

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta diisukan sebagai kota festival sejak sekitar dua tahun yang lalu, selain sebutannya sebagai kota pelajar dan kota budaya. Isu ini ditulis dalam Kompasiana.com pada sebuah artikel dengan judul Jogja Kota Festival (2014). Dituliskan dalam artikel ini informasi tentang festival-festival besar yang terselenggara di Yogyakarta saat ini. *British Council* (www.britishcouncil.id), sebuah lembaga organisasi budaya Inggris yang bergerak di bidang pendidikan adalah salah satu lembaga yang menggemakan hal ini.

Sejak 2014, *British Council* bekerjasama dengan festival-festival besar di Yogyakarta mengembangkan konsep promosi dan pemasaran agar dapat dibawa ke level internasional, harapannya dapat membentuk citra “kota festival” di Yogyakarta. Kegiatan panjang *British Council* ini ditulis dalam Republika.co.id berjudul “*Yogyakarta Promoted as ‘Festival City’ to Boost Tourism Sector*” (2015). Artikel ini menulis Yogyakarta dan Edinburg memiliki iklim yang sama dalam hal penyelenggaraan festival. Dua-duanya merupakan kota yang memiliki intensitas penyelenggaraan festival yang tinggi dan berkualitas. Berdasarkan kesamaan tersebut, *British Council* mendatangkan pelaksana Edinburg Festival, James McVeigh ke Yogyakarta guna melatih para pelaksana festival seni independen di Yogyakarta. Menurut James McVeig, kesalahan yang dilakukan banyak festival sekarang adalah

terlalu mementingkan profit dan terlalu mengikuti tren, sehingga menyebabkan gangguan terhadap esensi festival itu sendiri. Edinburgh Festival City bisa sukses dengan identitas dan cita-citanya sendiri, tanpa terbawa arus dan tren yang berkembang di masyarakat. (www.cnnindonesia.com, 20 April 2015). Program inisiatif *British Council* ini memandang hubungan budaya dengan edukasi, pariwisata, dan ekonomi kreatif di Yogyakarta.

Festival-festival seni pertunjukan yang berlangsung di Yogyakarta terbentuk berdasarkan intuisi dan kekuatan visi para penyelenggara sebagai salah satu wujud peristiwa kebudayaan. Beberapa festival besar terselenggara di Yogyakarta misalnya FKY, ArtJog, Biennale Jogja, JAFFE, Festival Film Dokumenter, Ngayogjazz, Malioboro Night Festival, Festival Gamelan Internasional, dan banyak lagi. Ajang-ajang ini diselenggarakan dalam berbagai bentuk dan dengan berbagai tujuan. Seniman, budayawan, dan para penyelenggara festival di Yogyakarta telah menyadari kontribusi besar festival bagi pembangunan banyak aspek dalam kehidupan masyarakat. Semakin hari semakin banyak festival dengan berbagai bentuk dan tujuan terselenggara mengandung misi seperti pertumbuhan perekonomian masyarakat, memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat, sarana edukasi, dan pariwisata daerah.

Melihat besarnya dampak dan peran festival bagi banyak aspek dalam kehidupan masyarakat, festival dapat dianggap mengalami perubahan makna dari sebuah peristiwa kebudayaan menjadi sebuah 'produk' kebudayaan (kesenian). Perubahan bentuk dan fungsi festival juga menuntut perubahan pengelolaan festival

itu sendiri. Pengelolaan yang baik dimaksudkan agar festival tetap memiliki esensi yang kuat sebagai bentuk peristiwa kebudayaan namun dapat memberikan kontribusi yang positif bagi banyak sektor lain sebagai sebuah ‘produk seni’. Penyelenggara festival harus memiliki konsep yang kuat dan sesuai agar tercipta posisi yang tepat dalam benak masyarakat. Posisi yang tepat dapat menjadi identitas yang kuat, yang merupakan salah satu aset keberlangsungan kegiatan itu sendiri. Penciptaan posisi yang kuat dalam benak masyarakat dapat didukung salah satunya dengan menciptakan konsep diferensiasi (pembeda).

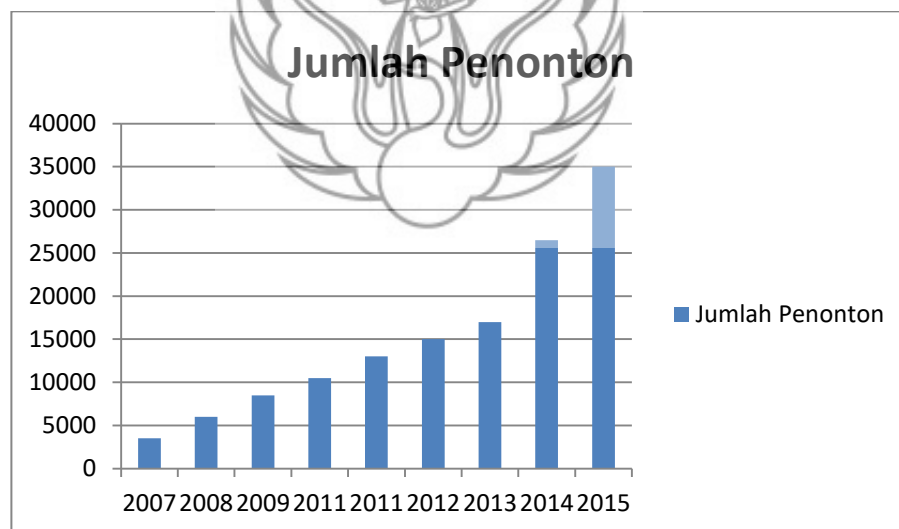
Salah satu contoh festival yang terselenggara di Yogyakarta adalah Ngayogjazz. Ngayogjazz adalah salah satu festival musik *jazz* yang memiliki posisi yang kuat dalam benak masyarakat Yogyakarta. Posisi ini juga tidak lepas dari strategi diferensiasi yang dilakukannya. Diselenggarakan di Yogyakarta, Djaduk Ferianto, konseptor dan penggagas bersama pemerhati musik di Yogyakarta mengusung musik *jazz* namun dibalut dengan semangat budaya lokal dan merakyat. Ngayogjazz tumbuh sebagai perwujudan cita-cita para penyelenggara untuk mengadakan sebuah festival yang dapat menjadi ikon bagi kota Yogyakarta. Sementara itu penyelenggara juga memiliki cita-cita untuk ambil bagian dalam usaha pembangunan ekonomi dan sumber daya manusia masyarakat Yogyakarta.

Ngayogjazz diselenggarakan sangat dekat dengan masyarakat, yaitu di desa-desa di seputar Yogyakarta. Semangat dan tujuan itu mereka wujudkan dengan beberapa konsep, antara lain penyelenggaraannya di tengah-tengah pedesaan,

pemberdayaan musisi-musisi lokal, bebas biaya tiket masuk, dan penggunaan jargon-jargon dalam bahasa daerah (bahasa Jawa).

Ngayogjazz telah menjadi agenda rutin yang diselenggarakan setiap bulan November di Yogyakarta sejak 2007. Setiap tahunnya Ngayogjazz mampu menyedot puluhan ribu penonton untuk datang. Pada 2014 yang lalu tercatat 26.000 penonton hadir dalam Ngayogjazz, pada 2015 mencapai sekitar 30.000 penonton, dan 2016 masih dalam proses penghitungan (wawancara Aji Wartono). Berikut data pengunjung Ngayogjazz yang diperoleh langsung dari arsip pribadi penyelenggara:

Gambar 1. Data Jumlah Penonton Ngayogjazz Sejak 2007-2015



Sumber: Arsip Panitia Penyelenggara Ngayogjazz

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa jumlah penonton Ngayogjazz mengalami peningkatan setiap tahunnya. Apresiasi masyarakat yang sangat tinggi ini menjadi pembuktian bahwa penyelenggara memiliki strategi pemasaran yang berhasil

dan membuat Ngayogjazz memiliki posisi yang kuat dalam benak masyarakat Yogyakarta sebagai sebuah festival. Ketika banyak penyelenggara festival memikirkan konsep festival *jazz* yang dibangun dalam citra musisi *jazz* internasional, Djaduk dan panitia penyelenggara menggandeng musisi-musisi legendaris Indonesia dan musisi-musisi dari komunitas *jazz* lokal untuk Ngayogjazz.

Beberapa pertunjukan musik *jazz* lain yang terselenggara, antara lain Java Jazz Festival, Economic Jazz, Jak Jazz, Indonesia Jazz Festival, Prambanan Jazz International Music Festival, Ubud Vilage Jazz Festival, Jazz Goes to Campus, dan masih banyak lagi. Ajang musik *jazz* di Indonesia, baik yang berbentuk pertunjukan maupun festival memiliki keseragaman dalam beberapa hal, antara lain diselenggarakan di gedung pertunjukan maupun di *outdoor* dan terletak di pusat kota, biaya tiket masuk relatif mahal, menampilkan musisi-musisi *jazz* tenar dari mancanegara. Dalam ajang-ajang ini, *jazz* dihadirkan sebagai sebuah *genre* musik. Panitia penyelenggara membuat sebuah ajang sebatas memberi ruang bagi masyarakat untuk mengapresiasi musik *jazz*. Biaya tiket yang relatif mahal juga berdampak terciptanya segmentasi bagi masyarakat yang ingin mengapresiasinya.

Konsep Ngayogjazz berbeda dengan ajang-ajang pertunjukan musik *jazz* yang tersebut sebelumnya. Penyelenggara memiliki sebuah misi yang lebih besar untuk disampaikan dengan media musik *jazz*. Melalui Ngayogjazz, panitia penyelenggara ingin memberikan kontribusi bagi musik (karya seni), masyarakat, dan seniman (musisi). Ada proses berkelanjutan antara ketiganya yang ingin dibangun oleh para penyelenggara Ngayogjazz. Konsep yang unik dan berbeda ini seolah-olah

menyiratkan Ngayogjazz menyusun sebuah strategi pengelolaan festival sebagai sebuah ‘produk seni’.

Banyak tinjauan terhadap Ngayogjazz yang ditulis oleh jurnalis, seniman, kritikus musik dan budayawan. Widiyanto menuliskan tinjauannya berjudul Daya Hidup Desa di Ngayogjazz (Kompas, 2015). Beliau mengatakan dengan selalu mengambil nuansa desa sebagai lokasi gelaran, ada keinginan-keinginan untuk membangun nilai-nilai kehidupan. Ada sebuah permainan logika dalam tiap tema plesetan (jargon) Ngayogjazz, yaitu ingin memaknai hidup lewat kesenian, khususnya musik. Majalah elektronik Rolling Stone menuliskan Ngayogjazz 2015 sebagai festival yang menggemakan peristiwa budaya. Dalam pembukaan Ngayogjazz 2015, diselipkan kritik-kritik sosial tentang pejabat-pejabat pemerintahan yang dikemas dalam guyonan ringan yang menggelitik. Kemudian penampilan dibuka oleh musisi-musisi lokal yang memiliki kekayaan format dan genre musik. (www.rollingstone.co.id).

Djaduk tidak berhenti menekankan bahwa keunikan Ngayogjazz adalah pengemasan menggunakan budaya lokal (Yogyakarta). Semua unsur pertunjukan dalam Ngayogjazz dikemas sangat dekat dengan budaya Jawa (Yogyakarta), seperti penggunaan jargon Ngayogjazz, penampilan kesenian-kesenian lokal daerah setempat, desain logo, poster, dan dekorasi saat acara. Penonton memiliki kesempatan untuk merasakan pengalaman-pengalaman lain selain pertunjukan musiknya sendiri, suasana pedesaan, *ngobrol* di angkringan, bertemu dengan banyak orang, bahkan ikut ambil bagian dalam pertunjukannya sendiri.

“Semua yang hadir di Ngayogjazz akan merasakan pengalaman menikmati musik jazz yang terjadi at the moment, at that scene,”

kata Djaduk dalam kesempatan jumpa pers Ngayogjazz ke-9. Konsep yang berbeda ini menunjukkan bahwa sadar ataupun tidak, penyelenggara Ngayogjazz telah melakukan sebuah strategi pengelolaan untuk mencapai posisi yang sesuai dalam benak masyarakat, yang membuat festival ini dapat rutin terselenggara dan diapresiasi dengan baik oleh masyarakat.

Yogyakarta sebagai kota festival merupakan wadah yang sangat mendukung aneka festival dengan beragam tema dan konsep terselenggara di kota ini. Semakin banyaknya festival, semakin besar pula tanggung jawab penyelenggara untuk mengemas acara sehingga tidak kehilangan esensi dan terbawa tren. Sebab, sebuah festival tanpa konsep yang matang tentu tidak akan mendapat apresiasi yang tinggi dari masyarakat. Kurangnya apresiasi masyarakat dapat mengakibatkan festival menjadi sulit mendapat kepercayaan dari pihak sponsor dan donatur. Padahal dana adalah salah satu sumber daya terpenting untuk terselenggaranya sebuah festival. Oleh karena itu, penting bagi penyelenggara untuk menerapkan strategi pengelolaan seni pertunjukan dengan konsep dan visi yang jelas.

Penelitian ini akan membahas penerapan strategi pemasaran terhadap pengelolaan seni pertunjukan dalam festival musik. Ngayogjazz dipilih menjadi objek studi kasus karena festival ini memiliki karakter dan konsep yang berbeda dan unik dibanding dengan festival-festival musik *jazz* lain di Indonesia. Konsep Ngayogjazz juga telah diadaptasi beberapa festival musik jazz yang diselenggarakan oleh

konseptor festival, seniman, maupun musisi di beberapa daerah lain di Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah strategi pengelolaan seni pertunjukan musik yang ideal, dapat menjadi referensi dan pertimbangan bagi terselenggaranya festival-festival seni pertunjukan yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Ngayogjazz sebagai salah satu produk budaya dalam dunia seni pertunjukan membutuhkan sebuah strategi pengelolaan agar memiliki posisi yang baik dalam masyarakat, yang merupakan aset/model yang akan mendukung keberlangsungan festival ini sendiri. Posisi yang baik akan menumbuhkan apresiasi masyarakat yang akan datang menyaksikan pertunjukan. Kehadiran masyarakat ini menjadi salah satu hal terpenting dalam sebuah festival. Festival tanpa kehadiran masyarakat yang ikut merayakan pastilah menjadi perayaan yang kurang berhasil. Maka permasalahan yang akan dikaji adalah mengenai strategi *positioning* dan diferensiasi pada festival musik Ngayogjazz dalam upaya membangun *brand*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana upaya Ngayogjazz membangun *brand* selama ini?
2. Mengapa strategi *positioning* dan diferensiasi penting untuk membangun *brand* Ngayogjazz?
3. Apakah strategi *positioning* dan diferensiasi tepat untuk membangun *brand* Ngayogjazz?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan merumuskan proses pengurus Ngayogjazz dalam upaya membentuk *positioning* dalam benak penonton dan menciptakan *branding*.
2. Menganalisis pentingnya penerapan strategi *positioning* dan diferensiasi bagi Ngayogjazz.
3. Mengidentifikasi alasan pentingnya penerapan strategi pemasaran ini bagi Ngayogjazz.

