangan kota yang tidak pernah habis karena keterbatasan sumber daya natural kota, memaksa massa untuk mencari wadah ekspresi yang dapat melepaskan mereka dari konflik sumber daya dan beban ekonomi dan sosial yang meninggi. Hal ini bisa dilihat bagaimana pusat rekreasi bagi masyarakat kota mulai mengubah pola relaksasi dari tempat rekreasi yang berbasis sumber daya alam ke tempat yang berbasis jasa baru, seperti mall-mall, fast foods, game centre dan lainnya. Budaya massa juga menawarkan identitas baru dalam suatu klan-klan dalam berbagai klub “budaya” seperti klub motor, fans club untuk sepakbola, dan seni populer baru.

Dalam masyarakat maju, perubahan kebudayaan biasanya terjadi melalui penemuan (discovery) dalam bentuk ciptaan baru (inovation) dan melalui proses difusi.

Discovery merupakan jenis penemuan baru yang mengubah persepsi mengenai hakikat suatu gejala mengenai hubungan dua gejala atau lebih. Invention adalah suatu penciptaan bentuk baru yang berupa benda (pengetahuan) yang dilakukan melalui penciptaan dan didasarkan atas pengkom-binasian pengetahuan-pengetahuan yang sudah ada mengenai benda dan gejala yang dimaksud.

3. ANALISIS

3.1. RUANG PUBLIK DI YOGYAKARTA

Secara umum ruang (space) dibedakan menjadi ruang dalam (interior), dan ruang luar (eksterior/ruang terbuka). Ruang umum (public space) di perkotaan adalah ruang yang dapat digunakan oleh umum dapat berupa taman (park), kebun (garden), jalur hijau (greenways), pedestrian, jalan, trotoar, lapangan olah raga, plaza, muka air, puncak atap dan semua ruang luar komunal yang pada umumnya berada di luar bangunan.

Ruang terbuka ada yang direncanakan dan ada yang tidak direncanakan. Ruang terbuka yang tidak direncanakan merupakan ruang yang ada secara alami tanpa adanya kesadaran untuk menyediakannya. Keberadaan ruang terbuka yang direncanakan disadari sepenuhnya oleh masyarakat termasuk desain, kebijakan dan pengelolaannya. Ruang publik yang direncanakan merupakan bagian dari produk arsitektur

Ruang publik Kota Yogyakarta yang dibuat sejak awal pembentukan Kota Yogyakarta adalah Alun-Alun Kraton Yogyakarta. *Lynch* menguraikan tiga model bentuk kota berdasarkan pada faktor budaya yang secara dominan mempengaruhi kota, yaitu: the city of faith, the city as a machine and the city as organism. Dalam teori The City of Faith, aturan magis merupakan faktor yang mengatur hubungan antara elemen kawasan sebagai sebuah model kota yang berkaitan dengan Tuhan dan dunia makrokosmos. Pola kota yang ditemui cenderung berbentuk geometris bermakna kosmologis dan berorientasi pada satu garis lurus (aksis) yang menghubungkan antara dunia makrokosmos dengan dunia mikrokosmos.

Dalam perkembangan kota Yogyakarta, ruang publik kota berkembang terutama di sekitar pusat kota lama, maupun distrik lainnya. Fungsi ruang publik bukan sekadar penghijauan saja, tetapi bisa menjadi media menjalin harmonisasi antar kelompok masyarakat. Ruang publik bisa diisi dengan seni budaya yang tidak

perlu diorganisasi secara besar-besaran tetapi membiarkan kelompok masyarakat berkreasi dengan seninya sendiri.

Ruang publik kota harus bisa dinikmati setiap lapisan masyarakat tanpa harus membayar. Ruang publik kota Yogyakarta antara lain:

- Kawasan Titik Nol
- Taman Budaya Yogyakarta
- Perpustakaan Kota Yogyakarta
- Alun-Alun Utara dan Selatan
- Bukit Bintang (Kawasan Hargo Dumilah)

3.2. KAWASAN TITIK NOL DAN MALIOBORO

Titik nol kilometer Kota Yogyakarta adalah sebuah titik yang menjadi patokan penentuan jarak antar daerah di Yogyakarta atau kota-kota lain di luar Yogyakarta. Kawasan titik nol Kilometer merupakan salah satu bagian dari sumbu imajiner yang menghubungkan Tugu Pal Putih dengan Alun-alun. Kawasan ini merupakan salah satu kawasan yang membentuk citra Kota yang sesuai dengan teori Lynch dengan keberadaan path, district (malioboro dan pecinan, nodes (sign penunjuk arah), dan landmark (gedung Bank BNI, Kantor Pos Besar, Gedung Agung, Museum 1 Maret) dan bagian dari sumbu imajiner Kota Yogyakarta. Kawasan ini dikelilingi oleh bangunan-bangunan peninggalan masa kolonialisme berlanggam indis, seperti Kantor Pos Pusat, Bank BNI, Bank Indonesia, serta Istana Kepresidenan (Gedung Agung).



Gb.1. Peta Kawasan Titik Nol Yogyakarta



Gb. 2. Node, Papan penunjuk arah di Kawasan Titik Nol Yogyakarta

Sb: dok pribadi, 2019



Gb. 3. Gedung Bank Indonesia, salah satu landmark di Kawasan Titik Nol Yogyakarta
Sb: dok pribadi, 2019

Kawasan titik nol sangat strategis untuk dikembangkan sebagai pusat aktivitas masyarakat dan wisatawan, khususnya aktivitas budaya dan pariwisata. Adapun potensi yang terdapat disekitar kawasan titik nol kilometer Kota Yogyakarta yang membentuk Citra Kota adalah:

- Gedung Bank BNI
- Kantor Pos Besar
- Gedung Bank Indonesia
- Gedung Agung
- Monumen Satu Maret
- Museum Benteng Vredeburg
- Pasar Beringharjo
- Kawasan Malioboro
- Alun- Alun Utara dan Kraton Yogyakarta

Sebuah papan peringatan resmi yang berada di depan Bekas Gedung Seni Sono menjadi petunjuk di mana tepatnya titik nol kilometer itu berada. Pada akhir tahun 70-an hingga awal tahun 80-an, di tengah perempatan ini masih terdapat sebuah air mancur kota. Mungkin juga letak titik nol kilometer berada di lokasi air mancur ini.



Gb.4. Kantor Pos Besar
Sb; dok pribadi, 2019



Gb.5. Gedung Bank BNI
Sb: www.google.com

Kawasan di sekitar titik nol kilometer ini adalah kawasan wisata sejarah berupa bangunan-bangunan kuno yang sering juga disebut loji, yaitu bangunan-bangunan tua yang besar peninggalan Belanda. Kawasan nol kilometer juga menjadi sentra perekonomian bagi masyarakat Yogyakarta karena letaknya yang memang strategis. Sebut saja kawasan Malioboro, Pasar Beringharjo, kawasan jalan Kyai Ahmad Dahlan, serta kawasan jalan Wijilan yang tak pernah sepi dan selalu dipadati wisatawan.

3.3. TAMAN BUDAYA YOGYAKARTA

Taman Budaya Yogyakarta (TBY) adalah sarana wisata budaya yang terletak tidak jauh dari Kawasan titik nol, di belakang Benteng Vrederburg, tepatnya di Jalan Sri Wedani No 1, Yogyakarta. TBY memiliki kompleks gedung yang berfungsi sebagai tempat pameran, pertunjukan, dan berbagai kegiatan seni lainnya. Meskipun bukan berupa ruang terbuka, tetapi TBY bisa dikategorikan sebagai ruang publik karena bisa dinikmati seluruh kalangan masyarakat tidak berbayar. TBY merupakan Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) pada Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Fungsi dari TBY adalah sebagai pusat budaya termasuk di dalamnya pengembangan dan pengolahan pusat dokumentasi, etalase, dan informasi seni budaya dan pariwisata.



Gb.6. Peta Lokasi Taman Budaya Yogyakarta

Kegiatan yang secara rutin diadakan di TBY adalah Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) yang diadakan antara bulan Juli – Agustus, yang berisi acara seni pertunjukan, seni rupa, dan workshop seni. Selain itu juga ada Biennale Jogja tiap dua tahun sekali, dan Festival Gamelan Internasional.

3.4. STREET FURNITURE PENDUKUNG RUANG PUBLIK KOTA YOGYAKARTA

Ruang publik memiliki fungsi elemen kota dengan karakternya masing-masing, sehingga mempunyai peran dalam interaksi sosial untuk warga, maupun aktivitas ekonomi rakyat serta dapat menjadi lokasi aktualisasi dari suatu budaya. Seiring perkembangan jaman, teknologi memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku manusia pada bentuk-bentuk ruang perkotaan yang direncanakan. Kebutuhan akan fasilitas ruang publik terus bertambah seiring dengan meningkatnya manusia dan teknologi, sehingga memberikan dampak dari aspek segi kualitas desain sampai pada material dan perawatannya.



Gb.7. Tempat duduk dan parkir sepeda di Kawasan Titik Nol Yogyakarta

3.5. BUDAYA POP DALAM RUANG PUBLIK KOTA YOGYAKARTA

3.5.1. Beksan Wanara

Tarian 'Beksan Wanara' yang dibawakan oleh sekumpulan anak muda pada saat uji coba pedestrian Malioboro pada 18 Juni 2019 lalu sukses mencuri perhatian publik. Beksan Wanara atau Tari Kethekan (Tari Kera) merupakan Tari Klasik Kraton Yogyakarta. Aksi flash mob ini mengangkat nama Mohan Kaliandra, penari muda berwajah oriental.

Tarian ini disajikan di ruang publik kota Yogyakarta, di Kawasan Titik Nol, trotoar depan bekas Gedung Seni Sono, dan di tengah jalan Malioboro. Pemanfaatan ruang publik oleh sekelompok seniman muda ini membuktikan bahwa kesenian bisa ditampilkan di mana saja, tidak harus di Gedung Pertunjukan.



Gb.8. Beksan Wanara di Kawasan Titik Nol Yogyakarta

Sb: www.google.com



Gb.9. Beksan Wanara di Malioboro

Sb: dok pribadi, 2019

Beksan Wanara atau tari kethekan merupakan tarian klasik keraton Yogyakarta namun menjadi terkesan ragam modern karena dipadu dengan street art. Atraksi yang disajikan itu merupakan campuran konsep modern dan klasik. Busana yang dikenakan pun bukan formal “wayang” akan tetapi berupa pakaian kasual, namun gerakannya tetap memakai tarian tradisi. Keluar dari pakem tari tradisional, menyesuaikan kepentingan masa kini, bisa dikategorikan sebagai budaya pop. Konsep mencampurkan tradisi, keseharian, dengan modern ini merupakan metode untuk mengenalkan tradisi ke kaum milenial melalui pendekatan kesenian.

Perkembangan budaya pop di Kawasan titik nol ini sesuai dengan teori Jan Gehl bahwa ruang publik memiliki makna *meaningfull* (menciptakan pemaknaan ruang individu dan kelompok bagi masyarakat), *responsive* (mencakup berbagai kegiatan yang diinginkan oleh pengguna), dan *democratic* (menciptakan rasa keterbukaan, kebebasan dan tidak ada diskriminasi bagi semua lapisan warga).

3.5.2. Pasar Kangen

Pasar Kangen merupakan kegiatan tahunan yang diselenggarakan setiap bulan Juli oleh Taman Budaya Yogyakarta, di belakang Benteng Vrederburg. Kegiatan ini merupakan rangkaian bazar nostalgia jajanan tempo dulu dan kesenian tradisional, yang dikemas unik sehingga masyarakat bisa menikmati tradisi serta menggerakkan ekonomi rakyat. Dari mulai makanan, musik, jajan pasar, dolanan bocah, camilan, tekstil, dari yang lawas sampai yang baru semuanya ada. Pasar tradisional, kerajinan tradisional, kesenian tradisional, dalam hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Hal ini bisa dikategorikan sebagai budaya pop, budaya massa.



Gb.9. Promosi jajanan tradisional dengan inspirasi film ‘Dilan’

Sb: www.google.com

Seperti penyelenggaraan pada tahun-tahun sebelumnya, Pasar Kangen Jogja 2019 menghadirkan jajanan kuliner tempo dulu yang sudah sangat langka dan sulit dicari saat ini. Tahun ini panitia menghadirkan 117 stand kuliner tradisional serta 93 stand barang kerajinan. Selain pameran kuliner, panitia juga akan menggelar pertunjukan kesenian tradisional yang diikuti oleh 32 kelompok seni. Pasar Kangen Jogja ke-12 kali ini mengambil tema “Ketahanan Pangan dan Kemandirian”. Salah satu kekuatan pasar itu adalah relasi kemanusiaan yang begitu intim terbangun. Relasi antara pedagang dan pembeli bukan semata-mata transaksi ekonomi, tapi ada tegur sapa.



Gb.10. Ikon wayang di tengah jajanan pasar tradisional Pasar Kangen
Sb: dok pribadi, 2019

3.5.3. Festival Kesenian Yogyakarta

Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) adalah acara seni budaya yang diadakan tahunan di Yogyakarta. FKY digelar setiap tahun antara bulan Juni sampai Juli, diselenggarakan oleh pemerintah Provinsi D.I. Yogyakarta. Kategori yang ditampilkan umumnya berbentuk kesenian, hiburan keluarga, dan atraksi kebudayaan. Meskipun acara ini bertema budaya tradisional, tetapi untuk lebih menarik minat masyarakat dikemas dengan gaya pop. Penyelenggaraan FKY pada bulan Juni dan Juli agar sesuai dengan puncak liburan siswa. Acara berpusat di Benteng Vredeburg, Jalan Malioboro, Taman Budaya Yogyakarta, Monumen Serangan Umum 1 Maret, dan Kawasan Titik Nol Kilometer.

FKY melibatkan masyarakat dari berbagai kalangan sehingga bisa disebut budaya massa, misalnya pada tahun 1990 FKY melibatkan 29 grup Pawai Seni, pameran seni rupa dengan 200 lukisan dari 200 seniman, seni batik, panggung kesenian terbuka di Alun-Alun Utara melibatkan 57 grup yang terdiri dari grup anak SD, remaja, tari klasik, dagelan, keroncong dan ketoprak.

Saat ini FKY berubah menjadi Festival Kebudayaan Yogyakarta, oleh karena itu kegiatan yang berlangsung lebih luas, mencakup aspek kebudayaan lain. "Festival Kebudayaan Yogyakarta 2019 bertema 'Mulanira' berupaya menjadi peristiwa budaya guna menunjukkan semangat dan karakter keterbukaan, keramahan dan tepa selira.

3.6. PERAN MEDIA DALAM PERKEMBANGAN BUDAYA POP

3.6.1. Peran Media Masa

Sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat (dalam Burhan Bungin,2009:100)

Daya dukung informasi untuk menyebarluaskan adalah teknologi. Teknologi menjadi bagian yang sangat mendukung perkembangan media masa saat ini. Dengan kekuatan teknologi, setiap informasi bisa terus menerus diperbarui. Baik dan buruk, manfaat atau tidak menjadi urusan lain dari perkara informasi ini.

Jenis media komunikasi dikelompokkan berdasarkan bentuknya yaitu:

- Media Cetak, Merupakan jenis media komunikasi yang berbentuk barang cetak yang di gunakan menjadi sarana informasi atau penyampaian pesan seperti brosur, surat kabar, dan yang lainnya.
- Media Audio, Merupakan jenis media komunikasi yang berbentuk audio sebagai sarana komunikasi yang menggunakan indra pendengaran untuk menerimanya seperti radio, dan lain-lain.
- Media Visual, Merupakan jenis media komunikasi yang berbentuk visual dengan penyampaian informasi menggunakan indra pengelihatan seperti televisi, gambar, dan lainnya.
- Media Audio Visual, Merupakan jenis media komunikasi yang dapat di lihat dan dapat di dengar juga dalam penyampaian pesan informasinya menggunakan indra pengelihatan dan juga pendengaran seperti video, televisi, dan yang lainnya

3.6.2. Peran Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, sehingga para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Karakteristik Media Sosial meliputi:

- Partisipasi Pengguna
Semua media sosial mendorong penggunanya untuk berpartisipasi dan memberikan umpan balik terhadap suatu pesan atau konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan dapat diterima atau dibaca oleh banyak orang.
- Adanya Keterbukaan
Sebagian besar media sosial memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk memberikan komentar, melakukan voting, berbagi, dan lain-lain. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan bebas tanpa harus melalui Gatekeeper.
- Adanya Perbincangan
Kebanyakan media sosial memungkinkan adanya interaksi terhadap suatu konten, baik itu dalam bentuk reaksi ataupun perbincangan antar penggunanya. Dan penerima pesan bebas menentukan kapan melakukan interaksi terhadap pesan tersebut.
- Keterhubungan
Melalui media sosial, para penggunanya dapat terhubung dengan pengguna lainnya melalui fasilitas tautan (links) dan sumber informasi lainnya. Proses pengiriman pesan ke media sosial yang lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya membuat banyak informasi terhubung dalam satu media sosial.

Dengan berbagai karakter tersebut, semua masyarakat bisa menyebarluaskan informasi, media sosial lebih cepat mentransfer informasi, termasuk menyebarluaskan budaya pop.

3.6.3. Flash Mob

Flash Mob dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang berkumpul pada waktu dan tempat yang telah ditetapkan untuk melakukan suatu hal seperti lelucon

konyol yaitu berteriak selama 30 detik dan cepat menyebar sebelum polisi tiba. Menggunakan ponsel, flash mob dapat mengubah tempat apabila yang pertama telah diganggu.

Flash mob di Yogyakarta menjadi viral ketika sekelompok anak muda membawakan tarian “Beksan Wanara” di Kawasan titik nol dan Malioboro. Hal ini menginspirasi berbagai kelompok masyarakat untuk mempelajari tarian tradisional yang dibawakan secara massal, seperti di Universitas Gadjah Mada dan di Pasar Kengan Taman Budaya Yogyakarta.



Gb. 11. Flash mob tari Yaping yang diikuti massa pengunjung FKY 2019
Sb: dok pribadi, 2019

Massa Flash Mob diatur melalui komunitas online, weblog, newsgroup, e-mail surat berantai atau melalui telepon. Flash mob dianggap sebagai manifestasi khusus dari perusahaan virtual (komunitas virtual, komunitas online), Menggunakan media baru seperti ponsel dan Internet, untuk mengatur aksi langsung kolektif. Flash mob bisa berlatar belakang kebudayaan, politik atau ekonomi. Flash mob bisa cepat dikumpulkan melalui berbagai cara seperti melalui e-mail, blog, pesan singkat dan jaringan sosial lainnya. Pesan yang dikirim dapat diteruskan beberapa kali untuk meningkatkan ukurannya (banyaknya massa)

KESIMPULAN

1. Membahas kebudayaan tanpa membatasi pada aspek tertentu akan mencakup hampir seluruh kehidupan manusia, karena tujuh unsur kebudayaan yaitu bahasa, religi, ilmu pengetahuan, kesenian, ekonomi, sistem sosial, dan organisasi sosial merupakan keseluruhan cara manusia sebagai masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Ruang publik kota bisa berfungsi sebagai tempat berkembangnya budaya massa dan budaya populer.
3. Kawasan titik nol kilometer ditinjau dari aspek fungsi dan visual membentuk *sense of place* dengan karakter yang kuat, unik, dan khas. Hal ini diperkuat dengan munculnya perkembangan budaya pop di kawasan ini. Kawasan ini memenuhi unsur *meaningful*, *responsive* dan *democratic*.
4. Kawasan titik nol kilometer memiliki keseluruhan elemen pembentuk citra kota

meliputi path, district, edges, nodes, and landmark.

5. Budaya pop bisa berkembang melalui media massa maupun media sosial sesuai tuntutan jaman.
6. Budaya pop berkembang di Yogyakarta dimulai dengan pengembangan budaya tradisional menjadi budaya massa, tetapi masih mengambil pokok utama budaya tradisional.
7. Keberhasilan “Pasar Kangen” dalam mengemas kuliner tradisional dan kesenian tradisional yang beradaptasi dengan budaya masa kini menunjukkan bahwa budaya pop bisa meningkatkan perekonomian rakyat.

REFERENSI/PUSTAKA

Budiharjo, Eko (2014), Reformasi Perkotaan, Penerbit Kompas

Gehl,Jan (2007), Open Space People Space, Island Press, Wahington, PDF

Gustini Henny, “ Studi Budaya di Indonesia”, 2012, Pustaka Setia Bandung

Heryanto Ariel, “Budaya Populer di Indonesia, Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru”, 2012, Jalasutra

Koentjaraningrat, “Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan”, 1983, Gramedia

Lynch, Kevin (1979) Image of The City, Cambridge, Mass; The Massachusetts Institut of Technolog Press

Sediawati Edy, “Sejarah Kebudayaan Indonesia”, 2009, Raja Grafindo

“Macam-Macam Kesenian Daerah di Indonesia”, <https://ilmuseni.com/dasar-seni/macam-macam-kesenian-daerah> diakses 11 Desember 2018

“Budaya Massa dan Budaya Populer” - <http://blogs.unpad.ac.id/indrainawan0068/2012/06/15/budaya-massa-dan-budaya-populer/> diakses 1 November 2018

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=380272&val=8454&title=Siaran%20Budaya%20Sebagai%20Upaya%20Melestarikan%20KebudayaanDaerah%20Melalui%20Program%20Acara%20%20di%20TVRI%20D.I.Yogyakarta> diakses 5 November 2018

“Kawan Nol Kilometer Yogyakarta”, <https://gudeg.net/direktori/1751/kawasan-nol-kilometer-yogyakarta.html>, diakses 10 Juli 2019

“Pasar Kangen Jogja 2019” <https://jogja.tribunnews.com/2019/07/12/pasar-kangen-jogja-2019-dibuka-hari-ini-berikut-jadwal-pentas-seni-dari-pembukaan-hingga-penutupan>, diakses 13 Juli 2019