

KAMPANYE SOSIAL “*DIBÉBÉRKÉ*” SEBAGAI UPAYA PENGENALAN KESENIAN WAYANG BEBER KEPADA GENERASI MUDA DI KOTA SURAKARTA

Karin Intan Liliana^{1*}, Deddi Duto Hartanto², Bernadette Dian Arini Maer³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif,
Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia

*Penulis korespondensi; Email: kils.handd@gmail.com

Abstrak: Kota Surakarta memiliki beragam wujud kesenian tradisional, salah satunya ialah wayang beber. Namun saat ini kesenian tersebut kurang dikenal oleh generasi muda di Kota Surakarta, terutama jika dilihat dari aspek sejarah, seni sungging, serta keberadaan para seniman sungging wayang beber itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh karena minimnya upaya, pemanfaatan media, serta metode pengenalan yang masih belum dapat menjangkau generasi muda. Alhasil kelangsungan hidup wayang beber di Kota Surakarta kian memprihatinkan. Berkaca dari permasalahan tersebut, dirancanglah kampanye sosial “*Dibébérké*”, yakni sebuah gerakan untuk mengedukasikan kesenian wayang beber pada generasi muda Kota Surakarta. Guna mengkomunikasikan pesan kampanye sosial, dirancanglah strategi komunikasi melalui media sosial *Instagram* serta pemberdayaan seniman sungging wayang beber “Sanggar Naladerma”, Komunitas *Soerakarta Walking Tour*, Rumah Budaya Kratonan, serta Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta guna menciptakan sebuah *event* kolaborasi untuk memperkenalkan aspek-aspek kesenian wayang beber mulai dari sejarahnya di Kota Surakarta dan keberadaan maestro sungging wayang beber “Sanggar Naladerma” yang dikemas dalam bentuk wisata sejarah, serta memperkenalkan seni sungging wayang beber melalui kegiatan *workshop* dengan media *totebag* blacu. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk edukasi saja, melainkan turut menjadi inovasi dalam upaya pengenalan, memberikan ruang bagi seniman sungging wayang beber untuk terus berkarya dan memperkenalkan keberadaan wayang beber pada generasi muda di Kota Surakarta, serta sebagai upaya pelestarian.

Kata kunci: kampanye media sosial, seni sungging wayang beber, seniman sungging wayang beber, wayang Beber, wisata sejarah dan *workshop*.

Abstract: Surakarta has a variety of traditional arts, one of which is wayang beber. However, today the art is less known by the younger generation in Surakarta, especially if seen from the historical aspects of the art of sungging as well as the existence of the sungging wayang beber artists. This is due to the minimal effort, the use of the media, and the methods of identification that are still unable to reach the younger generation. Based on this problem, the social campaign “*Dibébérké*” was planned as a movement to educate the young generation of the city of Surakarta on wayang beber. In order to communicate social campaign messages, it was designed a communication strategy through social media *Instagram* as well as the empowerment of sungging wayang beber artist “Sanggar Naladerma,” *Soerakarta Walking Tour Community*, *Rumah Budaya Kratonan*, and *SangKuli-Kriya ISI Surakarta Community* to create a collaboration event to introduce aspects of the wayang beber art from its history in the city of Surakarta and the existence of the maestro sungging wayang beber “Sanggar Naladerma” packed in the form of historical tour, as well as introduce the art of sungging wayang beber through *workshop* activity by *totebag* media. This activity not only serves as a form of education but also becomes an innovation in recognition and preservation efforts and provides space for singing artists to continue to work and introduce the existence of singing to the young generation in the city of Surakarta.

Keywords: social media campaigns, the art of sungging wayang beber, sungging artists, wayang Beber, historical tourism and *workshops*.

PENDAHULUAN

Wayang beber merupakan bentuk seni pewayangan tertua asli Indonesia. Awal kemunculan wayang beber di Indonesia bermula dari wayang batu yang dapat ditemukan pada relief-relief candi (“*Sejarah Wayang Beber di Bumi Nusantara*”, May 30, 2022). Berbeda dengan wayang kulit, wayang beber lebih mengandalkan teknik tutur pada pementasannya (Suratno & Rianto, 2019). Hal ini disebabkan karena objek atau media penuturan wayang beber masih menggunakan gambar-gambar yang ditorehkan pada media kain atau kertas dengan menggunakan teknik pelukisan khusus, yakni teknik sungging (Sutrianto, 2018). Hingga kini, keberadaan wayang beber yang asli hanya dapat ditemukan di 3 lokasi saja, yakni Pacitan, Wonosari-Gunung Kidul, serta Museum Nasional Etnografi (Riksmuseum voor Volkenkunde) yang berada di Leiden, Belanda (Alen, 2020). Walaupun begitu, wujud dari kesenian ini masih dapat ditemukan di beberapa daerah meskipun telah terjadi perubahan pada beberapa aspeknya.

Sebagai bentuk seni pewayangan tertua, sejatinya wayang beber telah melalui perjalanan panjang serta mengalami berbagai proses perkembangan dan modifikasi. Salah satu daerah yang memiliki kaitan erat dengan perkembangan wayang beber adalah Kota Surakarta. Hal ini bermula pada masa pemerintahan Amangkurat II di Keraton Kartasura, tercipta cerita wayang beber dengan lakon Jaka Kembang Kuning (Mataram, 2014). Kemudian di bawah pemerintahan Pakubuwono II, dibuat kembali cerita wayang beber dengan mengangkat lakon Remeng Mangunjaya (Maharsi, 2018). Tidak hanya itu, berdasarkan temuan Sunaryo (2017), pada masa pemerintahan Mangkunegaran VII telah dilakukan upaya pelestarian wayang beber pertama, dimana seorang ahli sungging keraton bernama Raden Ngabehi Atmosupomo diminta untuk membuat salinan wayang beber pada media kain dengan teknik menjiplak. Akan tetapi setelah pelestarian tersebut terjadi perubahan fungsi wayang beber menjadi seni lukis (Listianingsih et al., 2021).

Setelah dilakukannya upaya pelestarian pertama, eksistensi wayang beber di Kota Surakarta terus meningkat seiring dengan kemunculan pelukis atau seniman sungging wayang beber. Tidak cukup sampai di situ, karya-karya seniman sungging wayang beber pun ikut dikenal hingga ke mancanegara karena peranan tokoh Go Tiek Swan dan Ong Hukam (Gozali, 2014). Akan tetapi setelah kedua tokoh tersebut meninggal, keberadaan para seniman sungging wayang beber serta eksistensi karya-karya sungging wayang beber mereka pun turut meredup. Hal ini tentu membuat para seniman sungging wayang beber tidak lagi memiliki saluran untuk memperkenalkan kesenian wayang beber kepada masyarakat luas. Di samping itu, minimnya ruang serta upaya edukasi

yang dilakukan di masa kini juga turut melandasi alasan mengapa kesenian wayang beber menjadi asing di telinga masyarakat, khususnya generasi muda Kota Surakarta (“Nasib maestro pelukis wayang beber di masa pandemi (4-habis),” March 13, 2021).

Salah seorang tokoh yang merasakan dampak tersebut ialah Bapak Joko Sri Yono. Bapak Joko Sri Yono atau yang lebih akrab disapa Pak Joko ini merupakan pemilik Sanggar Naladerma sekaligus merupakan maestro sungging wayang beber yang telah menggeluti kesenian ini selama 64 tahun. Beliau juga merupakan seorang murid dari pelestari wayang beber pertama, Raden Ngabehi Atmosupomo. Di tengah perkembangan zaman seperti saat ini, Pak Joko mengaku kesulitan untuk memperkenalkan kesenian wayang beber, khususnya pada aspek seni sunggingnya (J. S. Yono, *personal communication*, September 28, 2022). Hal ini disebabkan oleh karena Pak Joko masih bergantung pada cara-cara tradisional dalam upaya memperkenalkan kesenian wayang beber. Faktor usia pun turut menjadi alasan sulitnya menjangkau generasi muda untuk dapat tertarik mengenal kesenian ini.

Mengacu pada permasalahan di atas, maka dirancanglah kampanye sosial dengan judul “*Dibéberké*”, dengan misi utamanya adalah untuk memperkenalkan kembali keberadaan wayang beber di Kota Surakarta. Pada pelaksanaannya, kampanye sosial “*Dibéberké*” berfokus pada pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai bentuk inovasi edukasi kesenian wayang beber, serta melakukan kolaborasi bersama Bapak Joko Sri Yono, Komunitas *Soerakarta Walking Tour*, Rumah Budaya Kratonan, serta Komunitas Sang-Kuli Kriya ISI Surakarta. Kolaborasi akan diwujudkan dalam bentuk kegiatan wisata sejarah serta *workshop* dengan mengangkat wayang beber sebagai tema besarnya. Harapannya kampanye sosial “*Dibéberké*” tidak hanya dapat digunakan sebagai upaya edukasi, melainkan turut menjadi upaya pelestarian, memberikan ruang juga kesempatan bagi seniman sungging wayang beber untuk dapat memperkenalkan kesenian ini kepada masyarakat luas, khususnya kepada generasi muda. Di sisi lain, solusi ini juga dapat digunakan untuk membangun kesadaran dan kepekaan akan kelangsungan hidup wayang beber yang saat ini kian dilupakan.

METODE PELAKSANAAN

Perancangan kampanye sosial “*Dibéberké*” diawali dengan melakukan kunjungan lapangan di Sanggar Naladerma milik Bapak Joko Sri Yono. Melalui kunjungan ini dilakukan tahapan analisis menggunakan metode 5w1h untuk merumuskan gambaran permasalahan seputar wayang beber di Kota Surakarta serta menemukan permasalahan yang dialami oleh Bapak Joko Sri Yono sebagai salah

satu pelestari seni sungging wayang beber di Kota Surakarta. Berdasarkan kunjungan lapangan yang telah dilakukan, diperoleh temuan masalah bahwa di Kota Surakarta keberadaan wayang beber khususnya pada aspek sejarah, seni sungging, dan keberadaan Bapak Joko Sri Yono sebagai salah satu maestro sungging wayang beber masih belum dikenali dan mendapat perhatian lebih, dimana permasalahan tersebut sesuai dengan penjabaran pada bagian pendahuluan. Kemudian dari sisi Bapak Joko Sri Yono sendiri, upaya pengenalan terkait seni sungging wayang beber juga masih belum maksimal karena masih dikemas dengan metode-metode tradisional saja.

Setelah diperoleh temuan masalah, maka gagasan yang ditawarkan dan telah disepakati adalah merancang kampanye sosial “*Dibéberké*”. Alasan yang mendasari terciptanya solusi ini adalah karena fungsi kampanye sosial yang mampu menjangkau target sasaran dalam skala besar. Di sisi lain kampanye sosial juga berfungsi sebagai media penggerak target sasaran untuk dapat mengenal kesenian wayang beber di Kota Surakarta. Setelah disetujuinya bentuk solusi permasalahan, tahap selanjutnya adalah dengan merancang konsep serta identitas dari kampanye sosial “*Dibéberké*” mulai dari logo hingga *tagline* kampanye.

Target sasaran kampanye sosial “*Dibéberké*” sendiri adalah generasi Z (15-23 tahun), berdomicili di Kota Surakarta, memiliki ketertarikan untuk mengenal seni dan budaya tradisional, akan tetapi lebih banyak berinteraksi dengan media digital. Mengingat target sasaran adalah generasi Z, maka diperlukan adanya strategi komunikasi yang sesuai dengan kebiasaan dan minat target sasaran. Oleh karena itu dilakukan tahapan observasi serta studi lapangan agar nantinya penyampaian pesan kampanye sosial “*Dibéberké*” dapat efektif dan mudah dipahami. Berdasarkan observasi yang dilakukan, diperoleh temuan bahwa target sasaran memiliki kebiasaan untuk menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media hiburan serta mencari informasi. Selain digemari oleh target sasaran, penggunaan *Instagram* juga berpeluang untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas.

Selain media *Instagram* ditemukan pula adanya peluang lain, dimana di Kota Surakarta banyak ditemukan kegiatan wisata sejarah yang diinisiasi oleh berbagai komunitas pecinta sejarah dan budaya. Di sisi lain di Kota Surakarta juga banyak ditemukan ruang publik yang berfokus pada kegiatan-kegiatan yang berfokus pada upaya pelestarian budaya dan kesenian tradisional asal Kota Surakarta. Berawal dari situlah kemudian muncul sebuah gagasan untuk melakukan kolaborasi bersama 4 mitra, yakni Bapak Joko Sri Yono (seniman sungging wayang beber “Sanggar Naladerma”), Komunitas Soerakarta Walking Tour (komunitas wisata sejarah di Kota Surakarta), Rumah Budaya Kratonan (ruang kreatif untuk kegiatan-kegiatan seputar kesenian dan budaya tradisional), serta 4 orang anggota dari Komunitas Sang

Kuli-Kriya ISI Surakarta (komunitas mahasiswa jurusan kriya ISI Surakarta) untuk bersama-sama menginisiasi sebuah kegiatan wisata sejarah dan *workshop* dengan mengangkat wayang beber sebagai tema utamanya. Proses perancangan memakan waktu kurang lebih selama 4 bulan. Hasil perancangan yang dilakukan bersama dengan Bapak Joko Sri Yono dan Komunitas *Soerakarta Walking Tour* berupa kegiatan wisata sejarah dengan menyusuri lokasi-lokasi yang memiliki kaitan dengan perkembangan wayang beber di Kota Surakarta serta mengunjungi Sanggar Naladerma. Di Sanggar Naladerma, Bapak Joko Sri Yono akan menyampaikan materi seputar profil beliau sebagai maestro sungging wayang beber, serta memberikan penjelasan seputar seni sungging wayang beber. Sedangkan untuk kolaborasi bersama dengan Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta dan Rumah Budaya Kratonan *output* yang dihasilkan berupa media dan materi *workshop* sungging wayang beber serta melaksanakan kegiatan *workshop* sungging wayang beber.

Setelah tahapan perancangan kegiatan bersama mitra, tahapan selanjutnya adalah melakukan pelaksanaan kampanye sosial “*Dibéberké*”, dimulai dari tahapan pra-kampanye, yakni tahapan yang bertujuan untuk menarik perhatian target sasaran serta memberikan pengetahuan seputar kesenian wayang beber kepada target sasaran. Pada tahapan ini, tolak ukur keberhasilan serta yang menjadi bentuk evaluasi kegiatan nantinya adalah melalui *insight* serta *engagement* yang diperoleh selama melakukan publikasi konten dari bulan Maret hingga Juni 2023. Setelah itu barulah dilakukan tahapan kampanye, yakni melalui realisasi kegiatan kolaborasi bersama 4 mitra, yakni melalui kegiatan wisata sejarah dan *workshop* sungging wayang beber yang dikemas dalam *event special tour* “*Dibéberké*” di tanggal 13 Mei 2023. Pada tahapan ini, yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan dan bentuk evaluasi kegiatan adalah berdasarkan jumlah peserta yang terlibat serta kemampuan peserta untuk mempraktekkan teknik sungging wayang beber sederhana melalui media *totebag*. Kemudian pada tahapan pasca-kampanye, tolak ukur keberhasilan acara akan dilihat *feedback* serta dampak yang diperoleh setelah pelaksanaan kampanye sosial “*Dibéberké*” baik dari sisi peserta kegiatan maupun mitra yang terlihat kegiatan.

Waktu keseluruhan yang digunakan untuk kegiatan mulai dari proses persiapan hingga penyelesaian kegiatan dan evaluasi kegiatan terhitung selama 10 bulan. Dimulai sejak bulan September 2022 dan berakhir di bulan Juni 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap perancangan diawali dengan melakukan analisis permasalahan terkait kondisi wayang beber di Kota Surakarta. Proses analisis dimulai dari melakukan kunjungan lapangan ke Sanggar Naladerma milik Bapak Joko Sri Yono. Di lokasi ini, beliau

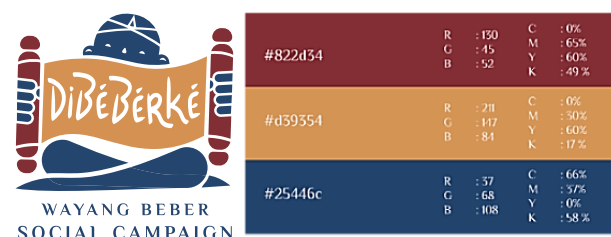
banyak bercerita seputar keresahannya akan kelangsungan hidup wayang beber di Kota Surakarta. Usia yang tidak lagi muda juga membuat Bapak Joko Sri Yono merasa kesulitan untuk memperkenalkan kesenian wayang beber khususnya aspek seni sungging wayang beber kepada generasi muda di Kota Surakarta. Selain itu Bapak Joko Sri Yono juga tidak memiliki murid atau bahkan penerus. Kebanyakan orang yang belajar di Sanggar Naladerma biasanya adalah orang-orang yang memang sudah mengetahui kesenian wayang beber sebelumnya. Sedangkan bagi masyarakat umum, kesenian ini masih asing di telinga mereka. Setelah mengetahui simpulan permasalahan, dilakukan tinjauan lebih lanjut terkait wayang beber di Kota Surakarta. Kemudian diperoleh temuan bahwa Reksa Pustaka-Pura Mangkunegaran dan Museum Radya Pustaka memiliki data serta karya wayang beber milik Raden Ngabehi Atmosupomo, yakni pelestari wayang beber pertama di Kota Surakarta sekaligus merupakan guru dari Bapak Joko Sri Yono. Selanjutnya dilakukan pula analisis serta studi banding berkenaan dengan upaya-upaya apa saja yang sudah pernah dilakukan untuk memperkenalkan kesenian wayang beber di Kota Surakarta. Sebenarnya beberapa upaya pengenalan wayang beber sudah pernah dilakukan contohnya oleh ISI Surakarta di tahun 2018 dan 2019 dengan melakukan pameran serta pemaparan terkait kesenian wayang beber. Selain itu di tahun 2022, Museum Radya Pustaka juga pernah melakukan kegiatan *workshop*, serta pemaparan hasil riset animasi *motion graphic* tentang wayang beber. Akan tetapi dalam pelaksanaannya masih bersifat eksklusif dan masih belum banyak diketahui khalayak umum.

Berangkat dari permasalahan-permasalahan di atas, maka diperlukan sebuah strategi baru untuk dapat kembali mengkomunikasikan kesenian wayang beber, khususnya pada aspek sejarah, seni sungging wayang beber, serta keberadaan Bapak Joko Sri Yono sebagai salah satu maestro sungging wayang beber di Kota Surakarta. Agar upaya ini dapat mendorong perhatian masa dalam jumlah besar, maka bentuk gagasan solusi yang diusulkan adalah melalui kampanye sosial. Tahapan pertama dalam perancangan kampanye sosial adalah membuat identitas dari kampanye sosial itu sendiri. Identitas kampanye sosial meliputi nama kampanye, dan nama yang dipilih adalah “Dibéberké”, dimana “Dibéberké” sendiri merupakan implementasi dari nama wayang beber. Selain itu “Dibéberké” juga memiliki makna bahwa kesenian wayang beber harus segera dibentangkan atau diperkenalkan kepada masyarakat, khususnya pada generasi muda di Kota Surakarta. Setelah menemukan nama kampanye sosial, tahapan selanjutnya adalah merancang logo kampanye sosial “Dibéberké”. Logo kampanye sosial “Dibéberké” terdiri dari *logogram* dan *logotype*. Bentuk *logogram* terinspirasi dari seorang pedalang yang sedang membentangkan gulungan wayang beber. Logo ini ingin menggambarkan bahwa “Dibéberké” hadir sebagai

seorang pencerita yang menyampaikan keberadaan wayang beber kepada masyarakat. *Logotype* ditulis dengan menggunakan *typeface sans serif* yang dimodifikasi sendiri. Tujuannya adalah untuk memberikan kesan *handmade* seperti pembuatan sungging wayang beber, serta beberapa lengkungan pada *logotype* juga memberikan kesan tradisional dan luwes. Sedangkan untuk warna-warna yang dipakai pada logo merupakan implementasi dari lukisan wayang beber, dimana wayang beber klasik banyak menggunakan warna-warna primer yang cenderung gelap seperti merah, biru dan kuning.

Selain logo, dibuat pula *tagline* untuk mempermudah proses penyampaian pesan kampanye sosial serta agar dapat diterapkan secara maksimal pada media sosial khususnya dalam publikasi promosi di media sosial. *Tagline* kampanye sosial “Dibéberké” adalah #DibéberkéBebarengan!. *Tagline* ini memiliki makna bahwa wayang beber harus dibentangkan kembali agar keberadaannya tidak punah. Selain itu, *tagline* juga bertujuan untuk mengajak target sasaran bersama-sama mengenal dan membentangkan kembali keberadaan wayang beber melalui berbagai bentuk kegiatan yang diselenggarakan “Dibéberké”.

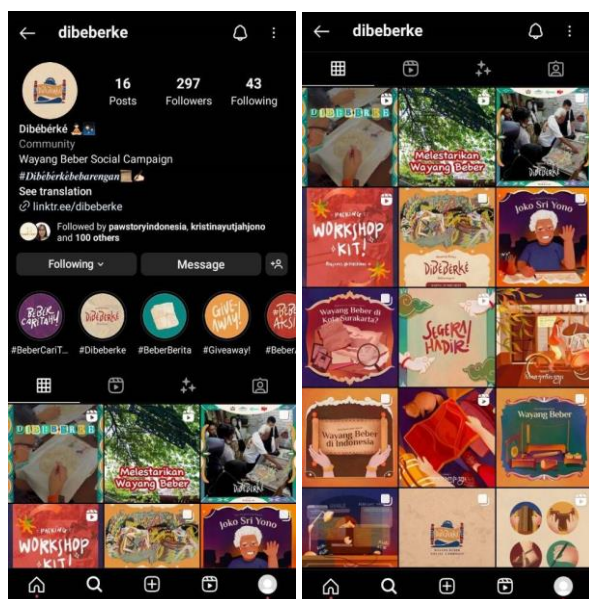
Tahapan perancangan kemudian dilanjutkan dengan pemilihan media komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan kampanye sosial “Dibéberké” kepada target sasaran. Melihat minat dan kebiasaan target sasaran yang lebih banyak berinteraksi melalui media digital, maka media utama yang kemudian dipilih adalah *Instagram*. Selain melihat aspek target sasaran, media sosial seperti *Instagram* juga lebih berpotensi untuk menjangkau target sasaran dalam lingkup lebih luas. Di sisi lain banyaknya fitur yang dimiliki oleh *Instagram* sendiri membuat penyampaian pesan komunikasi terkait kampanye sosial “Dibéberké” menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Setelah memilih media *Instagram* sebagai media utama, tahapan berikutnya adalah merancang konten dari *Instagram* “Dibéberké”. Di *Instagram*, terdapat tiga konten utama, yakni #Ber-KenalanDulu, #BeberAsik, dan #BeberAksi. Konten #Ber-KenalanDulu berisi perkenalan terkait kampanye sosial “Dibéberké” dan kesenian wayang beber yang dikemas dalam bentuk sub konten #BeberCariTahu. Kemudian terdapat pula sub konten #DibalikBeber, yang bertujuan untuk memperkenalkan tokoh-tokoh dibalik perkembangan kesenian wayang beber di Kota Surakarta, salah satunya Bapak Joko Sri Yono.



Gambar 1. Logo kampanye sosial “Dibéberké”

Selain konten #Ber-KenalanDulu, terdapat konten #BeberAsik. Konten ini bertujuan untuk membangun *interest* target sasaran agar dapat tertarik untuk terus mengikuti kampanye sosial “Dibéberké”. Di sisi lain konten ini juga berfungsi untuk mengajak target sasaran berinteraksi dengan Instagram “Dibéberké”. Konten #BeberAsik terdiri atas dua sub konten, yakni #BeberTanya, kuis-kuis menarik seputar kesenian wayang beber dengan memanfaatkan fitur seperti *QnA*, *Multiply Choices*, dan *This or That*. Kemudian terdapat pula sub konten #BeberFunFact, yakni konten yang bertujuan untuk membagikan *trivia* atau informasi menarik seputar wayang beber yang masih jarang diketahui, seperti mitos dan unsur sakral dalam kesenian wayang beber, media yang digunakan untuk melukiskan wayang beber pada zaman dahulu, dan sebagainya. Setelah itu terdapat pula konten #BeberAksi, dimana konten ini menjadi bentuk *action* atau aksi yang dilakukan “Dibéberké” untuk memperkenalkan kesenian wayang beber kepada target sasaran, salah satunya melalui kegiatan wisata sejarah dan *workshop* yang merupakan hasil kolaborasi bersama mitra Bapak Joko Sri Yono, Komunitas Soerakarta Walking Tour, Rumah Budaya Kratonan, dan Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta. Berikut merupakan tampilan Instagram “Dibéberké”.

“Dibéberké” tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media penyampaian pesan, melainkan diperoleh pula bentuk peluang lain untuk memperkenalkan kesenian wayang beber di Kota Surakarta, yakni melalui kegiatan wisata sejarah dan *workshop*. Alasan pemilihan kedua kegiatan ini adalah karena setelah diadakan observasi dan kunjungan lapangan, diperoleh data bahwa anak-anak muda di Kota Surakarta gemar mengikuti kegiatan wisata sejarah



Gambar 2. Tampilan konten-konten yang telah dipublikasikan di Instagram “Dibéberké”

sebagai media edukasi sekaligus menjadi sarana hiburan di akhir pekan. Di sisi lain, banyak ditemukan ruang-ruang kreatif di Kota Surakarta yang banyak menyediakan fasilitas serta layanan yang berkaitan dengan budaya dan kesenian tradisional di Kota Surakarta. Berdasarkan data tersebut, kemudian dilakukan pendekatan mitra yakni Komunitas Soerakarta Walking Tour, Rumah Budaya Kratonan, dan Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta untuk merancang sebuah kegiatan kolaborasi guna memperkenalkan keberadaan wayang beber, khususnya memperkenalkan aspek sejarah, seni sungging wayang beber, keberadaan Bapak Joko Sri Yono sebagai salah satu maestro sungging wayang beber serta Sanggar Naladerma milik beliau.

Pertemuan dengan keempat mitra bertujuan untuk mendiskusikan bentuk serta pelaksanaan kegiatan kolaborasi. Berdasarkan diskusi tersebut, diperoleh kesepakatan bahwa bentuk kolaborasi akan dirangkum



Gambar 3. Foto-foto ketika bertemu dengan mitra untuk mendiskusikan kegiatan kolaborasi

dalam layanan *special tour* milik Komunitas *Soerakarta Walking Tour* dan untuk kegiatan utamanya sendiri berupa wisata sejarah wayang beber di Kota Surakarta dan mengunjungi Sanggar Naladerma milik Bapak Joko Sri Yono. Selanjutnya dilakukan kegiatan *workshop* bersama dengan Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta dan Bapak Joko Sri Yono yang dilaksanakan di Rumah Budaya Kraton. Akan tetapi ketika merancang kegiatan ini, terdapat hambatan dimana Bapak Joko Sri Yono mengalami sakit *stroke* ringan. Alhasil yang berperan sebagai pemateri dan pengajar *workshop* adalah Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta.

Tahapan berikutnya adalah menyusun bentuk kegiatan bersama dengan masing-masing mitra. Bersama dengan mitra *Soerakarta Walking Tour*, dilakukan proses diskusi untuk menentukan rute wisata sejarah, dan diperoleh hasil bahwa rute kegiatan wisata sejarah terdiri dari 4 lokasi, yakni Rekxa

Pustaka-Pura Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Sanggar Naladerma milik Bapak Joko Sri Yono, dan Kediaman Raden Ngabehi Atmosupomo yang berlokasi tidak jauh dari Sanggar Naladerma. Setelah pembuatan konsep kegiatan wisata sejarah, berikutnya dilakukan kunjungan lapangan bersama dengan 3 anggota dari Komunitas *Soerakarta Walking Tour* untuk meminta izin kepada pihak Rekxa Pustaka-Pura Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, serta berkunjung ke Sanggar Naladerma guna memastikan apakah Bapak Joko Sri Yono berkenan untuk terlibat dalam *event*, dan Bapak Joko Sri Yono pun kemudian menyanggupi untuk memberikan materi seputar seni sungging wayang beber, serta mempersilahkan peserta kegiatan untuk berkunjung di Sanggar Naladerma. Selain itu Bapak Joko Sri Yono juga bersedia menjadi *guide* ketika nantinya peserta kegiatan *special tour* mengunjungi lokasi kediaman Raden Ngabehi Atmosupomo

Setelah menyusun konsep kegiatan wisata sejarah bersama Bapak Joko Sri Yono dan Komunitas *Soerakarta Walking Tour*, tahapan berikutnya adalah menyusun media serta materi *workshop* sungging



Gambar 4. Foto-foto ketika melakukan beberapa pertemuan dan diskusi bersama komunitas *Soerakarta Walking Tour*



Gambar 5. Foto-foto ketika melakukan proses pembuatan media *workshop* sungging wayang beber

wayang beber bersama dengan 4 anggota Komunitas SangKuli-Kriya ISI Perancangan diawali dengan pemilihan media, dan kemudian disepakati penggunaan media *totebag* blacu. Pemilihan media ini disebabkan karena *totebag* blacu merupakan produk fungsional yang berpotensi untuk digunakan oleh peserta kegiatan. Selain itu *totebag* blacu juga dapat berfungsi sebagai media promosi guna memperkenalkan kesenian wayang beber beserta kampanye sosial “Dibéberké”. Setelah pemilihan media yang telah disepakati, tahapan selanjutnya adalah membuat *prototype totebag* blacu. Pada proses pembuatan *prototype* ini ditemukan adanya kendala, yakni cat yang diaplikasikan ke bagian luar *totebag* meresap dan mengotori bagian dalam *totebag*. Kemudian pada proses *finishing*, pengaplikasian *drawing pen* juga sulit dilakukan. Hal ini disebabkan oleh karena pori-pori kain *totebag* blacu yang besar membuat tinta *drawing pen* menjadi sulit menyerap pada kain. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukanlah proses *coating* pada bagian permukaan *totebag* yang akan dijadikan sebagai area melukis. Setelah proses pembuatan *prototype* pertama, dilakukan proses uji coba penyunggingan pada media *totebag* blacu yang sebelumnya telah diberi lapisan *coating*. Hasil yang diperoleh adalah, *drawing pen* mudah diaplikasikan dan warna hasil sungging juga tidak mengotori bagian dalam *totebag* blacu.

Proses perancangan kemudian dilanjutkan dengan memproduksi sebanyak 30 *totebag* blacu. Selanjutnya dilakukan proses pembuatan warna-warna



Gambar 6. Hasil final media *workshop* sungging wayang beber

cat serta mengemasnya pada *tube* cat ukuran 3 ml sebanyak 12 buah. Media *workshop* yang sudah jadi selanjutnya dikemas dalam bentuk *workshop kit* yang nantinya akan diberikan kepada peserta *event special tour* dalam kegiatan *workshop* sungging wayang beber. Masing-masing *workshop kit* sudah dilengkapi dengan *totebag*, *pouch* berisi *tube* cat, 1 set kuas dan *drawing pen*. *Packaging workshop kit* menggunakan tabung yang dibuat dari bambu, dengan tujuan untuk memberikan kesan tradisional dan lebih ramah lingkungan. Sehingga memberikan kesan *sustainable* dibandingkan menggunakan media plastik sekali pakai.

Tahapan akhir adalah merancang teknis kegiatan *workshop* dengan berdiskusi bersama Ibu Sita Ratih Pratiwi, yakni pihak pengurus Rumah Budaya Kratonan. Proses diskusi dilakukan guna merancang konsep kegiatan *workshop* serta guna membahas kebutuhan selama kegiatan *workshop* yang nantinya dilaksanakan di Rumah Budaya Kratonan.

Tahapan ketiga adalah melaksanakan kampanye sosial “Dibéberké” melalui publikasi konten di sosial media *Instagram*. Publikasi dilakukan mulai pada bulan Maret 2023 yang diawali dengan memperkenalkan kesenian wayang beber serta visi misi dari kampanye sosial “Dibéberké” itu sendiri. Kemudian dilakukan pula kegiatan sosialisasi di salah satu sekolah di Kota Surakarta, yakni SMA Regina Pacis Surakarta di tanggal 5 Mei 2023. Pada awalnya proses sosialisasi akan dilakukan kepada siswa-siswi dari kelas X, XI, dan XII. Akan tetapi karena adanya kendala waktu, maka proses sosialisasi hanya dapat dilakukan pada siswa-siswi kelas X saja.

Sebagai wujud aksi kampanye sosial “Dibéberké” serta *output* dari kegiatan kolaborasi bersama dengan mitra, di tanggal 13 Mei 2023 dilaksanakan *event special tour* dengan dua kegiatan utama, yakni wisata sejarah wayang beber dan *workshop* sungging wayang beber. *Event* ini diikuti oleh 24 orang peserta dari berbagai profil dan latar belakang. Kegiatan wisata sejarah bertujuan untuk mengajak peserta mempelajari dan menelusuri lokasi-lokasi yang memiliki kaitan dengan sejarah wayang beber di Kota Surakarta, melihat dan menganalisis karya lukisan



Gambar 7. Proses diskusi bersama Ibu Sita (Manajer Rumah Budaya Kratonan)

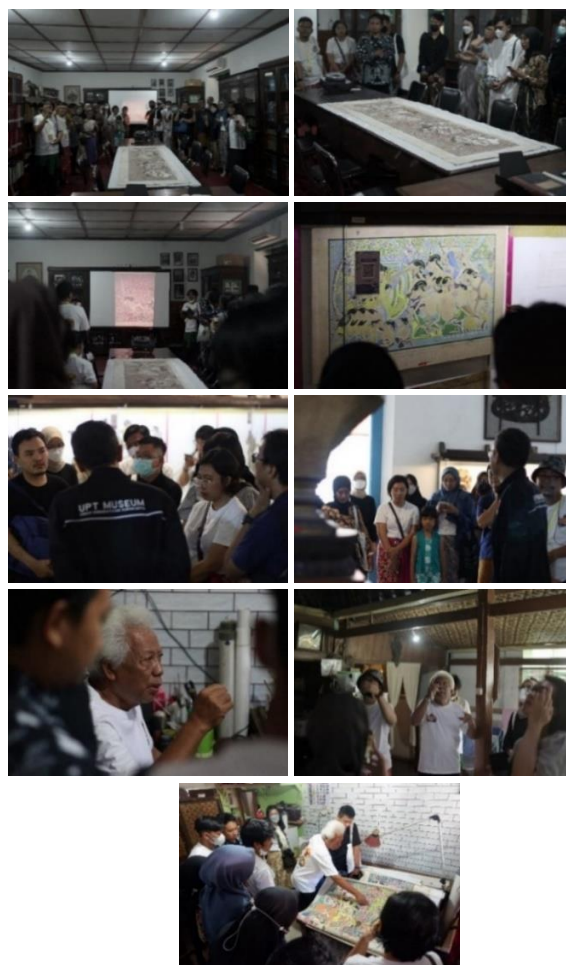
wayang beber klasik garapan Raden Ngabehi Atmosupomo yang ada di dua lokasi, yakni Reksa Pustaka-Pura Mangkunegaran, serta Museum Radya Pustaka Surakarta. Wisata sejarah dipilih agar peserta dapat merasakan pengalaman serta dapat melihat langsung wujud asli dari wayang beber itu sendiri. Tidak hanya sekedar melihat karya wayang beber saja, peserta juga diajak untuk mengunjungi Sanggar Naladerma milik Bapak Joko Sri Yono, maestro sungging wayang beber yang memperoleh keilmuan langsung dari pelestari wayang beber pertama di Kota Surakarta. Di lokasi ini, peserta berinteraksi langsung dengan Bapak Joko Sri Yono, berbagi cerita dan pengalaman Bapak Joko Sri Yono sebagai pelestari seni sungging wayang beber di Kota Surakarta, serta melihat karya-karya wayang beber garapan Bapak Joko Sri Yono.

Kegiatan *workshop* “Dibéberké” berlangsung setelah kegiatan wisata sejarah selesai. Sebelum memulai mempraktekkan teknik sungging wayang beber melalui media *totebag* blacu, peserta diperkenalkan seputar seni sungging wayang beber mulai dari

pengertian hingga pada aspek-aspek penting dalam penyunggingan wayang beber. Setelah pemaparan materi selesai, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan *workshop* yang dipandu oleh Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta. Mengingat jumlah peserta yang cukup banyak, maka untuk mempermudah proses *workshop*, maka digunakan bantuan kamera yang dihubungkan dengan *slide* proyektor. Sehingga peserta lebih mudah melihat teknik serta mempraktekkan penyunggingan pada media *totebag* blacu. Di sesi *workshop*, tiga anggota Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta juga berkunjung ke meja-meja peserta untuk membantu memberi arahan terkait teknik penyunggingan dan pengaplikasian warna. Setelah seluruh peserta selesai melakukan kegiatan *workshop*, dilakukan proses pemberian *coating* menggunakan media *binder*. Tujuannya adalah agar warna pada *totebag* lebih tahan lama dan tidak memudar ketika dicuci nantinya. Di akhir acara dilakukan penilaian oleh Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta dan kemudian dipilih 3 pemenang dengan hasil sungging tterbaik sebagai bentuk apresiasi kepada peserta *workshop*.



Gambar 8. Dokumentasi kegiatan sosialisasi di SMA Regina Pacis Surakarta pada tanggal 5 Mei 2023

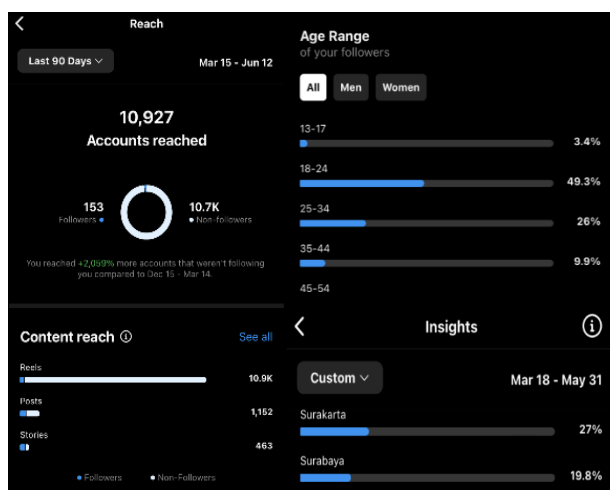


Gambar 9. Dokumentasi kegiatan wisata sejarah di 4 lokasi (Reksa Pustaka-Pura Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Sanggar Naladerma dan Rumah Raden Ngabehi Atmosupomo)



Gambar 10. Dokumentasi kegiatan *workshop* sungging wayang beber

Kemudian selama bulan Maret hingga Juni 2023, *Instagram* “Dibéberké” telah mendapatkan impresi serta sudah dilihat oleh sebanyak kurang lebih 10.000 akun. Selanjutnya pada pelaksanaan kegiatan *special tour* “Dibéberké”, evaluasi dilihat berdasarkan jumlah peserta. Pada awalnya target peserta adalah berjumlah 10 orang saja. Akan tetapi kemudian setelah pendaftaran acara dibuka, total peserta yang mendaftar adalah 24 orang peserta. Hal ini menunjukkan bahwa acara serta tema kegiatan menarik antusias target sasaran untuk terlibat. Setelah pelaksanaan kampanye sosial “Dibéberké” di tanggal 13 Mei 2023, diperoleh respon positif pula dari peserta, hal ini ditunjukkan pada setelah kegiatan, beberapa peserta memberikan *feedback* positif mereka melalui kesan pesan yang ditulis pada media spanduk yang disediakan pada kegiatan serta testimoni baik itu melalui *direct message Instagram* “Dibéberké”. Beberapa peserta berpendapat bahwa “Dibéberké” menjadi awal yang baik serta merupakan upaya yang tepat untuk membuka wawasan masyarakat awam mengenai kesenian wayang beber. Selain itu, peserta lain juga berpendapat bahwa tanpa adanya kegiatan “Dibéberké” sendiri, mereka tidak akan mengetahui bahwa ada kesenian wayang lain yang berkembang di Kota Surakarta. Peserta juga memberikan apresiasi kepada Bapak Joko Sri Yono selaku maestro sungging wayang beber karena masih melestarikan serta menekuni seni sungging wayang beber meskipun usianya sudah tidak lagi muda. Selain testimoni serta kesan pesan, beberapa peserta juga turut memperkenalkan kesenian wayang beber dan kampanye sosial “Dibéberké” melalui media sosial *Instagram* seperti yang tertera pada Gambar 12.



Gambar 11. *Insight* dan *Engagement Instagram* “Dibéberké”

Guna mengetahui keberhasilan dari pelaksanaan kampanye sosial “Dibéberké”, maka diperlukan tolak ukur ketercapaian seta proses evaluasi. Pada bagian *Instagram*, tolak ukur keberhasilan dan evaluasi diukur berdasarkan hasil *insight* dan *engagement* yang diperoleh sejak publikasi pertamanya di bulan Maret hingga Juni 2023.

Selama 4 bulan melakukan publikasi di media sosial *Instagram*, “Dibéberké” berhasil memperoleh 297 pengikut tanpa menggunakan fitur *Ads* sama sekali. Jika dilihat dari *insight*, pengikut *Instagram* “Dibéberké” didominasi oleh usia 18-24 tahun yang berdomisili di Kota Surakarta, dimana hal ini sesuai dengan target sasaran dari kampanye sosial “Dibéberké”.

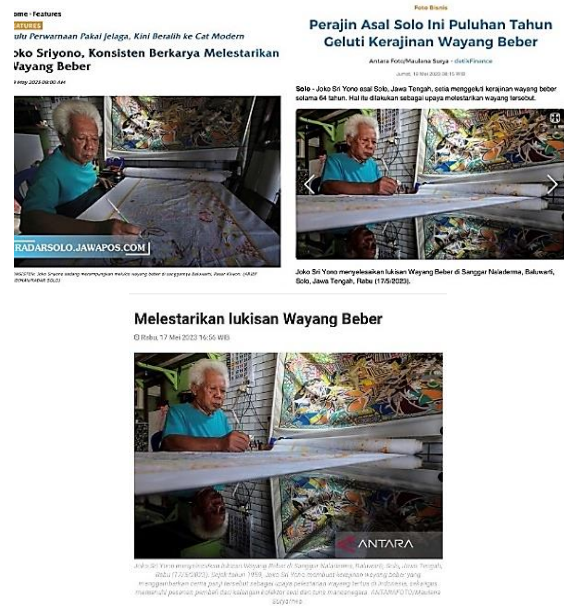
Selain respon positif yang diterima dari peserta, diperoleh pula dampak positif bagi mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye sosial “Dibéberké”, salah satunya adalah mitra utama, yakni Bapak Joko Sri Yono. Hal ini disebabkan karena keberadaan Bapak Joko Sri Yono diliput oleh beberapa media digital. Sehingga keberadaan Bapak Joko Sri Yono semakin dikenal oleh masyarakat dalam lingkup yang lebih luas lagi.

Tidak cukup sampai di situ saja, melalui kampanye sosial “Dibéberké”, Bapak Joko Sri Yono dapat kembali memiliki ruang untuk memperkenalkan kesenian wayang beber kepada masyarakat, khususnya pada generasi muda di Kota Surakarta. Selain itu Bapak Joko Sri Yono juga berkesempatan untuk kembali mempertunjukkan karya-karya beliau ketika dipamerkan di Rumah Budaya Kratonan. Selain itu Bapak Joko Sri Yono juga dapat mengetahui bahwa terdapat media yang masih berpeluang untuk digunakan sebagai upaya pengenalan kesenian wayang beber kepada masyarakat, khususnya pada generasi muda. Kemudian dari mitra Komunitas *Soerakarta Walking Tour*, memiliki tema baru dalam kegiatan wisata sejarah yang dapat menarik semakin banyak



Gambar 12. Feedback peserta special tour dan workshop “Dibéberké” melalui Instagram

target sasaran untuk berpartisipasi. Selain itu komunitas juga memiliki portofolio kolaborasi kegiatan yang tentunya juga akan menambah *value* dari Komunitas Soerakarta Walking Tour. Selanjutnya dari mitra Rumah Budaya Kratonan, melalui kampanye sosial “Dibéberké”, Rumah Budaya Kratonan memiliki peran untuk turut mendukung upaya pelestarian wayang beber. Di sisi lain, dengan adanya kegiatan ini, keberadaan Rumah Budaya Kratonan juga dapat



Gambar 13. Pers dan liputan digital yang mengulas profil Bapak Joko Sri Yono dan sanggar naladerma

semakin dikenal, serta dapat menjadi rujukan bagi masyarakat jika ingin mengadakan kegiatan-kegiatan serupa. Yang terakhir, adalah mitra Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta, anggota komunitas dapat menerapkan teori seputar sungging wayang beber yang sebelumnya telah diperoleh selama perkuliahan dan kemudian dapat diaplikasikan pada kegiatan diluar kampus, seperti menjadi mentor atau pelatih pada kegiatan *workshop* sungging wayang beber. Kreatifitas dan kemampuan anggota Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta dapat terasah ketika melakukan proses perancangan hingga pembuatan *workshop kit*. Di sisi lain anggota komunitas juga memiliki pengalaman baru untuk mengajar sekaligus turut berperan dalam upaya pengenalan kesenian wayang beber pada khalayak umum.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, diperoleh kesimpulan bahwa kampanye sosial “Dibéberké” berhasil menjadi solusi atas permasalahan terkait kurang dikenalnya kesenian wayang beber di Kota Surakarta, khususnya pada aspek sejarah, seni sungging, serta keberadaan Bapak Joko Sri Yono sebagai salah satu pelestari seni sungging wayang beber. Pelaksanaan kegiatan juga terlaksana sesuai dengan perancangan, meskipun dalam prosesnya ditemukan adanya hambatan dan perubahan urutan kegiatan. Perancangan kegiatan yang berhasil terlaksana meliputi publikasi konten di sosial media *Instagram*, merancang bentuk kegiatan kolaborasi bersama dengan 4 mitra, yakni Bapak Joko Sri Yono (maestro sungging wayang beber dan pemilik Sanggar Naladerma), Komunitas *Soerakarta*

Walking Tour, Rumah Budaya Kratonan, dan Komunitas SangKuli-Kriya ISI Surakarta dimulai dari merancang *rundown* dan rute kegiatan wisata sejarah, menyusun media dan materi *workshop*, dan perancangan kegiatan *workshop* sungging wayang beber. Selain perancangan “Dibéberké” juga berhasil merealisasikan kegiatan kolaborasi bersama 4 mitra yang diwujudkan dalam *event special tour* dengan wisata sejarah dan *workshop* sebagai kegiatan utamanya. “Dibéberké” juga berhasil memperkenalkan kepada target sasaran terkait sejarah wayang beber di Kota Surakarta.

Sebagai saran, untuk kedepannya agar terdapat peluang yang dapat kembali digagas kedepannya, mulai dari pelaksanaan *special tour* dan *workshop* secara berkala, menciptakan wayang beber sungging *kit*, maupun upaya lain yang memiliki tujuan serupa. Tidak hanya itu, untuk konten *Instagram* juga disarankan untuk dipublikasikan secara berkala dengan menyajikan informasi-informasi yang lebih menarik yang tentunya disesuaikan dengan pedoman konten yang telah dirancang sebelumnya. Rekomendasi kegiatan juga dapat dilakukan melalui metode atau cara lain, salah satunya adalah dengan mengadakan pameran karya sungging dari para seniman sungging wayang beber, maupun melakukan inovasi pengenalan wayang beber ke ranah digital seperti membuat video tutorial penyunggingan wayang beber maupun membuat video edukasi berkenaan dengan sejarah wayang beber.

Kampanye sosial “Dibéberké” yang telah dilaksanakan telah memberikan dampak positif bagi kesenian wayang beber, khususnya dalam upaya pengenalan kepada masyarakat. Meski terdapat beberapa hal yang masih belum sempurna dan dapat ditingkatkan kedepannya, seperti bentuk konten yang lebih menarik dan interaktif, melakukan sosialisasi ke lokasi-lokasi lain untuk memperluas upaya pengenalan, serta memperluas target sasaran dengan metode pengenalan yang lebih interaktif dan variatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada beberapa pihak diantaranya:

- a. Seluruh tim “Dibéberké”, Bapak Joko Sri Yono selaku maestro sungging wayang beber serta pemilik Sanggar Naladerma, anggota Komunitas *Soerakarta Walking Tour*, Ibu Sita Ratih dan seluruh staff rumah Budaya Kratonan, Komunitas Sang Kuli-Kriya ISI Surakarta, khususnya kepada Rhosita, Tati, Agustin, dan Takira.
- b. Staff dan pengurus Reksa Pustaka-Pura Mangkunegaran dan Museum Radya Pustaka karena telah memberikan akses untuk dapat melihat sumber data dan karya-karya terkait wayang

beber milik Raden Ngabehi Atmosupomo serta membantu dalam proses edukasi kepada peserta kegiatan *special tour* dan *workshop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alen. (2020, June 6). *The ancient performance art of wayang beber and its resurgence after 300 years, Part I: The history of traditional wayang beber*. Retrieved from <https://observerid.com/the-ancient-performance-art-of-wayang-beber-and-its-resurgence-after-300-years/>
- Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022, Mei 30). *Sejarah wayang beber di bumi nusantara*. Retrieved from <https://budaya.jogjaprovo.go.id/berita/detail/1140-sejarah-wayang-beber-di-bumi-nusantara>
- Gozali, A., & Sutriyanto. (2014). Kajian tehnik menggambar wayang beber gaya Pacitan Joko Sri Yono. *Brikolase*, 6(1), 1–24. <https://doi.org/10.33153/bri.v6i1.431>
- Listianingsih, D., Wiratmoko, D., & Ratnasari, S. D. (2021). *Pelestarian budaya wayang beber di masyarakat lokal Pacitan tahun 1980-2010* (Undergraduate Thesis) Universitas, Sekolah Tinggi Perguruan dan Ilmu Pendidikan PGRI Pacitan]. <https://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/574/>
- Maharsi, I. (2018). *Wayang beber*. Dwi - Quantum. Retrieved from <https://play.google.com/books/reader?id=HH58DwAAQBAJ&pg=GBS.PR5&hl=en>
- Mataram, S. (2014). Tinjauan wayang beber sebagai sequential art. *Canthing*, 2(2), Article 2. <http://jurnal.asdi.ac.id/index.php/canthing/article/view/27>
- Nasib maestro pelukis wayang beber di masa pandemi (4-habis). (2021, March 13). *iMNews*. Retrieved from <https://imnews.id/2021/03/13/nasib-maestro-pelukis-wayang-beber-di-masa-pandemi-4-habis/>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu way: 9 lessons for innovation in marketing from the world's leading advertising agency*. McGraw-Hill Companies
- Sunaryo, A. (2017). Interpretasi dan identifikasi ulang tokoh utama wayang beber Jaka Kembang Kuning. *Universitas Negeri Semarang*, XI(2), 91–105. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v11i2.12810>
- Suratno, & Rianto, J. (2019). Wayang beber lakon “Joko Kembang Kuning” garap kontemporer sebagai upaya pelestarian dan pengembangan seni tradisi. *Lakon, Jurnal Pengkajian & Penciptaan Wayang*, 16, 146–162. <https://doi.org/10.33153/lakon.v16i2.3813>

Sutrianto. (2018). *Sungging wayang beber*. ISI PRESS.
Retrieved from

<http://repository.isi-ska.ac.id/3272/2/SUNGGING%20WAYANG%20BEBER.pdf>