

WORKING PAPERS

LABORATORIUM SOSIOLOGI
FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA

Volume 8 nomor 1, Juni 2021
ISSN: 1907-5979

PELOPOR INDUSTRI KREATIF SEKTOR INFORMAL:

INOVASI PENTAS, ORGANISASI DAN MEDIA SOSIAL
KELOMPOK PENGAMEN MALIOBORO

Marselina Anggun Ferdianti,
Abdurrahman Safi'i
Maria Michaela Karina

Jalan Babarsari No. 6, Yogyakarta, Indonesia
Kode Pos 55281, Kotak Pos 1086
Telp. +62-274-487711 ext. 4420, Fax. +62-274-487748
Website: <https://fisip.uajy.ac.id/>

working papers

LABORATORIUM SOSIOLOGI
FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA

Volume 8 Nomor 1, Juni 2021
ISSN: 1907-5979

Ketua:

Kristian Tamtomo

Dewan Redaksi:

Andreas Susanto
V. Sundari Handoko
Suryo Adi Pramono
Bambang K. Prihandono
Lucinda
Y. Kunharibowo
St. Nindito
Aryo Lukisworo

Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281.

Telp. +62-274-487711 ext. 4420, Fax. +62-274-487748

Website: <https://fisip.uajy.ac.id/>

Tentang Laboratorium Sosiologi

Laboratorium Sosiologi Universitas Atma Jaya Yogyakarta didirikan pada tahun 1998. Gagasan yang mendasarinya adalah keinginan menerapkan dan mempraktekkan penelitian.

Secara institutional, Laboratorium Sosiologi adalah organisasi di bawah Program Studi Sosiologi yang berfungsi sebagai pendukung proses dan fungsi belajar-mengajar, penelitian dan pengabdian. Praktek dari ketiga fungsi ini adalah berbagai kerja seperti pengumpulan data, praktek penelitian, diskusi, pelatihan mahasiswa dan penerbitan.

Pelopor Industri Kreatif Sektor Informal: Inovasi Pentas, Organisasi dan Media Sosial Kelompok Pengamen Malioboro

Marselina Anggun Ferdianti, Abdurrahman Safi'i dan Maria
Michaela Karina

Program Studi Sosiologi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAK

Keberadaan pengamen jalanan sering kali dianggap sebagai sampah masyarakat, karena masyarakat merasa sering terganggu dengan keberadaan mereka yang terkadang berlalu-lalang di perempatan lalu-lintas maupun pinggir jalan. Kami ingin menunjukkan bahwa kelompok pengamen di kawasan Malioboro Yogyakarta memiliki ciri khas yang menjadikannya industri kreatif disektor informal. Kelompok pengamen tersebut termasuk ke dalam generasi milenial dengan usia rata-rata di bawah 35 tahun serta pengguna aktif media sosial. Ciri khas dari kelompok pengamen tersebut menggunakan berbagai alat musik yang dibuat dengan kreativitas. Cara pementasan yang membuat penampilan ini berbeda dengan pengamen lainnya yaitu adanya pembagian jam pentas, adanya persiapan, penggunaan kostum dan kolaborasi dengan penari tradisional. Kelompok pemain tersebut menampilkan pertunjukan dengan membawakan lagu-lagu populer yang dikemas dengan berbagai variasi tanpa meninggalkan unsur budaya lokal. Mereka juga memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*

sebagai ajang untuk mempromosikan budaya dan bisnis dalam bentuk tawaran mengisi acara di berbagai tempat. Berbagai hal inilah yang membuat pengamen di Malioboro terlihat berkualitas dan dapat mengubah stigma masyarakat pada pengamen sebelumnya. Perbedaan dan keunikan yang ditunjukkan oleh pengamen di kawasan Malioboro menunjukkan bahwa pekerjaan tersebut merupakan sektor industri kreatif berbasis seni dan budaya. Sektor ini berkolaborasi dengan Dinas Pariwisata Yogyakarta karena adanya perizinan serta peraturan yang harus disepakati antara pengamen dan Dinas Pariwisata. Berbagai bentuk kreativitas kelompok pengamen Malioboro ini menjadi potensi industri kreatif yang diharapkan mampu mengoptimalkan generasi milenial untuk mewujudkan generasi emas yang kreatif, produktif serta berkualitas ditahun 2045.

Kata Kunci : *Industri Kreatif, Inovasi, Kelompok Pengamen, Organisasi, Media Sosial*

Pelopor Industri Kreatif Sektor Informal: Inovasi Pentas, Organisasi dan Media Sosial Kelompok Pengamen Malioboro

1. PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah sebuah daerah otonomi setingkat provinsi di Indonesia dengan ibu kota provinsinya adalah Yogyakarta. Kota dengan berbagai predikat baik dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata. Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi provinsi ini dalam kacamata kepariwisataan. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini seperti, wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan dan wisata belanja bahkan yang terbaru wisata malam. Wisata belanja yang dari dulu sampai sekarang ini selalu diminati para wisatawan baik domestik maupun manca negara adalah wisata belanja di kawasan Malioboro. Sebagai kota budaya, Yogyakarta

menyuguhkan apa yang menjadi ciri khas daerahnya salah satunya yaitu seni musik. Kota ini memang identik dengan seni, seperti musik gamelan, keroncong, dan campur sari. Jika berkeliling di seputaran Jalan Malioboro akan menemui tiga sampai empat kelompok musisi jalanan atau juga dikenal sebagai pengamen angklung yang memainkan berbagai alat musik tradisional yang dikolaborasikan dengan musik modern seperti drum dan alat musik modern lainnya.

Pengamen merupakan kegiatan bermain musik dari satu tempat ke tempat lain dengan mengharapkan imbalan sukarela atas pertunjukan yang mereka suguhkan. Tetapi kehadiran pengamen kadang dianggap mengganggu kenyamanan apalagi banyak dari mereka yang memaksa untuk diberi imbalan. Bahkan ada yang menganggap keberadaan pengamen jalanan sering kali sebagai sampah masyarakat, karena baik pemerintahan maupun masyarakat merasa terganggu oleh kehadiran mereka yang berlalu lalang di perempatan lalu lintas, di pinggir jalan dan banyak tempat-tempat lain yang sering kali dijadikan tempat beroperasi (Hilmi 2015). Sedangkan menurut Habibullah (2002) secara

sosiologis, sebenarnya pengamen bukan hanya merupakan produk dari kondisi kemiskinan, tetapi juga karena alasan ingin mencari kepuasan batin dalam mengeskpresikan diri, meskipun secara ekonomi tidak bermasalah.

Kelompok pengamen ini bisa kita temui di tempat-tempat wisata salah satunya di Malioboro. Kelompok pengamen tersebut seperti kelompok pengamen Angklung Cari Rejeki Halal (*Carehal*), kelompok pengamen *Calung Funk* dan lainnya. Kelompok pengamen ini termasuk ke dalam generasi milenial yaitu dengan rentang umur 20-35 tahun. Banyaknya kelompok pengamen di tempat tersebut disebabkan karena banyaknya wisatawan domestik maupun wisatawan manca negara yang berkunjung sehingga membuat mereka memilih lokasi tersebut sebagai tempat yang tepat untuk mereka mengamen.

Sebelumnya, ada beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai pengamen, yaitu Kartono (2018) dan Habibullah (2002). Kartono (2018), membahas mengenai Orkhestra Jalanan di Kota: Tentang Menjadi Pengamen, Organisasi Sosial dan Eksistensi dalam Kehidupan Kota.

Temuan dalam penelitian ini yaitu berimplikasi pada pemahaman sosiologis atas realitas sosial, di mana dinamika musik dan kelompok musik dapat digunakan untuk menggambarkan realitas ketidak-adilan dan demokrasi di perkotaan. Sedangkan penelitian dari Habibullah (2002), membahas mengenai Model Pemberdayaan Pengamen. Temuan penelitian ini yaitu salah satu pemberdayaan yang dilakukan adalah inovasi kelembagaan. Inovasi kelembagaan didefinisikan sebagai perwujudan sistematis pengetahuan teori dan pranata sosial dalam kerangka perubahan transformasi manusia dan pranata sosial.

Berbeda dari penelitian-penelitian di atas, penelitian kali ini mengkaji dari sudut pandang sosiologi yang lebih spesifik yaitu ingin melihat mengenai inovasi pentas, pembagian kerja organisasi dan media sosial yang digunakan kelompok pengamen Malioboro untuk mengembangkan industri kreatif sektor informal.

Permasalahan yang ingin dibahas oleh tulisan ini adalah:

1. Bagaimana inovasi pentas yang dilakukan kelompok pengamen Malioboro?

2. Bagaimana organisasi yang ada di dalam kelompok pengamen Malioboro?
3. Bagaimana penggunaan media sosial yang dilakukan kelompok pengamen Malioboro sebagai media promosi bisnis?
4. Bagaimana keseluruhan inovasi tersebut dapat mengoptimalkan pengamen sebagai upaya mewujudkan Generasi Emas 2045?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yang menggunakan beberapa konsep sebagai berikut. Pertama, pengamen jalanan menurut Yendika (2011) adalah penari, penyanyi, atau pemain musik yang tidak bertempat tinggal yang tetap, berpindah-pindah, dan mengadakan pertunjukan di jalanan dengan tidak mengganggu lalu lintas umum. Jadi pengamen jalanan adalah orang yang mempertunjukkan kebolehannya atau keahliannya dalam menari, menyanyi atau bermain musik dengan sungguh-sungguh di jalanan. Namun menurut Hilmi (2015), pengamen jalanan memiliki beberapa stigma sosial seperti, sering kali dianggap sebagai sampah masyarakat, mengganggu

ketertiban sosial, dan dianggap sebagai kenakalan remaja.

Kedua, seni pertunjukan jalanan merupakan sebuah seni yang menunjukkan kesenian secara visual, seperti permainan musik, pertunjukan opera/teater, tarian dan lain-lain. Seni ini melibatkan, ruang dan waktu, seniman itu sendiri, maksud yang ditampilkan, dan penonton (Rianto 2016). Dalam penelitian ini seni pertunjukan terjadi di jalanan, sehingga ada perbedaan dalam organisasi pementasan dan penonton

Ketiga, adalah konsep inovasi organisasi. Menurut Sobirin (2015) organisasi adalah unit sosial atau entitas sosial yang didirikan oleh manusia untuk jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan sekelompok manusia (minimal dua orang), mempunyai kegiatan yang terkoordinasi, teratur dan terstruktur, didirikan untuk mencapai tujuan tertentu, serta mempunyai identitas diri yang membedakan satu entitas dengan entitas lainnya. Seperti halnya Schaefer (2012) mendefinisikan organisasi sebagai sebuah kelompok yang dibentuk untuk tujuan khusus dan disusun untuk efisiensi maksimal. Inovasi merupakan proses pengenalan ide objek baru atau praktek ke dalam budaya dan organisasi.

Keempat, adalah Generasi Emas yaitu mereka yang mudah beradaptasi dengan perubahan dan mampu menggunakan kemajuan teknologi digital. Generasi Emas memiliki kecerdasan komprehensif, yakni kecerdasan untuk bekerja produktif, inovatif, dan mampu berinteraksi sosial dengan baik, dan berperadaban unggul (Beritasatu 2018).

Kelima, adalah konsep industri kreatif. Nurchayati (2016) mendefinisikan industri kreatif, mengutip DCMS (Creative Digital Industries National Mapping Project ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, 2007) sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Selanjutnya Nurchayati mengelompokkan industri kreatif, berdasarkan Departemen Perdagangan dan Industri Republik Indonesia, ke dalam 15 subsektor, yaitu : 1. Periklanan (advertising), 2. Arsitektur, 3. Pasar Barang Seni, 4. Kerajinan (craft), 5. Desain, 6. Fesyen (fashion), 7. Video, Film dan Fotografi, 8. Permainan Interaktif (Interactive

Games), 9. Musik, 10. Seni Pertunjukan (showbiz), 11. Penerbitan dan Percetakan, 12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software), 13. Televisi & Radio (broadcasting), 14. Riset dan Pengembangan (R&D), dan 15. Kuliner. Kelompok pengamen Malioboro termasuk dalam industri kreatif sektor informal subsektor musik dan seni pertunjukan.

Keenam, adalah konsep media sosial. Afriani (2011: 24) (dalam Utami dan Purnama 2012) menyatakan media sosial adalah sebuah media online di mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Berbagai media sosial seperti Instagram dan Youtube juga dapat digunakan untuk mengembangkan jaringan bisnis (Edomwan 2011 dalam Priambada 2015).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2003:3), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan

dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jenis penelitian ini dipilih dengan maksud untuk mendeskripsikan inovasi pentas, organisasi dan media sosial kelompok pengamen Malioboro. Penelitian ini dilakukan di Jalan Malioboro, Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu pada bulan Oktober 2018 serta Januari hingga Februari 2019.

Sampel dari penelitian ini adalah dua kelompok pengamen di Malioboro, yang diambil dengan purposive sampling, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan tujuan dan pertimbangan-pertimbangan penelitian. Dua kelompok pengamen dipilih yaitu kelompok Carehal dan Calung Funk. Rentang usia mereka rata-rata adalah 20-35 tahun yang menjadikan mereka sebagai generasi milenial.

Dalam mengumpulkan data digunakan beberapa metode. Pertama adalah observasi atau pengamatan, yang dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sugiyono 2006: 306). Observasi kami lakukan sebanyak lima kali untuk mengoptimalkan data mengenai pengamen di Jalan Malioboro. Kedua, metode wawancara,

yaitu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, meliputi pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong 2003: 135). Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk ditanyakan kepada narasumber. Ketiga, metode dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui fotografi, pengumpulan berbagai tulisan di media online dan media sosial tentang kelompok pengamen Carehal dan Calung Funk.

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Analisis data versi Miles dan Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Usman dan Akbar 2009: 85-89). Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang

memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif dalam bentuk teks naratif. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pengamen Cari Rezeki Halal atau lebih dikenal dengan *Carehal* merupakan salah satu kelompok pengamen yang ada di Malioboro. *Carehal* dibentuk pada tahun 2009. Mereka mengolaborasikan alat musik tradisional seperti gendang, angklung, semacam kenong, dengan alat musik modern seperti bass, minidrum, dan alat musik lainnya. Lagu yang dibawakan kelompok pengamen ini adalah lagu-lagu populer yang dibawakan dengan aliran *dangdut koplo*. Kelompok pengamen ini beranggotakan 10 orang dengan 5 orang sebagai pemain musik, 3 orang sebagai penari, 2 orang sebagai pengatur jalannya pentas.

Kelompok pengamen lainnya yang ada di Jalan Malioboro adalah *Calung Funk*. Dibentuk pada tahun 2008, kelompok pengamen ini beranggotakan 5 orang. Alat musik yang digunakan *Calung Funk* adalah angklung, tripuk, bedug dan tamborin. Sama halnya dengan pengamen *Carehal*, lagu-lagu yang dibawakan *Calung Funk* biasanya lagu-lagu populer yang dikombinasikan dengan musik *dangdut koplo*. Hal yang membedakan dua kelompok pengamen ini adalah *Calung Funk* tidak menggunakan penari saat sedang pentas.

Ada beberapa hal unik yang membedakan kedua kelompok ini dengan pengamen lainnya, yaitu adanya inovasi pentas, organisasi dan pemanfaatan media sosial sebagai promosi.

Inovasi pentas yang dilakukan kedua kelompok ini seperti, mereka mempunyai jam pentas yang berbeda dan jadwal pentas setiap harinya. *Carehal* memulai mengamen setiap hari mulai pukul 16.00 sampai 21.00, sedangkan *Calung Funk* mengamen mulai dari pukul 20.00 hingga 23.00. Namun, bila mereka sedang mendapatkan panggilan pentas di tempat lain, mereka tidak akan tampil di Malioboro. Sebelum mereka tampil, selalu pada *briefing* dan latihan yang

dilakukan di markas mereka yang berada dekat Malioboro.

Untuk menunjukkan identitasnya, mereka menggunakan seragam setiap harinya, seragam yang mereka gunakan merupakan barang dari setiap sponsor yang ingin atau sedang bekerja sama dengan mereka. Setiap harinya kostum yang mereka pakai selalu berbeda. Setiap pengamen jalanan di Kawasan Malioboro memiliki kostum yang beragam dan memiliki ciri khas. Hal ini menjadi inovasi pentas bagi pengamen di Malioboro yang membedakan pengamen ini dengan pengamen lainnya.



Gambar 1 : Salah satu seragam yang digunakan *Calung Funk*

Sumber : Dokumentasi Penelitian

Pengamen jalanan di kawasan Malioboro ini juga memiliki trik atau cara tersendiri untuk memikat penonton dalam melakukan pentasnya. Salah satu kelompok pengamen yang memberikan sentuhan berupa tarian yaitu kelompok *Carehal*. Penggunaan penari saat mengamen jarang dilakukan atau bahkan tidak dilakukan oleh kelompok pengamen pada umumnya. Penggunaan penari ini bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung Malioboro untuk sejenak melihat penampilan mereka. Penari inni bergoyang mengikuti irama musik yang dimainkan oleh pemain angklung, uniknya penari ini melakukan tarian dengan bebas atau penari satu dengan lainnya tidak serempak atau seragam gaya tariannya. Penonton juga diizinkan menari dan *menyawer* bersama dengan penari. Selain diizinkan untuk menari bersama dengan penarinya penonton juga dapat *request* lagu yang diinginkan dengan dikenai biaya yang telah ditentukan oleh kelompok pengamen Malioboro.



Gambar 2 : Penari Carehal sedang berinteraksi dengan penonton
Sumber : Dokumentasi peneliti

Ada yang berbeda dari pakaian dan penampilan penari. Pada hari biasa, mereka hanya menggunakan kaos, selendang dan bawahan kain batik. *Makeup* yang digunakan relatif lebih sederhana. Pada malam Minggu dan malam Senin, mereka menggunakan kostum penari tradisional dengan *Makeup* yang lengkap dan rambut yang disanggul. Menurut penuturan Adi, selaku ketua kelompok *Carehal*, hal itu merupakan strategis, “Kalau itu karena kan kalau hari-hari libur kan yang berkunjung ke Malioboro banyak mbak jadi ya cara supaya menarik perhatian pengunjung Malioboro supaya mau berhenti

untuk menonton pertunjukan alat musik kami”. Hal ini juga yang membedakan inovasi pementasan yang dilakukan oleh kelompok *Carehal* dan *Calung Funk*. Karena kelompok *Calung Funk* tidak menggunakan penari saat sedang mengamen.

Kelompok pengamen atau musisi jalanan di Malioboro memiliki sistem dan struktur organisasi mereka sendiri. Dalam organisasi kelompok pengamen ini hanya memiliki koordinator, di mana koordinator ini yang bertanggungjawab atas segala hal yang dilakukan oleh kelompok pengamen ini, seperti pembagian kerja, pengelolaan media, undangan sebagai pengisi acara, dan kerja sama dengan sponsorship atau dengan Dinas Pariwisata Yogyakarta. Dalam mengamen kelompok pengamen ini membagi-bagi tugasnya, meliputi pemain alat musik, penari, anggota yang membawa kontak untuk menarik dana sukarela dari penonton, dan anggota yang mengatur posisi penonton agar tidak menghalangi akses jalan pengunjung Malioboro. Pembagian tugas ini dilakukan agar pekerjaan mereka terstruktur saat sedang pentas.

Pembagian tugas dalam memainkan musik meliputi pemain alat musik angklung, mini drum, gendang, bas, dan semacam kenong. Pemain alat musik tersebut pun tidak pernah berganti-ganti posisi memainkan alat musiknya. Mereka memainkan alat musik sesuai dengan bagiannya dan memainkannya sesuai dengan keahliannya. Jadwal pentas kelompok pengamen jalanan ini juga ditentukan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta, karena kelompok pengamen jalanan ini telah bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan telah ditempatkan sesuai dengan lokasi yang diarahkan oleh Dinas. Namun, terdapat perbedaan penyebutan koordinator setiap kelompok pengamen. Kelompok *Carehal* lebih menyebutnya sebagai ketua atau pemimpin dalam kelompoknya yang tugasnya mengkoordinir anggotanya dan sistematis kerja sama dengan pihak lain ataupun mengisi acara di *event* lainnya. Sedangkan kelompok *Calung Funk* menyebutnya sebagai manajemen yang tugasnya juga mengurus sistematis kerja sama dengan pihak lain ataupun mengkoordinasi anggota-anggotanya saat mempersiapkan penampilan mereka.

Selain itu, kelompok pengamen ini memiliki inovasi dengan menerima kerja sama, misalnya *sponsorship*, dari berbagai pihak. Dalam menerima kerja sama mereka memiliki kriteria, yaitu hubungan kerja sama harus saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.



Gambar 3 : Foto Carehal saat mengisi acara.
Sumber : Instagram Carehal

Kelompok pengamen Malioboro juga memanfaatkan media sosial sebagai media mempromosikan budaya seni musik tradisional yang dikombinasikan dengan alat musik modern. Mereka juga memanfaatkan akun media sosial itu sebagai media promosi mereka, karena mereka juga menerima

pekerjaan sebagai pengisi acara di tempat-tempat lain, seperti acara pernikahan dan lain-lain. Beberapa akun media sosial yang digunakan sebagai media mempromosikan kebudayaan dan bisnis mereka, yaitu *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*.

179 likes
calungfunkmalioboro Yuk ajak temen, saudara dan keluarga ke Malioboro bisa berbelanja dan menikmati kreasi musik dari Calung Funk

Star perform 20.00 - selesai

#explorejogja #wisatajogja #jalanjalanjogja #piknikjogja #hitsjogja #jogja #jogjakarta #jogjaistimewa #jogjahits #daerahistimewayogyakarta #malioboro #malioborojogja #malioborostreet #malioboromall #angklung #angklungjogja #angklungmalioboro #calung #calungfunk #calungfunkjogja #calungfunkmalioboro #calungfunkyogyakarta #viral #viralindonesia #hitskekinian #hits

Gambar 4 : Caption dan Hastag yang digunakan Calung Funk
Sumber : Instagram Calung Funk

Penggunaan akun tersebut juga menggunakan caption yang menarik para followers. Mereka juga menggunakan hashtag dalam pembuatan caption dengan tujuan pengelompokan dan membuat trending topic. Penggunaan hashtga tersebut juga bertujuan sebagai ajang

cara presentasi diri mereka dalam media sosial (Goffman 1959, Athique 2013). Hashtag yang mereka gunakan dalam penulisan caption seperti, #angklungjogja, #calungfunkjogja, #angklungmalionoro, #jogjahits, #wisatajogja, #carehal dan sebagainya. Dengan menggunakan hashtag tersebut mereka bisa menambah like dari followers akun sosial media pada foto ataupun video tersebut. Hal ini terbukti dengan banyaknya followers dan subscriber yang dimiliki akun media sosial kelompok pengamen tersebut. Selain itu penggunaan hashtag ini juga bertujuan untuk menunjukan kepada pengguna media sosial mengenai keberadaan mereka sebagai pengamen yang memiliki inovasi dalam mengamen.

Beberapa inovasi yang digunakan oleh kelompok pengamen tersebut menunjukan bahwa memiliki keunikan yang berbeda dari pengamen lainnya. Kreativitas seni musik yang mereka lakukan tergolong dalam industri kreatif informal. Hal ini dibuktikan dengan penghasilan, adanya kestabilan kerja yang diakui oleh lembaga sosial, serta sistem kerja yang lebih profesional. Dari segi penghasilan, kelompok pengamen tersebut memiliki penghasilan yang

lebih banyak dibandingkan dengan pengamen keliling. Kestabilan kerja kelompok pengamen ini ditunjukan dengan keteraturan waktu pentas yang diakui oleh lembaga sosial lain. Seperti yang dijelaskan Adi, ketua Carehal, "Kalau itu tergantung sama perijinan dari Dinas Pariwisata Malioboro, kebetulan kami akan diberikan ijin dari pukul 16.00-21.00 WIB. Soalnya kan gantian sama mereka yang dagang lesehan kalau malam." Mengenai tempat, Adi juga melanjutkan, "Kami selalu di sini (depan Toko Batik Keris) tidak pernah pindah-pindah. Sudah dari awal ijinnya di sini. Biasanya kalau di sini ada acara karnaval gitu kami semua kelompok pengamen ya libur, tidak ada yang mengamen. Sudah ada aturan dari Dinas Pariwisata Malioboronya."

Sistem kerja yang membedakan Carehal dengan pengamen lainnya adalah mereka mempunyai manajemen dan ketua yang fungsinya sebagai narahubung ketika ada panggilan untuk tampil mengisi acara. Berbeda dengan Carehal, Calung Funk tidak mempunyai ketua namun mereka mempunyai koordinator sebagai narahubung dengan pihak eksternal. Inovasi tersebut dilakukan untuk menambah

kompetensi bukan hanya di pentas tetapi juga dari usaha ekonomi kreatif. Dengan demikian, kelompok pengamen ini dapat mengubah stigma pada masyarakat terhadap pengamen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, maka kelompok pengamen Carehal dan Calung Funk memiliki inovasi pentas yang membedakan mereka dari pengamen lainnya. Perbedaan tersebut seperti jadwal pentas yang teratur, adanya briefing dan latihan sebelum tampil, penggunaan kostum yang seragam untuk menunjukkan identitas mereka, kolaborasi dengan penari, dan kolaborasi alat musik tradisional dengan alat musik modern.

Kelompok pengamen ini melakukan pembagian kerja dengan tujuan agar pekerjaan mereka terstruktur. Pembagian kerja itu meliputi tugas pemain alat musik, penari, dan pembawa kotak keliling untuk menarik dana sukarela dari penonton, dan pengatur posisi penonton agar tidak menutupi akses jalan pengunjung Malioboro. Kelompok pengamen ini juga melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata

dan menerima sponsorship dari pihak ketiga. Mereka juga menggunakan media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk mempromosikan budaya seni musik dan promosi bisnis. Mereka menggunakan hashtag, caption dan konten yang menarik untuk mendukung presentasi diri mereka di media sosial. Selain itu, penggunaan media sosial menambah peluang pentas dan penghasilan di samping pentas mereka di Malioboro.

Berbagai inovasi yang dilakukan kelompok pengamen tersebut menunjukkan bahwa mereka sanggup bekerja secara produktif, inovatif serta mampu menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usaha industri kreatif informasi mereka. Dengan demikian, apa yang mereka lakukan dapat memberi sumbangan untuk mendukung optimalisasi mewujudkan Generasi Emas 2045 dengan aktivitas dan pekerjaan mereka di bidang industri kreatif sektor informal.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, kami merekomendasikan beberapa hal yang berhubungan dengan pengamen di Yogyakarta. Pertama, berbagai inovasi ini dapat dijadikan acuan sebagai pengembangan organisasi yang menjadikan pengamen sebagai industri kreatif

yang berkelanjutan. Kedua, bekerja sama dengan dinas pariwisata setempat dapat dijadikan fondasi kepastian hukum industri kreatif pengamen. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai peluang perluasan usaha atau bisnis pengamen dan juga sebagai promosi budaya seni musik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, U. F. (2011). *Strategi Komunikasi Pemasaran Rown Division Dalam Memanfaatkan Media Jejaring Sosial facebook Sebagai Sarana Promosi Secara On-line, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika*. Skripsi S-1, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Athique, A. (2013). *Digital Media and Society: An Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- BeritaSatu. (2018). *Mewujudkan Generasi Emas*. Tajuk 29 Oktober 2018. <https://id.beritasatu.com/tajuk/mewujudkan-generasi-emas/182041> . Diakses pada 15 Februari 2019.
- Edomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., Seymour, T., (2011). The History of Social Media and Its Impact on Business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*. Volume 16, No.3.

- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Habibullah. (2002). Model Pemberdayaan Pengamen (Solusi Alternatif “Jogja: Never Ending Asia”). *Buletin Penalaran Mahasiswa UGM* Volume 10 No.1.
- Hilmi, J. (2015). *Fenomena keberadaan pengamen anak di lingkungan wisata: Studi kasus pengamen anak di lingkungan wisata Kota Tua Jakarta*. Skripsi S-1, Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Kartono, T.D. (2018). Orkhestra Jalanan Di Kota Tentang Menjadi Pengamen, Organisasi Sosial Dan Eksistensi Dalam Kehidupan Kota. *Dialektika Masyarakat: Jurnal Sosiologi* Volume 2, No.1.
- Manullang, B. (2013). Grand Desain Pendidikan Karakter Generasi Emas 2045. *Jurnal Pendidikan Karakter*, (1).
- Moleong, L. J. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nurchayati, N., & Ratnawati, A. T. (2016). Strategi Pengembangan Industri Kreatif sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang. *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2016*. Semarang : Stikubank University.

- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*. <http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download/file/1547>. Diakses pada 18 Februari 2019.
- Rianto, M.S.F. (2016). *Perancangan Rumah Kreasi Seni Rupa dan Seni Pertunjukan Anak Jalanan*. Skripsi S-1, Universitas Islam Negeri Malang.
- Schaefer, R.T. (2012). *Sosiologi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sobirin, A. (2015). Perilaku Organisasi. <http://repository.ut.ac.id/4581/1/EKMA5101-M1.pdf>. Diakses 15 Februari 2019.
- Sugiyono (2006). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, H dan Akbar, P. S. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Utami, D.A dan Purnama, B.E. (2012). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus di Batik Solo 85). *Seruni FTI UNSA* Volume 1.
- Yendika, F. O. (2011). *Apresiasi Mahasiswa Seni Musik Terhadap Lagu-lagu Pengamen Jalanan Di Kota Semarang*. Skripsi S-1, Universitas Negeri Semarang.