

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING BIDANG KEBUDAYAAN DI PROPINSI DIY

Amiluhur Soeroso¹, D. Wahyu Ariani² dan Y. Sri Susilo³

Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

¹amisoeroso@gmail.com, ²dwariani@gmail.com, ³yssusilo@gmail.com

Abstract

This research aims to explore cultural development indicators in *Daerah Istimewa* Yogyakarta (DIY), which seen having competitive advantage. Then, formulating its policy, strategy and implementation programs based on cultural development. Data were obtained from survey to inhabitants in four regencies and one city. We processed data statistically by factor and cluster analysis. In addition, we did SPACE (Strategic Position and Action Evaluation), internal-external analysis and using choice experiment to look for and chose priorities among them.

The results indicate that imperative parameters of cultural shape are organic solidarity, spiritualism, social institution, introduction of Javanese culture and language on early education, appreciation of arts, using formal and non-formal institution simultaneous and doing well communication in society. Therefore, the critical factors of cultural physic are arts value, arts performance, supporting infrastructure of culture, heritage conservation, batik and lurik pattern, handicrafts, traditional fashion, discipline and caring Kraton as centre of Javanese culture. Consequently, government of DIY should push cognitive, affective and conative education and doing revitalization of tradition, custom and rituals that reflecting of identity, integrity and togetherness of Javanese ethnics.

Keywords: DIY, strategy, culture, competitive advantage

I PENDAHULUAN

Industri kebudayaan adalah industri berorientasi masa depan yang berbasis ekonomi kreatif (*cultural economics*). Di dalam industri ini tercakup barang cetakan (termasuk batik), percetakan dan multimedia, sinematografis, audio-visual, kerajinan tangan dan disain, arsitektur bangunan, seni visual, pertunjukan, olah-raga, musik, pabrikan alat musik, periklanan dan pariwisata budaya (Unesco, 2007).

Dalam dua dekade terakhir, perdagangan barang kebudayaan dunia tumbuh secara eksponensial mencapai US\$ 390 juta per tahun. Industri kebudayaan penting bagi negara sedang berkembang, karena bersifat padat karya, inovatif dan proses komersialisasinya memberikan nilai tambah bagi kesejahteraan masyarakat. Industri ini dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, pertumbuhan ekonomi dan menurunkan kemiskinan. Namun, pada saat ini serbuan barang kebudayaan barat ke negara sedang berkembang terutama ke Indonesia lambat laun menafikan kebudayaan lokal sehingga bila tidak diatasi akan menghilangkan identitas sebuah bangsa.

Perubahan konstelasi dunia yang cepat dengan adanya ASEAN-China *Free Trade Area* dan *Asian Communities* untuk menandingi Uni Eropa menyebabkan pemerintah daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) bermaksud menjadikan daerahnya sebagai pusat pendidikan, kebudayaan dan daerah tujuan wisata di tahun 2020. Masyarakat diharapkan mampu memilih budaya moderen yang positif dan tetap melestarikan budaya lokal. Namun demikian sampai saat ini belum ada arahan strategi yang tepat untuk mengatasinya.

Dengan demikian perumusan masalahnya adalah bagaimana strategi yang tepat, organik, tepat sasaran dan secara faktual dapat diimplementasikan mengangkat “DIY sebagai pusat budaya tahun 2020”? Berkaitan dengan itu maka tujuan penelitian ini adalah (1) merumuskan indikator pengembangan dan strategi yang dipilih untuk mewujudkan program, dan (2) merumuskan kebijakan, strategi dan implementasi sebagai dasar “pembangunan berbasis budaya” yang berdaya saing tinggi.

II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Budaya

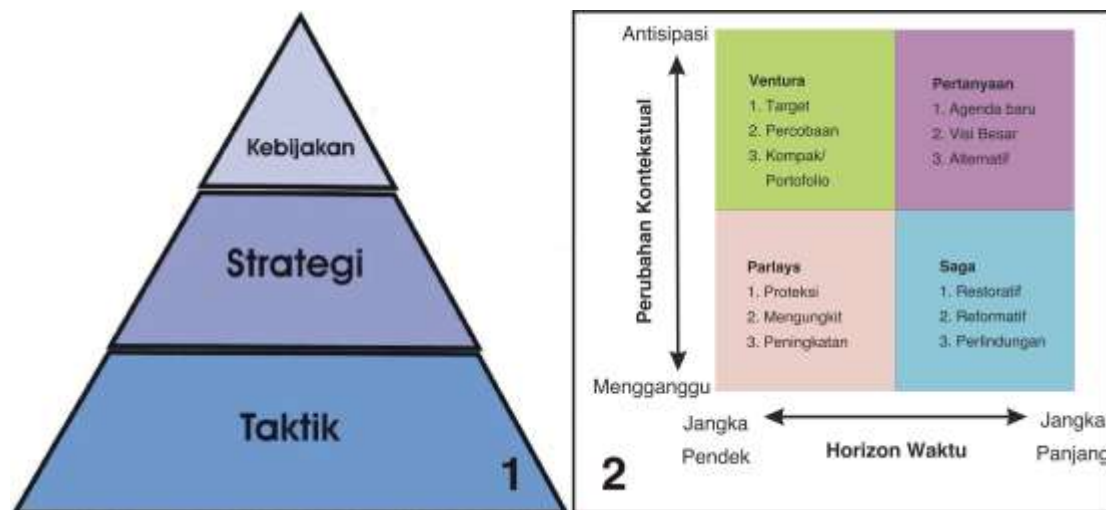
Budaya atau kebudayaan yang menjadi landasan aktivitas kreatif, berasal dari bahasa Sanskerta “*buddhayah*”, bentuk jamak dari “*buddhi*” yang berarti budi atau akal sehingga dapat diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan akal dan budi. Kebudayaan adalah hasil cipta, rasa dan karya masyarakat (Soemardjan dan Soemardi dalam Wikipedia, 2007) dipelajari oleh pola-pola perilaku yang normatif, mencakup segala cara atau pola berpikir (Ranjabar, 2006). Universalitas unsur kebudayaan meliputi peralatan dan perlengkapan hidup manusia, mata pencaharian dan sistem ekonomi, kemasyarakatan, bahasa, kesenian, sistem pengetahuan dan religi (Koentjaraningrat, 2004). Budaya bersifat dinamis, mengikuti perkembangan, baik internal dan eksternal, serta multidimensional (bukan unidimensional). Tiga wujud kebudayaan adalah (1) ide, gagasan, nilai, norma, peraturan, (2) perilaku manusia dalam masyarakat dan (3) benda hasil karya manusia.

Dengan demikian, secara umum budaya menunjukkan seluruh pengetahuan, pengalaman, keyakinan, nilai-nilai, sikap, makna atau arti, hirarki, religi, peran, hubungan, konsep, dan obyek fisik yang diperoleh oleh sekelompok orang yang dibangun melalui usaha individu atau kelompok. Budaya juga berarti sistem nilai bersama orang-orang dalam kelompok atau dapat berarti komunikasi; sehingga komunikasi juga berarti budaya. Berdasarkan konsep Koentjaraningrat (2004) yang digunakan sebagai pedoman, maka dapat dikatakan bahwa setiap suku bangsa akan menghasilkan kebudayaan. Oleh karena itu, dalam keragaman suku bangsa di Indonesia juga terdapat keragaman kebudayaan.

II.2 Potpurri Strategi

Hirarki kebijakan, strategi dan taktik digunakan dalam pengambilan keputusan terhadap upaya manajemen (Gambar 1-1). Kebijakan mensintesis variasi dari prinsip-prinsip optimasi dengan kebijakan publik dan proses legal; atau dapat diartikan sebagai keputusan yang didisain untuk *deal* dengan masalah sosial yang ada sehingga dapat diambil tindakan tertentu yang sesuai (Nagel, 1982: xiii)

Sementara itu, manajemen strategi adalah proses upaya untuk menyatukan rencana dan sumberdaya yang dimiliki baik dengan lingkungan eksternal dan internal (Langabeer II, 1998). Tujuannya meraih keunggulan dan menciptakan posisi aman dengan melakukan efisiensi, kontrol kualitas, inovasi dan memperhatikan tanggapan konsumen; sasarannya adalah kelestarian pengembangannya (Lee dan Snepenger, 1992: 48-49). Adapun taktik adalah bagian dari strategi untuk mencapai sasaran yaitu pengembangan keberlanjutan eksistensi budaya. Pada level taktik, dipilih cara untuk operasionalisasi faktor kebudayaan agar memiliki daya saing. Dalam pembangunan budaya, ketiganya penting karena sektor ini harus memperhatikan keseimbangannya. Agar tujuan dan sasaran manajemen kebudayaan yang bermuara pada ekonomi kreatif berkelanjutan tercapai maka dalam melakukan redefinisi, revitalisasi dan reposisi strategi keterlibatan *stakeholders* harus menjadi bagian dari pengambilan keputusan.



Gambar 1 Hirarki Keputusan dan Tipologi Keputusan Sektor Publik

Sumber: Cappiello, *et al.* (1995: 5), Rubin (Bryson dan Einsweiller, 1988)

Rubin (Bryson dan Einsweiller, 1988) mengembangkan strategi sektor publik berdasarkan waktu dan konteks terjadinya perubahan (Gambar 1-2). Strategi tersebut adalah: pertama, “*saga*” (kronologi) yaitu pola tindakan jangka panjang untuk mengembalikan nilai dan tujuan yang mulai terancam hilang karena perubahan lingkungan, ketidak-tepatan atau kapasitas pengelolaan ke posisi semula. Idennya tidak mengembalikan masa lalu tetapi untuk memperoleh kembali kualitas yang hilang tetapi merespon situasi yang baru. Jenisnya: (a) restoratif mengembalikan kualitas yang hilang melalui kebijakan baru dan orientasi ulang; (b) reformatif, merubah kebijakan dan prosedur pemerintah sehingga dapat merefleksikan apresiasi pada masa lalu; (c) rumah lindung (*conservatory*), tempat preservasi nilai, institusi atau tujuan yang terancam perubahan lingkungan. Kedua, “*Quests*” (pertanyaan) yang menitik beratkan pada masa depan yang baru. Jenis strateginya (a) agenda baru tujuan dan sasaran jangka panjang; (b) visi besar terhadap kota, wilayah atau lembaga; (c) tindakan alternatif jangka panjang untuk mengantisipasi krisis atau konflik.

Ketiga, ventura (*venture*) yang berasosiasi dengan (a) target keuntungan pada kesempatan yang relatif kecil; (b) percobaan (*trial*), eksperimen jangka pendek agar dapat bertransaksi dengan berbagai isu; (c) kompak (*compact*) atau perjanjian jangka pendek antar lembaga untuk melakukan aksi dan menanggung kesulitan secara bersama-sama. Terakhir,

“*parlays*”, upaya memitigasi tingkat risiko yang tidak diinginkan dengan memberikan perlindungan jangka panjang. Tiga jenis strateginya adalah (a) proteksi (*hedging*) terhadap risiko; (b) mendorong (*leveraging* atau *engaging*), upaya negosiasi untuk memperoleh keunggulan; (c) peningkatan atau “*advancing*” – membuat respon jangka pendek pada situasi yang penting.

III METODE PENELITIAN

III.1 Data, Daerah Penelitian dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan survei, menggunakan data: (1) primer, melalui wawancara dengan bantuan kuesioner terstruktur, dan (2) sekunder, dengan menggali dari literatur. Lokasi penelitian adalah di empat kabupaten dan satu kota di DIY. Mengacu Watson *et al.* (1993: 360) ukuran sampel ditentukan dengan cara:

$$n = \frac{4 Z_{1/2\alpha}^2 p(1-p)}{\omega^2} \dots\dots\dots (1)$$

n adalah ukuran sampel dengan harapan proporsi kesuksesan pengambilan sampel (p); $Z_{1/2\alpha}$, koefisien konfidensi, $\omega=L+R$ adalah batas kiri (L) dan kanan (R) toleransi kesalahan. Dengan asumsi $p=90\%$, $\alpha=1\%$, $L=R$ maksimal 4% maka menggunakan rumus (1) jumlah sampel (n):

$$\{4 \cdot (2,58)^2 \cdot (0,90) \cdot (0,10)\} / (2 \cdot 0,04)^2 = 3,39 / 0,0064 \approx 375 \text{ orang.}$$

Untuk itu, peneliti menetapkan responden dalam penelitian ini sejumlah 380 orang, distribusi sampel dilakukan secara purposif. Daftar responden terpilih yang dianggap mengerti kebudayaan Jawa dan ekonomi kreatif disusun berdasarkan diskusi penulis dengan sejumlah pakar dan birokrat Pemerintah Daerah Provinsi DIY. Responden tersebut meliputi guru terutama kesenian, bahasa serta bimbingan dan penyuluhan (BP); akademisi, dinas/intansi terkait (dinas pendidikan, kebudayaan, pariwisata, pertanian, Bappeda, museum serta balai pelestarian peninggalan purbakala), seniman (pedalangan, tari, kriya, kerawitan, batik, musik, lukis, media

rekam, pemimpin sanggar seni, pengrajin kerajinan tangan), aktivis lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan tokoh masyarakat yang dianggap dapat memberikan kontribusi (dari Kraton Yogyakarta, Pura Pakualaman, pemimpin organisasi pendidikan, kebudayaan dan pertanian).

III.2 Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji coba dulu terhadap 30 orang responden (n), kemudian dianalisis dengan teknik α -*cronbach* (Santosa, 2000b: 276-277; 280-281). Selanjutnya analisis faktor digunakan untuk menentukan faktor-faktor dari subyek yang diteliti dengan mereduksi jumlah pernyataan pada kuesioner. Inti setiap faktor dibentuk dari setiap pernyataan yang berhubungan dengan yang lain dan kelompok pernyataan yang membentuk faktor (Hair *et al.*, 2006: 114-115; Santosa, 2000a: 100-101).

Prosesnya pertama, melihat nilai signifikansi KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) and *Barrlett's test*. Jika $KMO > 0,50$ dengan $p < 0,10$ maka pengujian dapat dilanjutkan (Hair *et al.*, 2006: 114-115; Santosa, 2002a: 100-101). Selanjutnya berdasarkan tabel *Measure of sampling Adequacy* (MSA) dilakukan langkah: (1) menentukan hipotesis: (a) H_0 : sampel (variabel) belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut; (b) H_1 : sampel (variabel) sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut; (2) menetapkan persyaratan: (a) jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima; sebaliknya; (b) jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak; (3) menetapkan titik kritis: (a) $MSA = 1$ variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain; (b) $MSA > 0,5$ variabel masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut; (c) $MSA < 0,5$ variabel tidak dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut; dan (4) mengambil keputusan: analisis dapat dilanjutkan atau tidak. Selanjutnya melihat persentase variasi yang dijelaskan (*percentage of variance explained*) yaitu suatu ukuran yang menyatakan berapa banyak total perbedaan variabel atau pernyataan diwakili oleh faktor-faktor. Suatu faktor dianggap mewakili atau mendasari variabel-variabel yang ada bila persentasenya lebih besar daripada rerata variabel atau *total initial eigenvalues*-nya lebih dari 1 (Hair *et al.*, 2006: 120).

Kedua, (1) menentukan variabel yang dianalisis, (2) rotasi pada faktor yang dibentuk, (3) interpretasi dan pemberian nama terhadap faktor yang terbentuk yang dapat dianggap mewakili variabel anggota faktor tersebut. Signifikansi parameter *factor loading* ditentukan berdasarkan sampel yang digunakan; dengan sampel di atas 350 diperlukan signifikan *factor loading* sebesar 0,30 (Hair *et al.*, 2006: 128). Hasil perhitungan berupa skor faktor digunakan sebagai masukan untuk analisis kelompok (*cluster*); dan hasilnya merupakan kelompok-kelompok faktor.

Kemudian, berlandaskan pada hasil analisis tersebut, kebijakan, strategi dan taktik operasional dikonfirmasi dengan 15 orang pakar. Sistem yang dilakukan adalah dua putaran pertemuan. Hasilnya dipetakan dan disintesis dengan menggunakan: (1) analisis SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*) dan (2) analisis kekuatan internal-eksternal (IE). Terakhir dilakukan proses hirarki analitik (*Analytical Hierarchy Process*, AHP) dengan menggunakan perangkat lunak *expert choice* untuk menentukan prioritasnya (Saaty, 1986).

IV HASIL PENELITIAN

IV.1 Potensi Budaya DIY

Mayoritas penduduk DIY beretnis Jawa dengan bahasa pengantar keseharian Jawa dialek Mataraman; dan bahasa Indonesia untuk kegiatan formal. Karakteristik masyarakat agraris dengan lahan persawahan irigasi teknis, seringkali dikombinasikan dengan pembenihan ikan, mina padi dan kolam. Sektor ini menjadi andalan karena relatif tidak memerlukan ketrampilan khusus. Namun, seperti umumnya masyarakat pertanian, bercocok tanam baginya bukan hanya matapencaharian tetapi juga praktik upacara dengan tata susila dan memperlihatkan identitas etnis, sehingga pertanian terjalin dalam kebudayaan (O'Connor, 1995: 969).

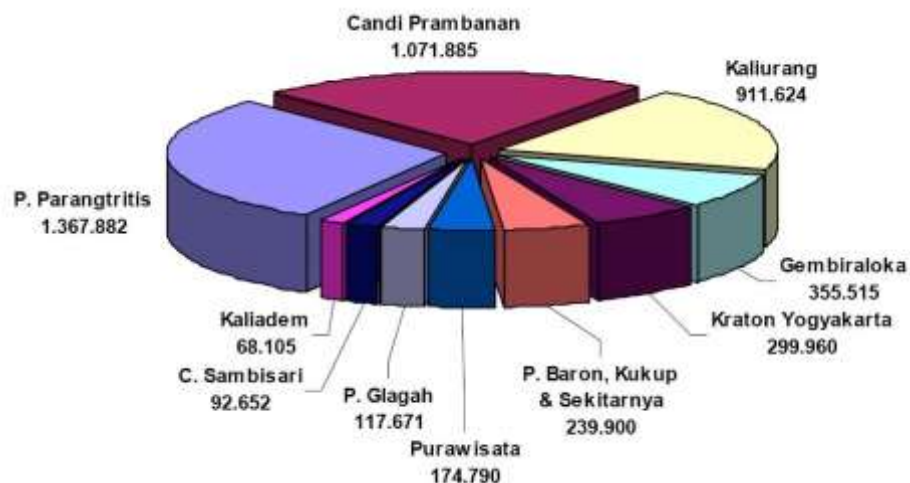
Tabel 1 Rekapitulasi Sumberdaya Budaya di DIY

No.	Jenis Potensi Budaya	Kabupaten / Kota					Jumlah
		Yogyakarta	Slleman	Bantul	Kulonprogo	Gunung Kidul	
1.	Benda Cagar Budaya	903	81	47	7	37	575
2.	Kawasan Cagar Budaya	5	3	3	-	1	13
3.	Upacara Adat	5	11	34	10	16	66
4.	Organisasi Kesenian	446	503	553	848	505	3.856
5.	Sentra Kerajinan	7	6	20	10	3	46
6.	Sentra Makasan Tradisional	11	19	30	28	11	89
7.	Museum	18	9	3	-	1	30
8.	Desa Budaya	11	11	13	13	13	60
9.	Usulan Desa Wisata	-	16	6	-	-	23
10.	Prasarana Budaya	55	49	26	26	10	166
11.	Lembaga Budaya	80	40	39	1	4	174
12.	Organisasi Pengantar Kepercayaan	17	13	16	17	5	67
13.	Penerima Penghargaan Pelestarian Warisan Budaya	16	5	5	1	3	30

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi DIY

DIY memiliki modal kebudayaan (*cultural capital*) berupa upacara adat, permainan tradisional, benda cagar budaya, kuliner dan kerajinan. Beberapa produk kerajinan tangan dibuat menggunakan pengetahuan tradisional dengan bahan baku lokal berbasis alam seperti sisa hasil pertanian yang dikenal ramah lingkungan namun selama ini diabaikan seperti rumput, bambu, kelopak bunga, daun, ranting dan dahan pohon yang tersedia banyak di perdesaan. Sumberdaya ini relatif padat karya dan menjadi konsumsi ekspor sehingga memiliki prospek mendatangkan devisa. Seni pertunjukan di antaranya wayang ditetapkan UNESCO sebagai “*a masterpiece of the oral and intangible heritage of humanity*” pada tahun 2003 (Unesco, 2003).

Pada Tabel 1 terlihat infrastruktur penunjang kebudayaan DIY yaitu museum, sarana-prasarana pariwisata dan institusi budaya (lembaga pendidikan, yayasan, paguyuban, instansi pemerintah dan lain-lain). Fakta tersebut memperlihatkan bahwa sumberdaya kebudayaan di DIY melimpah, namun perlu kebijakan dan strategi pengelolaan yang tepat agar dapat bersaing dengan industri kebudayaan mancanegara.



Gambar 2 Grafik Jumlah Pengunjung Sepuluh Besar Obyek Wisata di DIY

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi DIY

Sebagai contoh, pemanfaatan obyek wisata di DIY lebih banyak pada modal alam dibandingkan kebudayaan seperti candi atau obyek lain yang menawarkan seni pertunjukan (Gambar 2). Hal ini menunjukkan bahwa potensi budaya yang ada belum digarap optimal, padahal keanekaragaman kebudayaan jauh lebih kompleks dibandingkan keanekaragaman hayati.

IV.2 Profil Responden

Dari 380 buah kuesioner yang dihasilkan, satu buah kuesioner tidak lengkap sehingga hanya digunakan 379 kuesioner. Responden adalah penduduk Kota Yogyakarta 39,3 persen, Sleman 35,6 persen, Kulon Progo 2,6 persen, Bantul 21,2 persen dan Gunung Kidul sebanyak 1,1 persen. Mereka merupakan tokoh masyarakat (32,5%), guru (19,8%), aktivis LSM (1,8%), dan lain-lain termasuk seniman dan muspida (45,9%) dengan wanita mencapai 44,1 persen sedangkan pria 55,9 persen, yang berstatus menikah 81,8 persen dan tidak menikah 18,2 persen.

Pendidikan responden adalah pascasarjana 21,9 persen, sarjana 47,5 persen, akademi 5,3 persen, SLTA 23,5 persen, SLTP 1,3 persen dan lainnya 0,5 persen. Pekerjaannya, PNS sebesar 68,6 persen, pensiunan 2,4 persen dan swasta 8,2 persen dan lainnya 20,8 persen. Responden penelitian memiliki kemampuan aktif berbahasa Jawa, Indonesia dan lainnya (Inggris, Perancis

dan lain-lain) sebesar 20,6 persen, Indonesia saja 2,6 persen dan sisanya Jawa dan Indonesia 76,8 persen.

Besaran proporsi responden dengan tingkat pendidikan tinggi, mencerminkan bahwa mereka dianggap mewakili kaum yang memahami industri kebudayaan yang berbasis pada aktivitas ekonomi kreatif. Namun, meski saat ini profesinya di bidang non-pertanian, pada dasarnya ada responden masih terlibat dengan kegiatan pertanian (misalnya memiliki ladang, sawah, kebun, kolam perikanan, ternak) karena tinggal di wilayah perdesaan, sehingga diasumsikan relevan dengan masyarakat agraris di Propinsi DIY yang menganggap pertanian sebagai upacara dan tata susila kebudayaan nenek moyang.

IV.3 Uji Instrumen

Berdasarkan pengujian dengan teknik *alpha Cronbach* seluruh butir kuesioner (50 buah) fisik budaya memiliki r hitung bertanda positif dan lebih besar dari titik kritis (r tabel = 0,2407, pada $df = n-2$ dan $n = 30$, $\alpha=5\%$), dengan koefisien α - *Cronbach* sebesar 0,861. Oleh karena itu seluruh butir kuesioner fisik budaya dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian.

Sementara itu dari pengujian 40 butir kuesioner wujud budaya, nomor 8, 9, dan 10 dinyatakan tidak valid (memiliki skor negatif atau lebih kecil dari r tabel sehingga dikeluarkan dari daftar. Koefisien α -*Cronbach* adalah 0,886. Instrumen yang valid dan reliabel dipergunakan di dalam penelitian.

IV.4 Faktor Kebudayaan Jawa Yang Penting

IV.4.1 Faktor Wujud Kebudayaan Jawa

Dari analisis, ditemukan KMO sebesar 0,869 ($p < 0,01$), dengan MSA seluruh item lebih besar dari 0,5 sehingga variabel memadai dianalisis dan proses pengujian dapat dilanjutkan. Dengan *cut off point* 0,30 dan skor *eigenvalues* di atas 1 maka sepuluh faktor penting wujud kebudayaan di DIY (Tabel 2) adalah pertama, solidaritas organis; tatanan sosial masyarakat tidak lagi bersandar pada uniformitas mekanis (hanya bertumpu pada tradisi dan tekanan kolektif),

dituntut lebih kreatif, bebas tetapi bertanggung-jawab terpadu saling mengisi, rasional dan berorientasi manusia. Warga masyarakat masih perlu memelihara budaya saling berkunjung, menjaga suasana kekerabatan kondusif, penyelesaian konflik melalui musyawarah, menciptakan kenyamanan kehidupan pergaulan di antara warga, gotong-royong dan menjaga bahkan meningkatkan rasa percaya di antara anggota masyarakat.

Kedua, pranata sosial yaitu tradisi dan tata krama serta penghormatan kepada orang tua, *pepundhèn* dan leluhur. Penghormatan masyarakat kepada kultus orang tua pada dasarnya karena prioritas sifatnya yang kuasi religius. Selaku tetua mereka dianggap lebih dekat dengan asal, sumber identitas dan kebijaksanaan, kehidupan serta garis yang harus diteruskan dengan beranak-pinak dan membesarkannya sehingga disebut *pepundhèn* (yang diagungkan) oleh anak-anak (Mulder, 2001: 164). Hal ini tampak pada tradisi pulang kampung saat lebaran yang selalu dilakukan seorang anak meski dia telah berumah tangga untuk menghadap dan memohon berkah orang tua. Ketergantungan anak pada berkah orang tua dilanjutkan meskipun mereka sudah meninggal dunia dengan berziarah ke makamnya, mendoakan agar mereka mendapat tempat yang baik dan memohon diberikan ketenteraman hidup. Ritual masyarakat dalam bentuk peringatan-peringatan terhadap sesuatu yang dianggap penting sering dilakukan. Pada hari peringatan tersebut mereka mengadakan *slametan* (kenduri) yang bermakna selamat; upacara makan makanan bersama yang didahului doa tolak-bala oleh kyai atau kaum. Menurut Mulder (2001: 163) hal ini sebenarnya merupakan ekspresi keprihatinan dan harapan mereka bagi datangnya keselamatan yang lestari. Selain itu, perlu pula menjunjung norma kesusilaan, adat-istiadat, tata nilai berbusana Jawa yang mengindikasikan perilaku sebagai orang Jawa.

Ketiga, pengenalan budaya sejak dini sebagai upaya apresiasi dan tanggung-jawab dalam melestarikan budaya Jawa. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan dengan meminta bantuan perguruan tinggi yang memiliki fakultas ilmu budaya Jawa. Keempat, spiritualisme, mendorong masyarakat untuk mengimbangi derasnya arus konsumerisme fisik dalam era globalisasi melalui

peningkatan pendidikan (baik pengetahuan maupun ketrampilan) dan keimanan. Di sini keimanan memperkuat pendidikan kebudayaan (misalnya budi pekerti).

Kelima, mendorong penggunaan bahasa Jawa bagi generasi muda, termasuk mencari solusi untuk mengajarkan *kromo hinggil* agar mudah ditangkap. Intensitas pembelajaran dan pengenalan budaya Jawa sejak dini melalui pendidikan formal dan non-formal, dan mendorong penggunaan bahasa Jawa dalam keseharian, paling tidak dengan proporsi berimbang dengan Bahasa Indonesia pada acara yang tidak formal. Hal ini penting karena bahasa pada dasarnya merupakan simbol sebuah tindakan atau obyek yang secara sosial dapat dijadikan alat interaksi (komunikasi) antar individu, dan alat berpikir intra individu. Bahasa komunikasi khususnya simbol merupakan kunci untuk mengerti kehidupan sosial (Sunarto, 1985). Jadi, mempertahankan bahasa Jawa berarti mempertahankan kehidupan sosial serta mempersatukan aspek-aspek yang terdapat pada etnik Jawa. Sosialisasi pelestarian dapat dilakukan melalui agen-agen sosial seperti lembaga pendidikan, media massa, keluarga dan lain-lain.

Tabel 2 Faktor Wujud Kebudayaan Yang Penting

Item	Faktor										Keterangan
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
W20: Suasana kekeluargaan	0.71	0.19	0.19	(0.00)	0.04	0.03	0.13	0.05	(0.01)	0.07	Solidaritas organis
W22: Kenyamanan bergaul antar warga	0.65	0.22	0.08	(0.01)	0.05	(0.10)	(0.04)	0.11	0.19	0.08	
W21: Budaya saling berkunjung antar warga	0.64	0.16	0.05	(0.03)	0.06	0.07	0.13	(0.01)	0.32	0.10	
W19: Musyawarah bagi penyelesaian konflik	0.61	0.17	0.14	0.02	0.11	0.02	0.20	0.03	0.05	0.18	
W23: Kemudahan komunikasi antar warga	0.58	0.27	0.05	0.06	0.05	(0.06)	(0.05)	0.10	0.27	0.12	
W18: Budaya gotong royong antar warga	0.45	0.26	0.21	0.02	0.00	0.01	0.33	0.12	(0.06)	(0.00)	
W39: Solidaritas antar warga	0.39	0.37	0.08	(0.01)	0.02	(0.14)	0.21	0.01	0.27	0.19	
W33: Menjunjung tradisi dan tata karma	0.30	0.74	(0.00)	(0.04)	0.17	0.03	0.07	0.13	0.05	0.26	Pranata sosial
W34: Penghormatan terhadap <i>pepundhen</i>	0.38	0.68	0.05	(0.04)	0.14	0.00	0.14	(0.00)	0.14	0.10	
W32: Menjunjung norma kesusilaan	0.34	0.58	(0.01)	(0.06)	0.15	0.06	0.27	0.06	0.06	0.18	
W37: Menjunjung adat-istiadat	0.35	0.56	0.14	(0.04)	0.12	(0.08)	0.25	0.07	0.15	0.08	
W30: Menjunjung tata nilai berbusana Jawa	0.05	0.37	0.02	(0.01)	0.31	0.03	0.20	0.17	0.16	0.17	
W40: Menghormati etnik lain	0.18	0.32	0.14	0.02	(0.02)	0.00	0.02	(0.01)	0.25	0.04	
W35: Penghormatan terhadap status perkawinan	0.21	0.27	0.26	0.08	0.18	0.00	(0.00)	0.04	0.16	(0.01)	
W13: Pengenalan budaya Jawa sejak dini	0.08	0.10	0.76	0.03	0.08	(0.08)	(0.00)	0.10	0.00	0.08	Pengenalan budaya Jawa sejak dini
W11: Tanggungjawab pelestarian budaya Jawa	0.18	0.12	0.63	0.08	0.09	(0.08)	0.03	0.05	0.00	0.12	
W12: Pendidikan kebudayaan Jawa di Perg Tinggi	(0.02)	0.02	0.49	(0.04)	0.24	0.04	0.01	(0.02)	0.21	0.11	
W14: Peningkatan rubrik budaya pada media massa	0.17	(0.05)	0.45	0.01	0.03	0.17	(0.06)	0.07	(0.04)	(0.08)	

Lanjutan Tabel 2

W04: Kepercayaan terhadap pendidikan, laku atau olah bathin	(0.01)	(0.06)	0.05	0.86	0.05	0.08	0.01	0.11	0.00	0.02	Spiritualisme
W03: Kepercayaan terhadap supranatural	0.02	0.02	(0.05)	0.69	(0.01)	0.14	0.03	0.01	0.07	(0.08)	
W05: Penggunaan <i>petungan: naga dina</i> & <i>pranatamangsa</i>	(0.01)	(0.01)	0.09	0.68	(0.01)	0.08	(0.07)	0.22	(0.05)	0.04	
W29: Mendorong bahasa Jawa bagi generasi muda	0.07	0.06	0.44	0.07	0.60	0.11	(0.01)	0.08	0.01	0.01	Bahasa Jawa bagi generasi muda
W27: Kemudahan penerapan <i>Kromo Hinggil</i>	0.02	0.09	(0.02)	0.00	0.56	(0.04)	0.22	0.06	0.25	0.14	
W26: Penggunaan bahasa Jawa dalam keseharian	0.05	0.13	0.19	0.01	0.53	0.08	0.04	(0.01)	0.11	0.03	
W28: Penghormatan kepada orang tua melalui bahasa	0.31	0.18	0.28	(0.10)	0.50	(0.06)	(0.02)	0.10	(0.13)	0.07	
W38: Restriksi terhadap budaya barat	0.04	0.11	(0.13)	0.13	0.28	0.18	0.09	0.02	0.22	0.07	
W16: Peran teknologi terhadap degradasi budaya Jawa	(0.00)	0.01	0.01	0.09	0.08	0.79	0.00	0.07	(0.00)	0.01	Perlindungan terhadap kemajuan teknologi
W15: Peran teknologi terhadap degradasi tata karma	(0.07)	(0.05)	0.17	0.11	(0.01)	0.72	0.08	0.03	0.01	(0.02)	
W17: Peran teknologi yang tidak seiring dengan budaya Jawa	0.02	0.06	(0.25)	0.17	0.06	0.43	0.05	0.01	0.14	0.11	
W07: Penghargaan masyarakat terhadap karya seni	0.22	0.17	(0.08)	(0.00)	0.13	0.04	0.67	0.08	0.03	0.25	Penghargaan karya seni
W06: Penghargaan pemerintah terhadap karya seni	0.18	0.24	(0.01)	(0.03)	0.13	0.17	0.63	0.11	0.02	0.22	
W02: Pelaksanaan ritual budaya Jawa	0.10	0.10	0.12	0.16	0.05	0.06	0.09	0.95	0.16	(0.00)	Ritual
W01: Penghormatan terhadap leluhur	0.10	0.09	0.10	0.20	0.10	0.06	0.08	0.56	(0.02)	0.08	
W24: Kepercayaan antar warga	0.38	0.16	(0.13)	0.05	0.12	(0.04)	0.21	(0.04)	0.50	0.05	Pemupukan rasa percaya
W25: Perasaan ketergantungan antar warga	0.17	0.09	0.05	(0.00)	0.14	0.05	(0.05)	0.07	0.43	0.06	
W36: Persaudaraan antar warga	0.17	0.29	0.16	0.02	0.17	0.11	(0.03)	0.10	0.41	(0.02)	

Lanjutan Tabel 2

W10: Keyakinan mempertahankan kebudayaan Jawa	0.12	0.15	0.15	(0.01)	0.18	0.00	0.24	0.03	0.20	0.60	Peran institusi formal & nonformal
W08: Kurikulum budaya Jawa pada lembaga pendidikan	0.24	0.20	0.02	0.02	0.17	0.17	0.18	0.02	(0.08)	0.46	
W09: Peran institusi formal & orang tua untuk mempertahankan budaya Jawa	0.27	0.18	0.22	0.04	0.08	0.01	0.07	0.07	0.15	0.46	
W31: Konsumerisme pada masyarakat	(0.05)	(0.12)	0.09	0.22	0.20	0.06	(0.18)	(0.03)	0.10	(0.31)	
Eigenvalue	8.878	3.091	2.559	2.026	1.752	1.569	1.279	1.171	1.121	1.009	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2008)

Keenam, memberikan stimulan yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi; misalnya menghidupkan kembali permainan (*dolanan*) pada anak seperti gobak sodor, bekelan, pasaran, *jèk-jèkan* dan sebagainya yang relatif mendidik, menciptakan kebersamaan, ada unsur olah-raga yang menyehatkan dan murah untuk mengimbangi introduksi budaya asing yang individualistis dan memerlukan uang relatif banyak (misalnya: *play station* atau *computer game*). Cara lain yang mudah adalah memberi pemahaman penggunaan sumber lokal (bukan impor dari daerah lain) seperti mainan yang dibuat dari *glagah* (bunga tebu), *janur* (daun kelapa yang muda) dan sebagainya. Kemudian, pemanfaatan teknologi informasi melalui media massa seperti televisi, radio dan sebagainya untuk menunjang aktivitas dan kreativitas budaya.

Ketujuh, perlunya bantuan pemerintah untuk masyarakat melalui pemberian penghargaan karya seni, mendorong mereka berperilaku sebagaimana orang Jawa (*nJawani*). Acara-acara dapat dirancang agar orang dapat menggunakan kembali simbol-simbol yang mencirikan budaya Jawa (lomba *nembang*, *mancapat*, pidato berbahasa Jawa, menulis *hanacaraka* dan sebagainya). Kemudian faktor kedelapan adalah mempertahankan ritual kebudayaan Jawa (*garebeg*, *sekaten*, *bekakak gamping* dan lain-lain). Aktivitas sosial-budaya, tradisi, ritual dan spiritual seperti ini perlu dipertahankan sebagai identitas budaya. Perkampungan unik, Kotagede dan Pecinan direvitalisasi searah dengan spiritnya, serta menumbuhkan kembali sifat gotong-royong dan *rembug* warga sebagai media pengikat nilai-nilai yang menjadi ciri khas.

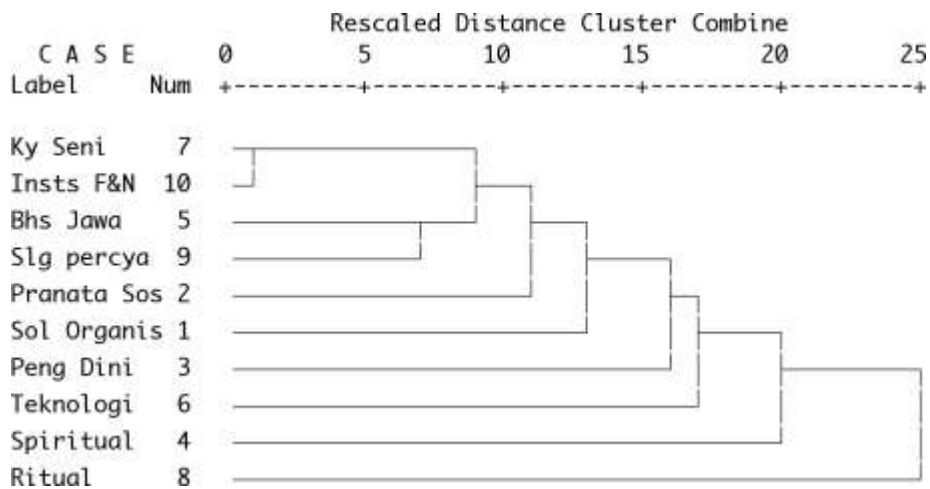
Kesembilan, pemupukan rasa saling percaya dan persaudaraan antar warga yang diharapkan menimbulkan ikatan kelompok baik dalam paguyuban yang bersifat impulsif, kolektif dan setia kawan maupun patembayan yang lebih bersifat formal-rasional. Hal ini penting dipikirkan untuk mengeliminasi dominasi satu kelompok dan menciptakan integrasi yang mengakui perbedaan, meskipun perbedaan tersebut tidak

menjadi fokus utama dalam masyarakat. Dari sini dapat dibentuk institusi-institusi sosial masyarakat melalui kemitraan, koperasi dan lain-lain. Kesepuluh, kebutuhan peran institusi formal seperti sekolah dan non-formal (agen-agen sosialisasi seperti keluarga, kelompok bermain dan media massa) terhadap pembelajaran masyarakat. Sosialisasi dilakukan dengan cara partisipasi (*participatory socialization*) yang menekankan pada interaksi, komunikasi dan penyampaian informasi secara multilateral, memberi perhatian atau imbalan yang bersifat simbolis.

Komunikasi dalam proses pembelajaran perlu bertumpu pada: (1) kompetensi yaitu (a) pengetahuan; (b) ketrampilan – keahlian mengembangkan kapabilitas; (c) kemampuan mengerjakan sesuatu secara fisik, mental, finansial dan legal; (d) pengalaman kerja; (2) inovasi – dengan pelatihan yang tidak membosankan; (3) motivasi (meningkatkan produktivitas, efisiensi, profitabilitas dan fleksibilitas) dengan: (a) mengurangi hambatan semantik yaitu meningkatkan kemampuan berkomunikasi; (b) mengurangi hambatan teknis (merapikan sistem pengelolaan); (c) mengurangi hambatan manusiawi melalui pengawasan terhadap proses kegiatan; dan (d) mengurangi hambatan mekanis dengan cara mengubah proses sebagian atau seluruh sistem yang tidak efisien; dan (4) perluasan visi dengan mencari pembanding.

Berdasarkan analisis kelompok (*cluster*) terhadap faktor-faktor penting dalam pelestarian wujud kebudayaan diperoleh dua kelompok besar (Gambar 3). Di sini ritual merupakan faktor yang mandiri, sedangkan yang lain bergabung menjadi satu fokusnya pada pendidikan (khususnya pendidikan usia dini, PAUD) sebagai basis kekuatan menghadapi persaingan industri kebudayaan global. Ritual kebudayaan semacam mitoni, tingkeban, mertu bumi, labuhan menjadi aktivitas unik yang menarik dieksplorasi dan dijadikan wahana mengenalkan budaya Jawa ke mancanegara

(dikemas dalam audio-visual). Cara pemasaran yang baik dan benar akan menentukan konsumsi, bahkan pembelian ulang konsumen.



Gambar 3 Kelompok Wujud Budaya Jawa

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2007)

IV.4.2 Faktor Fisik Kebudayaan Jawa

Dari analisis faktor fisik, diperoleh KMO sebesar 0,812 ($p < 0,01$), dengan MSA pada seluruh item lebih besar dari 0,5 sehingga pengujian variabel dilanjutkan. Dari analisis fisik kebudayaan, dua belas faktor yang harus diperhatikan adalah (Tabel 3): pertama, menyampaikan kembali nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian seperti wayang, kerawitan, tembang, tari dan kethoprak kepada masyarakat. Percontohan pelestarian seni tari dan kerawitan dimulai dari institusi pemerintah dengan membina anggota unit untuk mempelajarinya. Pada acara tertentu diadakan pertandingan antar unit plus kelompok masyarakat yang ingin bergabung. Kedua, menciptakan tampilan seni pertunjukan yang tidak ketinggalan jaman melalui inovasi baik teknologi maupun sumberdaya manusianya. Ketiga, pelestarian kesenian sebagai nilai warisan bagi generasi di masa depan, misalnya wayang kulit yang telah ditetapkan sebagai pusaka dunia (*world heritage*), mancapat dan kethoprak dengan memberikan ruang untuk tampil dan memasukkannya sebagai muatan lokal pada kurikulum pendidikan yang dimulai sejak sekolah dasar.

Tabel 3 Faktor Fisik Kebudayaan

Items	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Keterangan
F13: Nilai wayang	0.78	0.16	0.13	0.02	0.10	0.01	0.02	0.08	0.01	0.01	0.07	0.01	0.22	Nilai penting kesenian
F05: Nilai kerawitan	0.78	0.12	0.14	(0.07)	0.10	(0.04)	0.09	0.01	0.11	(0.01)	0.01	0.07	(0.17)	
F09: Nilai tembang	0.73	0.15	0.12	0.02	0.11	(0.02)	0.10	0.06	0.01	0.08	0.02	(0.09)	(0.05)	
F01: Nilai tarian	0.72	0.11	0.10	0.03	0.02	0.04	0.10	(0.01)	0.09	0.01	0.05	0.12	(0.03)	
F17: Nilai kethoprak	0.62	0.12	0.15	(0.03)	0.05	0.01	(0.00)	0.15	0.17	(0.02)	0.03	0.20	0.11	
F36: Pembenahan produk kasongan	0.23	0.11	(0.04)	0.13	0.09	0.04	0.17	0.15	(0.02)	0.10	(0.11)	0.02	(0.05)	
F08: Seni kerawitan <i>up to date</i>	0.12	0.80	0.10	0.04	0.08	0.06	0.05	(0.01)	0.03	(0.03)	0.02	0.03	(0.18)	Kesenian yang tidak ketinggalan jaman
F12: Mancapat <i>up to date</i>	0.13	0.80	0.03	(0.02)	0.09	0.08	(0.02)	0.03	0.11	0.07	0.04	(0.04)	(0.00)	
F16: Wayang <i>up to date</i>	0.12	0.70	0.21	(0.08)	(0.03)	0.03	(0.03)	0.10	0.08	0.08	(0.02)	0.06	0.13	
F04: Tarian <i>up to date</i>	0.16	0.66	0.13	(0.01)	(0.01)	0.07	0.09	0.01	0.03	(0.00)	(0.01)	0.03	(0.04)	
F20: Kethoprak <i>up to date</i>	0.11	0.62	0.13	0.05	0.01	0.00	0.01	0.13	0.02	0.04	0.05	0.21	0.16	
F06: Pelestarian kerawitan	0.19	0.11	0.86	(0.15)	0.08	(0.01)	0.04	0.04	0.06	0.02	0.05	0.06	(0.31)	Pelestarian kesenian
F14: Pelestarian wayang	0.10	0.23	0.70	(0.19)	0.13	(0.04)	0.01	0.12	0.06	0.00	0.06	0.03	0.38	
F02: Pelestarian tarian gaya YK	0.14	0.10	0.69	(0.13)	0.11	0.09	0.10	0.00	0.04	0.03	(0.02)	0.06	(0.06)	
F18: Pelestarian kethoprak	0.09	0.15	0.62	(0.15)	0.06	0.08	0.06	0.11	0.11	(0.02)	0.11	0.17	0.19	
F10: Pelestarian mancapat	0.17	0.22	0.61	(0.16)	0.21	(0.02)	(0.01)	0.05	0.10	0.07	0.11	(0.06)	(0.00)	
F43: Perbaikan bang heritage	0.02	0.12	0.15	0.08	(0.01)	0.12	0.02	0.05	(0.04)	(0.01)	(0.03)	0.06	0.08	

Lanjutan Tabel 3

F07: Modifikasi seni kerawitan	0.00	0.01	(0.06)	0.75	(0.02)	0.13	0.10	(0.04)	(0.07)	0.02	(0.01)	0.03	0.02	Modifikasi tampilan kesenian
F11: Modifikasi mancapat	(0.03)	0.06	(0.06)	0.75	(0.06)	0.02	(0.02)	0.06	0.02	(0.03)	(0.01)	0.05	0.02	
F15: Modifikasi wayang	0.04	(0.00)	(0.14)	0.72	0.09	(0.01)	0.02	0.07	0.07	0.01	0.02	(0.04)	0.01	
F03: Modifikasi tarian	0.03	(0.05)	(0.11)	0.66	(0.14)	0.06	0.03	(0.02)	(0.03)	(0.05)	0.03	(0.07)	(0.07)	
F19: Modifikasi kethoprak	0.02	(0.02)	(0.07)	0.63	0.14	(0.03)	(0.00)	0.03	0.02	0.06	0.01	(0.00)	0.01	
F44: Pelestarian bangunan heritage	0.05	0.02	0.16	0.01	0.76	(0.13)	0.08	0.06	0.02	0.05	0.04	0.01	0.07	Pelestarian heritage
F45: Renovasi bangunan heritage	0.10	(0.01)	0.15	(0.02)	0.71	0.14	0.07	0.11	0.08	(0.03)	0.02	0.03	0.02	
F40: Kraton sebagai pengayom	0.07	0.06	0.14	(0.01)	0.45	0.09	0.19	0.18	0.08	0.13	0.07	0.32	(0.06)	
F23: Mempertahankan keaslian kraton	0.14	(0.00)	0.33	(0.00)	0.33	(0.04)	0.04	0.02	0.01	0.05	0.05	0.20	(0.05)	
F48: Keterlibatan sektor swasta dalam pelestarian	0.15	0.21	0.00	0.09	0.30	(0.10)	0.08	0.17	0.03	0.10	0.05	(0.05)	(0.06)	
F41: Pembelajaran melalui tempat bersejarah	0.21	0.12	0.03	(0.01)	0.30	0.16	0.20	0.19	0.04	0.21	0.02	0.29	(0.05)	
F46: Kelaikan sarana & prasarana pelestarian budaya	0.03	0.02	0.01	0.04	0.01	0.66	(0.01)	0.15	0.00	0.12	0.11	0.02	(0.02)	Infrastuktur pendukung budaya
F42: Kelaikan sarana & prasarana museum	0.04	0.15	0.14	(0.01)	0.02	0.58	0.03	0.20	0.07	0.13	0.07	0.08	(0.07)	
F47: Kepedulian pemerintah terhadap budaya	0.08	0.01	(0.04)	(0.10)	0.11	0.50	0.01	0.25	(0.07)	0.28	0.04	0.04	(0.01)	

Lanjutan Tabel 3.

F22: Sentuhan arsitektur pada Kraton	(0.08)	0.04	(0.04)	0.19	(0.11)	0.31	(0.04)	0.04	0.08	0.06	(0.06)	0.03	(0.01)	
F21: Nilai wibawa Kraton Yogyakarta	(0.05)	0.01	0.03	0.09	(0.00)	0.30	(0.12)	(0.07)	0.10	0.03	0.09	(0.02)	0.09	
F32: Keagungan tampilan motif batik & lurik	0.10	0.04	0.08	(0.02)	0.04	0.01	0.86	0.06	0.21	(0.00)	0.05	0.06	(0.02)	Menjaga motif batik dan lurik
F31: Kebanggaan menggunakan motif batik & lurik	0.08	0.00	0.06	0.04	0.16	(0.04)	0.74	(0.03)	0.22	0.01	0.02	0.02	0.07	
F33: Morif batik & lurik <i>up to date</i>	0.17	0.06	0.06	0.13	0.13	(0.14)	0.52	0.14	(0.08)	0.15	0.07	0.10	(0.06)	
F38: Kualitas kerajinan	0.07	0.02	0.10	0.05	0.05	0.25	(0.07)	0.70	0.03	0.11	0.14	0.00	0.06	Menjaga keanekaragaman kerajinan
F37: Ragam kerajinan <i>up to date</i>	0.19	0.13	0.13	0.05	0.12	0.15	0.08	0.64	0.01	0.12	0.14	0.01	0.08	
F39: Ketertarikan wisatawan terhadap kerajinan	0.01	0.07	0.02	0.01	0.18	0.13	0.13	0.61	(0.03)	0.10	0.06	0.10	(0.07)	
F28: Kebanggaan berkebaya & bersurjan	0.13	0.07	0.02	0.01	0.10	0.02	0.16	0.05	0.68	0.04	(0.03)	0.06	(0.05)	Kebanggaan berbusana tradisional Jawa
F29: Perasaan nyaman menggunakan kebaya & surjan	0.08	0.14	0.10	0.06	0.00	0.14	0.11	0.01	0.66	0.09	(0.02)	(0.04)	0.02	
F27: Prerferensi terhadap rumah beratap Joglo	0.06	(0.02)	0.04	(0.03)	0.06	(0.00)	0.04	(0.08)	0.48	(0.04)	0.10	0.22	0.04	
F49: Menjaga ketertiban dan keteraturan	0.04	0.08	0.05	0.03	0.06	0.37	0.03	0.19	0.11	0.82	0.08	0.08	(0.00)	Menjaga kedisiplinan

Lanjutan Tabel 3.

F50: Menjaga keasrian	0.03	0.10	0.07	0.04	0.12	0.37	0.15	0.20	0.09	0.73	0.04	0.08	0.01	
F35: Model tembikar Kasongan <i>up to date</i>	0.04	0.03	0.04	0.04	0.12	0.08	0.05	0.19	0.05	0.08	0.96	0.08	0.03	Model dan kualitas tembikar yang tidak ketinggalan jaman
F34: Kualitas tembikar Kasongan	0.11	0.03	0.16	0.00	0.03	0.24	0.08	0.16	0.04	0.02	0.49	0.09	(0.03)	
F24: Kraton pusat kebudayaan masyarakat	0.22	0.07	0.15	(0.05)	0.25	0.09	0.06	(0.03)	0.18	0.03	0.06	0.52	0.07	Menjaga Kraton sebagai pusat budaya Jawa
F25: Keindahan bangunan beratap Joglo	0.05	0.06	0.12	(0.10)	(0.03)	0.19	(0.03)	0.13	0.27	0.08	0.02	0.34	0.04	
F26: Rumah beratap Joglo masih <i>up to date</i>	(0.02)	0.18	0.07	0.03	(0.01)	0.02	0.09	0.01	0.28	0.08	0.11	0.34	(0.06)	
F30: Modifikasi kebaya untuk kepraktisan	0.18	0.07	0.06	0.09	0.04	(0.14)	0.08	0.17	(0.03)	(0.04)	0.04	0.20	(0.03)	
Eigenvalue	8.31	3.94	3.15	2.74	2.20	2.01	1.87	1.51	1.45	1.25	1.18	1.08	1.03	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2008)

Keempat, melakukan modifikasi terhadap *performace* seni pertunjukan (bukan dalam pakemnya) misalnya kostum dan cara pengorganisasian penyelenggarannya. Suasana progresif dunia olah-seni perlu dilakukan, agar tidak terkesan membosankan. Hal ini penting karena secara frontal seni budaya lokal akan berhadap-hadapan dengan budaya asing misalnya *play station*. Kelima, pelestarian warisan budaya atau *heritage* (*tangible* dan *intangible*) yang eksis baik melalui retrofit, rehabilitasi, restorasi, renovasi dan sebagainya (Tabel 4).

Tabel 4 Klasifikasi Warisan Budaya

Klasifikasi	Warisan budaya berujud (<i>Tangible heritage</i>)
Tidak Bergerak	Warisan terbangun (<i>built heritage</i>) – monumen, bangunan, patung, inskripsi (<i>inscriptions</i>), gua permukiman, bangunan tercatat: bangunan terpakai (<i>buildings in use</i>), kelompok bangunan (<i>group of buildings</i>), pusat perkotaan
	Situs – arkeologi, sejarah, etnik
	Saujana (<i>cultural landscapes</i>)
Bergerak	Artifak – lukisan, patung, obyek, koleksi
	Media – media audiovisual, buku, permainan, pertandingan
	Barang konsumen dan industri (<i>consumer and industrial goods</i>)
	Warisan budaya tidak berujud (<i>Intangible heritage</i>)
	Ekspresi seni (<i>arts expressions</i>) – musik, tari, literatur, teater
	Seni bela diri (<i>martial arts</i>)
	Bahasa
	Kehidupan sehari-hari masyarakat (<i>living cultures</i>)
	Tradisi oral (<i>oral traditions</i>)
	Cerita (<i>narratives</i>)
	Jaringan
	Cerita rakyat (<i>folklores</i>)
	Revolusi

Sumber: Klamer dan Zuidhof (GCI, 1998). Cetak tebal: warisan budaya yang tidak eksis di DIY.

Keenam, memperhatikan kelaikan infrastruktur, sarana prasarana pendukung budaya, mendorong kepedulian semua pihak membantu pusat-pusat seni dan budaya untuk tampil di berbagai kancah internasional. Pemerintah berperan sebagai mediator dan regulator. Ketujuh, mempertahankan penggunaan busana dengan motif batik dan lurik. Kedelapan, menjaga keanekaragaman kerajinan yang cukup diperhitungkan di mancanegara sehingga perlu perbaikan dalam hal teknik pemilihan bahan baku, proses dan *finishing*-nya, mendorong inovasi dan kreativitas pengrajin agar

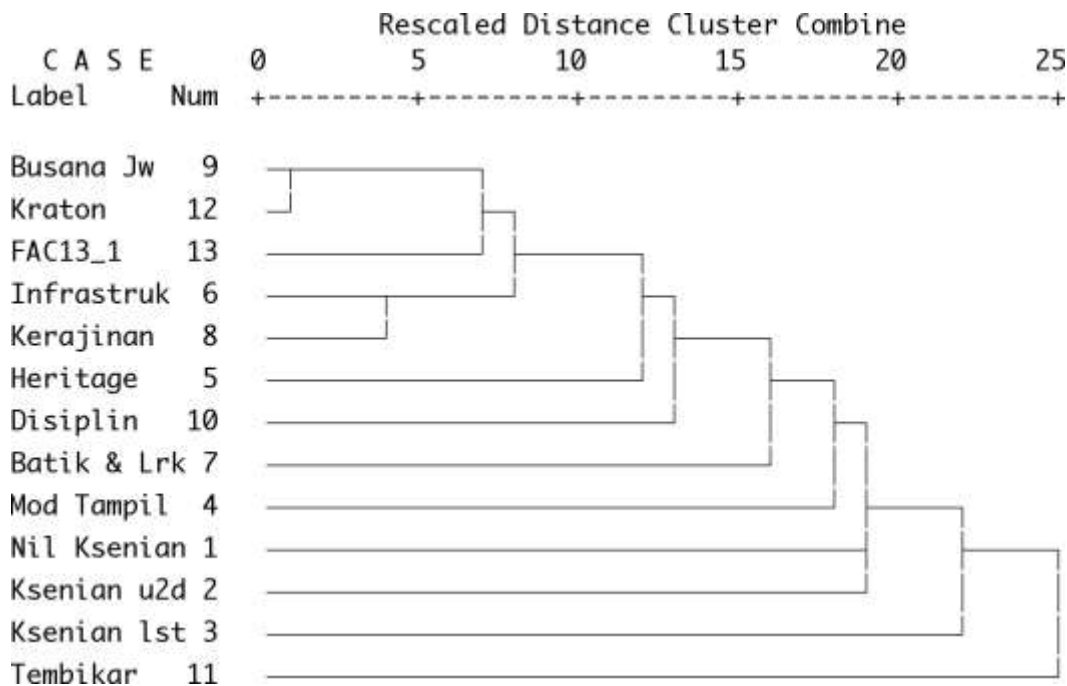
rancangannya selaras selera jaman. Kesembilan, menumbuhkan kembali kebanggaan berbusana tradisional Jawa, bukan seremonial pada hari atau peringatan tertentu semata tetapi lebih intensif, misalnya mewajibkan pegawai instansi negeri dan swasta menggunakannya dua hari seminggu. Kecuali mendorong kebanggaan terhadap motif lokal diharapkan juga akan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya pengrajin atau pengusaha kecil dan menengah yang menanganinya.

Kesepuluh, menjaga budaya kedisiplinan baik ketertiban dan keteraturan. Hal paling kecil yang dapat dilakukan adalah membuang sampah. Budaya bersih ini harus ditanamkan sejak dini. Kecuali itu, tata krama, *unggah-ungguh* yang lekat dengan budaya Jawa mulai disosialisasikan kembali baik melalui institusi formal seperti sekolah maupun non-formal (keluarga). Kesebelas, meningkatkan kualitas dan model tembikar Kasongan agar tidak ketinggalan jaman. Peningkatan kualitas dilakukan dengan memberikan bantuan tungku pemanas yang lebih dapat memberikan panas tinggi sehingga produk yang dihasilkan fungsional bukan hanya sekedar cinderamata.

Keduabelas, menjaga Kraton tetap sebagai pusat budaya Jawa. Kraton bersifat *conditio sine quanon* bagi kehidupan masyarakat Yogyakarta di masa kini dan mendatang. Sebagai pusat kebudayaan Kraton ikut menjaga ketahanan nasional karena membawa identitas bangsa sebagai kekuatan nasional. Institusi ini menjaga asas moral untuk memperjuangkan tujuan nasional – kesatuan dan persatuan bangsa. Sementara itu faktor ketigabelas tidak signifikan sehingga tidak diperhitungkan.

Kemudian dari analisis kelompok (*cluster*) terhadap faktor-faktor fisik kebudayaan diperoleh dua kelompok besar (Gambar 4). Tembikar Kasongan yang sudah *go internasional* adalah faktor yang mandiri, sedangkan yang lain bergabung menjadi satu di dalam bentuk seni dan budaya. Oleh karena keramik Kasongan relatif

mudah memperoleh berbagai apresiasi, maka perhatian justru perlu pada faktor fisik lain yang dirasakan masih lemah untuk bersaing dengan produk mancanegara.



Gambar 4 Kelompok Fisik Budaya Jawa

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2007)

IV.5 Analisis SPACE dan Peta Daya Saing

Dalam analisis SPACE, diasumsikan kekuatan eksternal yang diprediksi mempengaruhi budaya DIY diutamakan dari industri kebudayaan dan perekonomian secara makro, *ceteris paribus*. Analisis internalnya menyangkut kekuatan nilai dan unsur kompetitif kebudayaan yang dimiliki DIY, sedangkan eksternalnya dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan bisnis dan industri kebudayaan.

Indikator nilai penting yang dapat mendukung daya saing kebudayaan Yogyakarta, meliputi suasana kekeluargaan masyarakat yang *solid*, terjaganya pranata sosial termasuk tradisi, tata krama dan norma-norma, pengenalan kebudayaan Jawa sejak usia dini, pendidikan yang baik, pelestarian bahasa daerah (Bahasa Jawa) dalam pergaulan sehari-hari khususnya bagi generasi muda, teknologi, penghargaan elemen masyarakat terhadap seni, pelestarian ritual-ritual atau upacara adat, saling percaya

antar warga melalui paguyuban, serta peran institusi formal (sekolah) dan non-formal (keluarga, kelompok bermain) sebagai agen sosial pelestarian kebudayaan daerah.

Kemudian, indikator keunggulan kompetitif yang perlu dimiliki Yogyakarta agar mampu bersaing dengan kebudayaan luar adalah melalui nilai-nilai penting yang tertanam dalam kesenian daerah yang penuh inovasi, upaya pelestarian yang meliputi kesenian dan bangunan *heritage*, batik, lurik, kerajinan kulit dan tembikar agar tidak ketinggalan jaman, modifikasi seni pertunjukan, kebanggaan berbusana tradisional Jawa, dukungan dan kepedulian swasta, pemerintah dan warga masyarakat, kedisiplinan, ketertiban, keteraturan, dan keasrian Yogyakarta, mempertahankan Kraton sebagai pusat kebudayaan.

Dari lingkungan bisnis, faktor-faktor yang mempengaruhi usaha dalam bidang kebudayaan meliputi sumbangan pajak terhadap upaya pelestarian budaya, penerapan undang-undang yang terkait dengan kebudayaan (misalnya penerapan UU Nomor 5 tentang Benda Cagar Budaya, UU Sisdiknas, perda, dll), perubahan struktur sosial dan gaya hidup masyarakat, peningkatan pendapatan perkapita, tingkat suku bunga usaha perbankan, inflasi, kesiapan menghadapi perdagangan bebas, insentif, eksplorasi kebudayaan untuk kepentingan industri kebudayaan dan pariwisata, serta pendidikan.

Tabel 5 Resultante SPACE

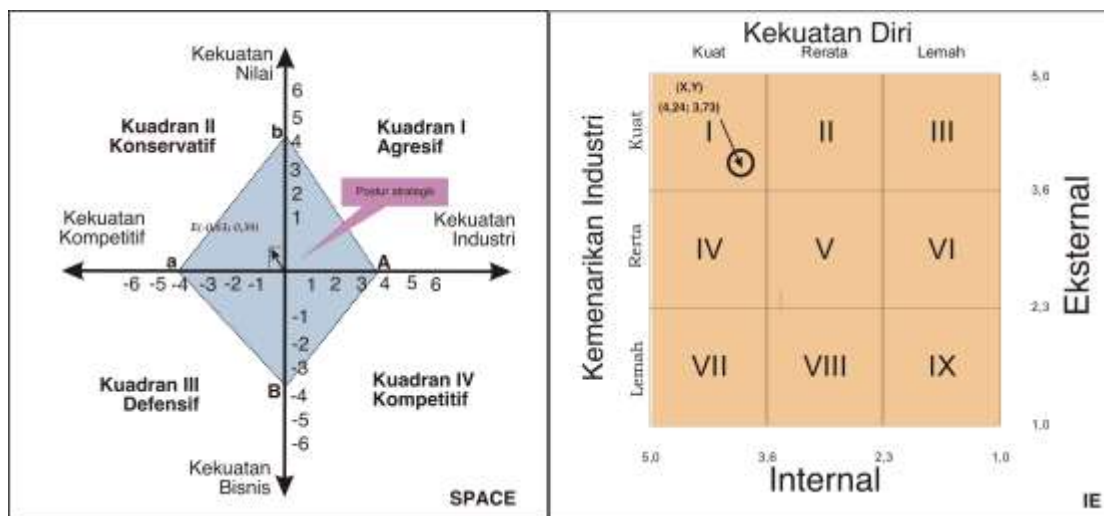
No	Deskripsi	Resultante	No	Deskripsi	Resultante
1	Keunggulan kompetitif	-4.40	3	Kekuatan lingkungan bisnis	-3.70
2	Kekuatan industri	3.77	4	Kekuatan nilai	4.09
	Jumlah (Σ)	-0.63		Jumlah (Σ)	0.39

Sumber: Analisis (2007)

Dalam hal industri kebudayaan, faktor pendukung kelestariannya adalah potensi pertumbuhan dan keuntungan, pertumbuhan keanekaragaman kebudayaan daerah, suhu politik, *country risk*, kapabilitas, efektivitas dan efisiensi sumberdaya, produktivitas kinerja, stabilitas finansial lembaga pengelola, kemudahan mendirikan

perusahaan di bidang usaha pendukung pengembangan kebudayaan (pertunjukan, batik, kriya, penerbitan, multimedia, audio-visual, film, kerajinan tangan, musik, seni pertunjukan, pariwisata kebudayaan dan lain-lain), serta dukungan istitusi pendidikan terhadap pengembangan kebudayaan daerah.

Berdasarkan resume opini para pakar yang ditampilkan pada Tabel 5 dan pemetaan postur strategik SPACE (Gambar 5-1), diagram Cartessius menghasilkan resultante postur strategik *abAB* pada kuadran II dengan profil yang konservatif di titik R(-0,63; 0,39). Hasil ini memperlihatkan bahwa masyarakat masih memandang nilai kebudayaan perlu dijunjung tinggi, meskipun secara faktual belum ada tindakan konkrit untuk mengimbangi derasny desakan aliran kebudayaan asing. DIY kalah bersaing dengan daerah lain (juga mancanegara) karena belum memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).



Gambar 5 Analisis SPACE dan IE Kebudayaan di DIY

Sumber: Analisis (2007)

Kuadran konservatif menunjukkan pula bahwa kebudayaan DIY berada pada kompetensi dasarnya (*basic competencies*) sehingga tidak perlu mengambil risiko besar untuk perubahan radikal. Seperti pernyataan Hooley dan Saunders (1993) di sini

sebaiknya dilakukan pengembangan produk (*product development*), merekayasa ulang (*reengineering*), memberi kemasan yang menarik dan merevitalisasi produk yang sudah ada agar memiliki tampilan lebih memikat.

Tentu saja untuk melakukan aksi ini perlu cukup pengetahuan (*knowledge*) dan ketrampilan (*skill*), meliputi pemahaman kognitif (cipta), afektif (rasa) maupun konatif (karsa). Tindakan pembelajarannya dapat dilakukan melalui jalur formal seperti sekolah maupun non-formal misalnya keluarga, kelompok bermain atau agen sosialisasi lain, serta kampanye terus menerus, melalui tokoh masyarakat, budayawan, seniman dan juga bengkel kerja (*workshop*).

Selain itu dapat pula dilakukan integrasi horizontal dan aliansi antar lembaga budaya di masyarakat untuk saling mengisi, menumbuhkan ide, kreativitas dan lain-lain. Kemudian, perlu perencanaan holistik dalam pengembangan disain wujud dan tata nilai kebudayaan agar berkelanjutan, melakukan perlindungan budaya secara terintegrasi, melakukan komunikasi dan pencitraan serta melakukan pelestarian berbasis kearifan masyarakat lokal.

Harapannya di kemudian hari, dengan manajemen dan kooperasi lembaga yang kuat dapat dilakukan pengembangan dan penetrasi pasar ke mancanegara secara terintegrasi. Perlindungan budaya dilakukan pula dengan pengayaan keanekaragaman wisata, sedangkan komunikasi dan pencitraan dilakukan melalui berbagai macam sarana yang sudah sering digunakan dan relatif maju seperti *leaflet*, baliho, brosur dan juga *e-tourism (electronic-tourism)*, maupun yang konservatif tetapi mempunyai efek yang tepat sasaran dan efisien yaitu pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Daerah yang memiliki keunikan seperti Kotagede, pecinan (misalnya di daerah Jalan Ketandan) atau pun kawasan perkampungan dan perdesaan dikembangkan sebagai pusat ekobudaya lengkap dengan ekoresor yang menggunakan sumberdaya lokal

(misalnya kesenian yang ditampilkan menggunakan sumberdaya manusia setempat dan amenities yang disajikan berbahan baku lokal pula). Namun aktivitas ini semua akan sukses jika dapat memberikan nilai tambah bagi perbaikan ekonomi masyarakat sehingga tidaklah mudah dilakukan, perlu dukungan pemerintah sebagai pengarah.

IV.6 Analisis Kekuatan Internal-Eksternal

Berdasarkan rangkuman opini pakar (Tabel 6), terlihat bahwa konstelasi skor antara daya tarik industri dengan kekuatan kebudayaan Yogyakarta terletak pada sel I dengan koordinat 4,24; 3,73. Artinya, daya tarik industri kebudayaan tinggi (faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan, bahkan informasinya tidak sempurna), sedangkan kekuatan kebudayaan dipandang juga masih memiliki nilai tinggi (Gambar 5-2). Hal ini menjadikan DIY sebagai daerah tujuan pengembangan budaya asing seperti *video games* dan *play station* bahkan sampai *fashion* dan mode baju, karena memang secara etnik di wilayah ini penduduknya multikultur.

Tabel 6 Kombinasi Internal-Eksternal Kebudayaan

No	Deskripsi	Resultante	No	Deskripsi	Resultante
1	Keunggulan kompetitif	4.40	3	Kekuatan lingkungan bisnis	3.70
2	Kekuatan nilai	4.09	4	Kekuatan industri kebudayaan	3.77
	Jumlah (Σ)	8.48		Jumlah (Σ)	7.46
	Rerata (μ)	4.24		Rerata (μ)	3.73

Sumber: Analisis (2007)

Agar bermanfaat secara ekonomi bagi masyarakat, pelestarian kebudayaan dapat mengikutsertakan pihak swasta melalui kemitraan (*partnership*), investasi ataupun hibah tidak mengikat. Sementara untuk peningkatan mutu dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan (diklat) kewirausahaan terutama bagi UMKM dalam bentuk pelatihan, bantuan teknis dan manajemen.

IV.7 Strategi Daya Saing Kebudayaan

IV.7.1 Penentuan Strategi

Setelah menetapkan sasaran yang hendak dicapai maka kebijakan, strategi dan taktik (implementasi) daya saing bidang kebudayaan DIY diuraikan melalui Tabel 7. Dua kebijakan utama yang perlu dilakukan adalah, pertama, edukasi sejak usia dini dengan strategi menumbuhkan rasa *handarbèni* masyarakat terhadap kebudayaan melalui pemahaman (*knowledge*) kognitif dan afektif tentang pentingnya arti pelestarian budaya serta pembekalan ketrampilan (*skill*) dan konatif (*conative*) atau karsa. Wilayah edukasi mencakup program pendidikan, paket informasi, buku dan lain-lain. Kemudian, memberikan lokakarya (*workshop*) bagi guru, administrator dan keluarga dalam hal *outcomed-based education* dan *site-based management*. Sekolah dapat pula menggunakan indikator kunci seperti *student achievement* dan *student enrollment* sebagai tolok ukur kesuksesan implementasi program.

Tabel 7 Kebijakan, Strategi dan Taktik Agar Kebudayaan Berdaya Saing

No	Kebijakan	Strategi	Taktik (Implementasi)
1	Edukasi	1. Pemahaman (<i>knowledge</i>) kognitif dan afektif (perasaan) tentang pentingnya arti pelestarian budaya kepada masyarakat sejak dini – menumbuhkan rasa <i>handarbeni</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendidikan formal – melalui sekolah 2. Pendidikan non-formal – melalui keluarga kelompok bermain – menghidupkan kembali permainan (<i>dolanan</i>) anak dan sesumber lokal 3. Sosialisasi berkesinambungan – merevitalisasi adat-istiadat, ritual kebudayaan Jawa dengan mengadakan lomba (misalnya merangkai janur), pertunjukan dan lain-lain yang dapat menarik minat masyarakat 4. Kampanye penggunaan bahasa Jawa pada anak sejak dini 5. Pendekatan kultural melalui tokoh masyarakat, budayawan, seniman
		2. Ketrampilan (<i>skill</i>) – konatif (<i>conative</i>) – karsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendidikan formal – melalui sekolah – menggalakkan kembali prakarya seperti pembuatan keranjang dari anyaman bambu. 2. Pendidikan non-formal – melalui keluarga kelompok bermain, koperasi, kelompok usaha. 3. Bengkel kerja (<i>workshop</i>) di setiap

			kecamatan – misalnya ketrampilan tepat guna membuat sangkar burung, menanam bunga dll.
2	Revitalisasi nilai-nilai seni-budaya, ritual, adat-istiadat, dll	1. Perencanaan yang holistik termasuk pengembangan disain wujud dan tata nilai kebudayaan yang berkelanjutan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan kegiatan sosial-budaya – penempatan guru kesenian, tari, musik ke sekolah dan membantu kegiatan yang diselenggarakan masyarakat 2. Mempertemukan kepentingan kebudayaan manusia dengan alam termasuk manajemen - menyampaikan nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian kepada masyarakat, termasuk manajemen dan pembelajaran seni pertunjukan
		2. Perlindungan budaya secara terintegrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengayaan keanekaragaman wisata budaya dengan basis pada komunitas dan sumberdaya lokal, misalnya: <ol style="list-style-type: none"> a. Wisata spiritual, ritual, dan religi (<i>pilgrim tourism</i>) di Kotagede, bekakak di Gamping, dll b. Mendorong wisata kuliner 2. Pelestarian benda cagar budaya yang menjadi identitas dan <i>landmark</i> Kota Yogyakarta seperti Kraton, wayang dan keris
		3. Komunikasi dan pencitraan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi -- Pemakaian alat pemasaran secara terpadu – <i>leaflet</i>, <i>eTourism</i>, <i>word of mouth</i>, dll
			<ol style="list-style-type: none"> 2. Melakukan pemasaran bermasyarakat -- mempertemukan kebutuhan masyarakat, produsen dan konsumen – memperkaya cinderamata (<i>souvenir</i>) lokal, baik dalam hal karyanya maupun bahan bakunya – memberikan pengarahannya kepada para produsen dan pengecer (<i>retailer</i>) benda-benda seni
		4. Pelestarian berbasis masyarakat lokal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga nilai-nilai pranata sosial, tata-krama, <i>unggah-ungguh</i>, kedisiplinan dan keteraturan – introduksi ke sekolah, 2. Mempertahankan identitas, integritas dan nilai-nilai budaya masyarakat – gotong-royong, rembug desa, dsb 3. Pengembangan desa sebagai ekoresor dan pusat ekobudaya dengan menonjolkan eksistensi kekhasan lokal-tradisional
		5. Perbaikan perekonomian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan aktivitas komunitas lokal – kampanye, festival, perlombaan, atau acara khusus lain dengan menggugah kembali minat masyarakat untuk mempertahankan properti, kesenian, makanan dan kerajinan tradisional 2. Penggunaan produk berbasis sumberdaya lokal – penyuluhan penggunaan bahan baku yang ada di sekitarnya, dll

			<p>3. Kemitraan – investasi pihak swasta, hibah tidak mengikat</p> <p>4. Diklat kewirausahaan – pelatihan, bantuan teknis dan manajemen kewirausahaan terhadap usaha gurem, mikro, kecil dan menengah</p>
--	--	--	---

Sumber: Analisis (2007)

Kedua, melakukan revitalisasi terhadap nilai-nilai seni-budaya, ritual, adat-istiadat yang selama ini mulai termarginalisasi. Strateginya menggunakan perencanaan yang holistik termasuk pengembangan rancang bangun wujud dan tata nilai yang dapat diterima masyarakat, perlindungan budaya secara terintegrasi melibatkan seluruh elemen masyarakat dan pemerintah, melakukan komunikasi dan pencitraan terhadap budaya dan keunggulan kompetitif keanekaragaman yang dimiliki oleh Yogyakarta, melakukan pelestarian berbasis masyarakat lokal. Namun demikian, upaya pelestarian akan sia-sia jika tidak ada imbang hasil terhadap kesejahteraan masyarakat, sehingga perbaikan perekonomian perlu pula menjadi fokus strategi.

Mengacu kepada Rubin (Bryson dan Einsweiller, 1988), secara keseluruhan strategi yang diterapkan mempunyai dimensi jangka panjang dengan tujuan untuk mengantisipasi atau memperbaiki perubahan konteks dalam hal ini kebudayaan di DIY. Secara umum strateginya dalam sel “*quest*” atau pertanyaan dan “*saga*” (Gambar 1-2). Dengan demikian langkah yang dilakukan bersifat: (1) restoratif untuk mengembalikan “kebersamaan” masyarakat yang hilang melalui kebijakan dan agenda orientasi institusional yang baru; (2) reformatif, merubah kebijakan dan prosedur pemerintah dengan melakukan apresiasi terhadap sumber lokal; sekaligus (3) perlindungan terhadap nilai, norma atau hakekat kebudayaan Jawa yang terancam oleh perubahan lingkungan.

Kemudian, sebagai langkah antisipasi terhadap semakin menurunnya fungsi kebudayaan Jawa di masyarakat perlu (1) sebuah agenda baru dengan tujuan dan

sasaran jangka panjang berupa masyarakat yang maju, mandiri, sejahtera lahir batin yang didukung oleh nilai-nilai kejuangan dan pemerintahan yang baik dan bersih dengan mengembangkan ketahanan sosial-budaya dan sumberdaya berkelanjutan; (2) penerapan visi besar terwujudnya pembangunan regional, wahana menuju kondisi DIY pada tahun 2020 sebagai pusat pendidikan, kebudayaan, dan daerah tujuan wisata terkemuka; dan juga (3) berbagai skenario, implementasi dan tindakan alternatif yang tertuang di dalam Tabel 7.

Investasi pada komunikasi berarti memberikan atensi terhadap disain dan penggunaan jaringan komunikasi, termasuk pesan dan distribusinya. Khususnya pada saat ada perubahan besar, masyarakat perlu diberikan kesempatan mengembangkan dan mengapresiasi implementasi perubahan yang akan mereka terima di masa depan. Masyarakat perlu mendengar tentang usulan perubahan melalui berbagai saluran dalam kurun waktu yang cukup sehingga pesan yang ingin disampaikan kepadanya dapat dimengerti. Masyarakat juga harus dapat menyampaikan pendapatnya tentang perubahan yang akan terjadi agar mereka dapat menginterpretasikan, melakukan adaptasi dan mengeksplorasi implikasi yang akan terjadi.

Selain itu, harus dipikirkan pula cara untuk mengurangi resistensi sikap penolakan dan kurangnya partisipasi masyarakat terhadap program aksi dengan memberikan kepada mereka sesi orientasi, bahan pelatihan, tim *problem-solving*, interaksi tatap muka dan asistensi teknik untuk mendukung strategi implementasi dan mengatasi masalah. Penghargaan simbolik dan seremonial juga dapat diberikan untuk membantu memperkuat dukungan masyarakat.

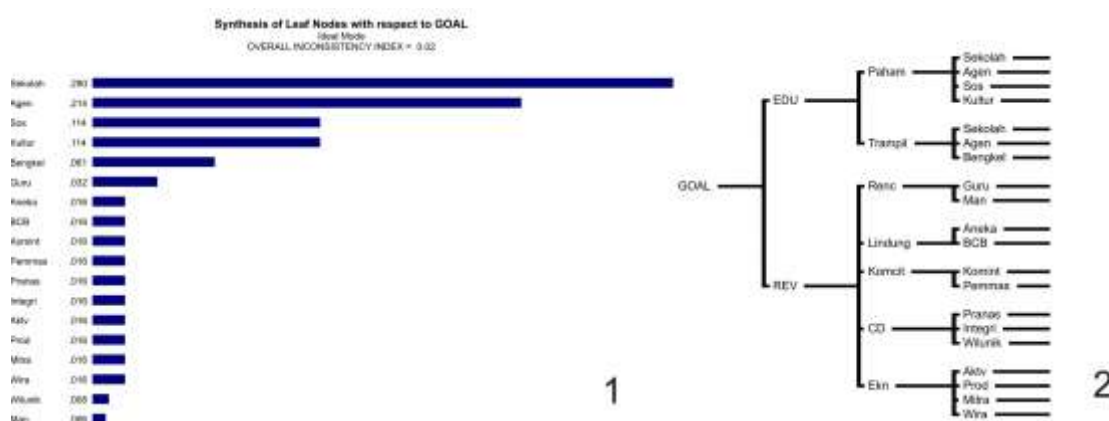
Implementasi program dapat dilakukan dengan dua cara yaitu langsung (secara simultan) atau bertahap (gradual). Implementasi program secara langsung dapat dilakukan bilamana secara teknis dan politis mudah, masyarakat menerima

dengan bijak, senang hati dan tidak timbul prasangka terhadap program pemerintah. Jika dapat dilakukan, implementasi membutuhkan biaya yang murah dan memberikan insentif yang cukup. Sebaliknya jika penerapan program secara teknis dan politis sulit dilakukan, misalnya terdapat *stakeholders* yang problematik dan antagonistik, maka perlu diambil jalan bertahap melalui beberapa “gelombang” agar pengadopsi awal (*initial adopter*) dapat diikuti oleh pengadopsi berikutnya (*later adopter*).

Supaya implementasi efektif, perlu diperhatikan rancang bangun (*design*) dan demonstrasi proyek percontohan (*pilot project*) serta melakukan transfer perubahan secara hati-hati. Pada saat proses implementasi dilakukan secara gradual, perlu perhatian khusus kepada masyarakat yang mengadopsi perubahan pada tahap awal.

IV.7.2 Prioritas Kebijakan

Untuk menentukan keputusan daya saing secara menyeluruh digunakan proses hirarki analitik (PHA) dengan menetapkan prioritas antar elemen, mensintesiskan pertimbangan (penilaian), meneliti konsistensi pertimbangan tersebut dan mengambil keputusan akhir yang didasarkan atas hasil-hasil proses ini. Hasil penilaian pakar diolah menggunakan perangkat lunak *Expert Choice*.

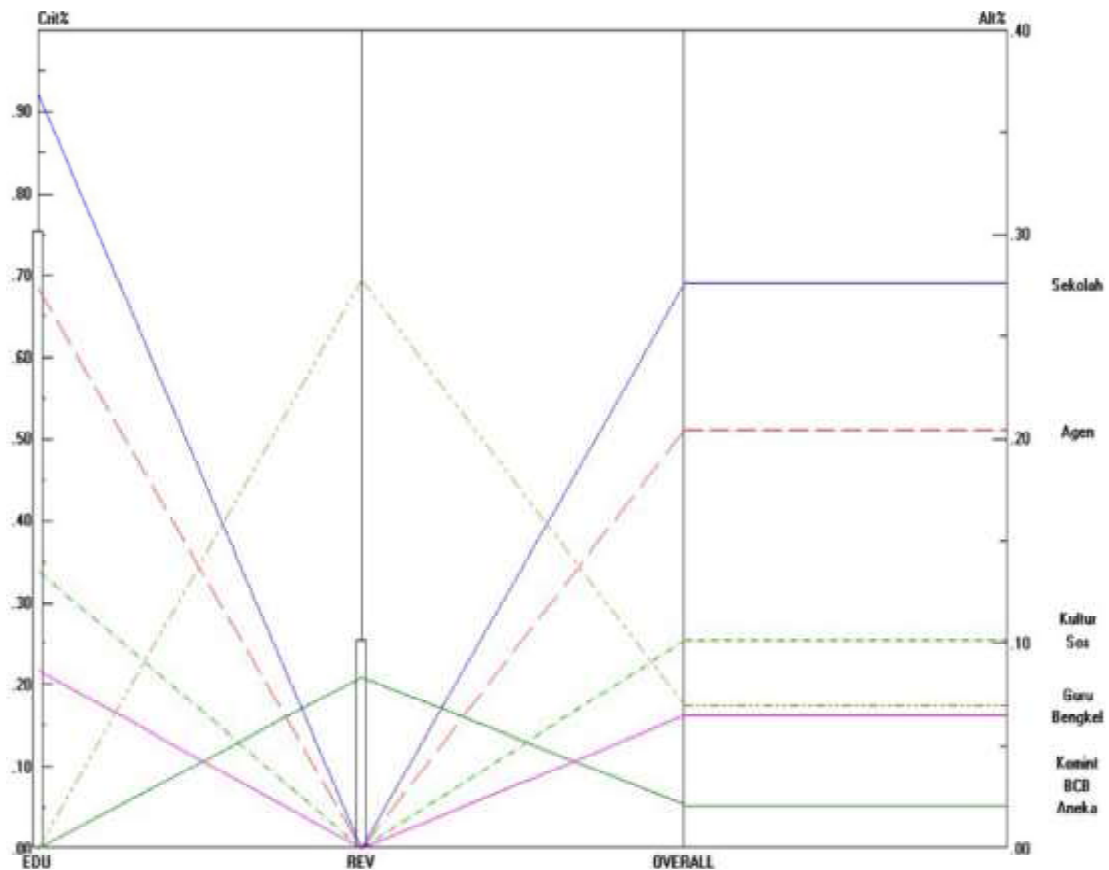


Gambar 6 Strategi Peningkatan Daya Saing Bidang Kebudayaan

Sumber: Analisis (2007)

Dari Gambar 6-1, terlihat *overall inconsistency ratio index* sebesar 0,02. Oleh karena hasil tersebut signifikan, lebih kecil dari 0,1; maka hasil analisis dapat dipercaya. Gambar 6-2 memperlihatkan diagram pohon strategi peningkatan daya saing bidang kebudayaan, mulai dari kebijakan, strategi dan implementasinya. Secara keseluruhan implementasi kebijakan dan strategi yang dilaksanakan adalah pendidikan melalui jalur formal seperti sekolah (29%), melalui agen (21,4%), sosialisasi dan pendekatan kultural masing-masing 11,4 persen, pembentukan bengkel kerja (6,1%), pendayagunaan guru (3,2%).

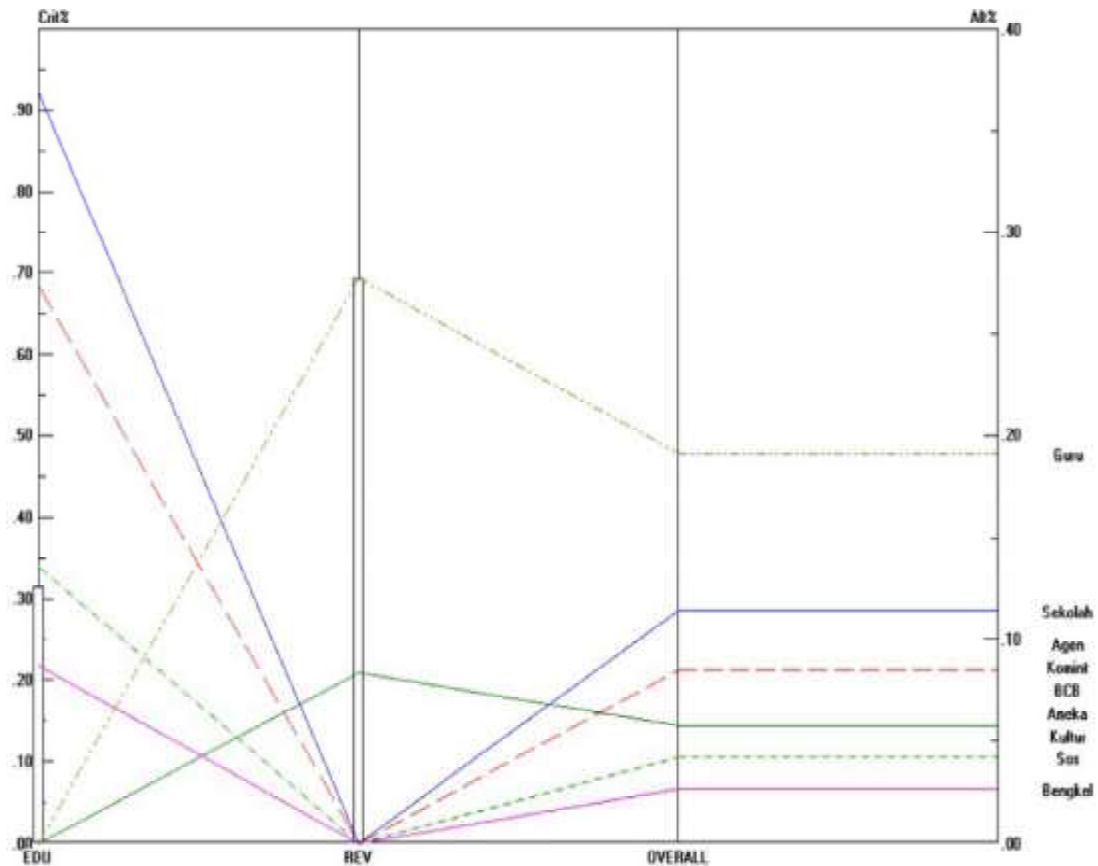
Pengayaan keanekaragaman budaya dan amenitas, perlindungan *heritage*, komunikasi dan pencitraan secara terintegrasi, menjaga pranata sosial, kampanye aktivitas lokal, penggunaan produk dengan sumberdaya lokal, kemitraan, pendidikan dan latihan kewirausahaan masing-masing memiliki peluang 1,6 persen. Adapun pengembangan wilayah-wilayah yang unik sebagai ekoresor dan ekobudaya dan manajemen seni pertunjukan, masing-masing berpeluang 0,8 dan 0,6 persen.



Gambar 7 Analisis Sensitivitas: Opini Pakar

Sumber: Analisis (2007)

Selanjutnya dari analisis sensitivitas (Gambar 7), opini pakar menunjukkan konstelasi peluang edukasi (70%) lebih didahulukan dibandingkan merevitalisasi kebudayaan lokal (30%) sehingga pendidikan formal melalui sekolah merupakan prioritas utama untuk meningkatkan daya saing kebudayaan Jawa, yang diikuti dengan penggunaan jalur non formal seperti agen keluarga, kelompok bermain dan sebagainya. Pendekatan lain dilakukan dengan menggunakan jasa tokoh masyarakat, budayawan dan seniman, pendayagunaan guru, pembuatan bengkel kerja sebagai penunjang ketrampilan, komunikasi pemasaran terintegrasi, mempertahankan *heritage* baik yang *tangible* maupun *intangibile* dan penganekaragaman jenis wisata.



Gambar 8 Analisis Sensitivitas: Peluang Revitalisasi di atas Edukasi

Sumber: Analisis (2007)

Jika analisis dilanjutkan, dengan merubah konstelasi sehingga revitalisasi kebudayaan diberikan peluang yang lebih tinggi sampai dengan 70% berbanding dengan edukasi 30%, maka pada Gambar 8 terlihat bahwa dalam implementasi, pendayagunaan guru kesenian, tari, musik ke sekolah dan masyarakat memperoleh prioritas utama, diikuti oleh pendidikan sekolah dan melalui agen-agen.

V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. (1) Faktor-faktor atau parameter penting agar kebudayaan lokal memiliki daya saing dalam industri kebudayaan yang berbasis pada ekonomi kreatif adalah: (a) Dalam wujud kebudayaan, masyarakat perlu memiliki solidaritas organis, menjaga kondusivitas pranata sosial, mengedepankan spiritualisme dalam bentuk

pendidikan dan budi pekerti, melakukan pengenalan budaya Jawa sejak dini sekaligus menggalakkan penggunaan bahasa Jawa pada acara non formal, mencari stimulan yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi dengan merevitalisasi adat-istiadat dan ritual kebudayaan Jawa, memberikan apresiasi seni-budaya dengan melibatkan peran serta seluruh elemen masyarakat, menciptakan komunikasi yang sehat dan rasa saling percaya antar sesama warga (untuk menciptakan suasana kondusif), menggunakan peran institusi formal dan non-formal. (b) Dalam hal fisik kebudayaan perlu digali kembali nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian masyarakat serta memodifikasi cara penyelenggaraan dan pembelajaran seni pertunjukan agar tidak ketinggalan jaman, pelestarian kesenian dan *heritage*, mengoptimalkan infrastruktur pendukung budaya, mempertahankan penggunaan busana dengan motif batik dan lurik, menjaga keanekaragaman kerajinan, membangkitkan kembali kebanggaan berbusana Jawa, kedisiplinan, ketertiban, keteraturan dan tata-krama, meningkatkan kualitas dan model, dan menjaga Kraton sebagai pusat budaya Jawa. (2) Perlu pemahaman terhadap **edukasi** dan melakukan perencanaan yang holistik termasuk pengembangan disain wujud dan tata nilai kebudayaan yang berkelanjutan, melakukan perlindungan budaya secara terintegrasi, melakukan komunikasi pemasaran dan pencitraan secara simultan, melakukan pelestarian kebudayaan berbasis masyarakat lokal, perbaikan perekonomian dengan menggunakan keunikan yang dimiliki masyarakat.

V.2 Saran

Berdasarkan temuan dari kajian dalam penelitian ini maka strategi yang tepat, organik, tepat sasaran dan dapat diimplementasikan secara faktual untuk mengangkat *mainstream* “DIY sebagai pusat budaya tahun 2020” adalah perlu penerapan dua kebijakan penting sebagai berikut: (1) Merevitalisasi adat, istiadat, ritual sebagai cerminan identitas, integritas dan kebersamaan, termasuk menggalakkan kembali

penggunaan bahasa Jawa. (2) Mendorong edukasi baik kognitif, afektif dan konatif, serta pengenalan budaya Jawa sejak dini melalui jalur formal (sekolah) dan non-formal (agen sosialisasi seperti keluarga, kelompok bermain, media massa dan lain-lain).

Daftar Pustaka

- Bryson, J.M. and R.C. Einsweiller. 1988. *Strategic Planning: Threats and Oppourtinities for Planners*. Chicago: Planners Press.
- Cappiello, S., M. Freed., M. Jacobsen., and J. Taylor. 1995. A Product Launch Strategy for Kid Science. Paper presented in *EES 283*, June 9, 1995.
- Getty Conservation Institute (GCI). 1998. *Economics and Heritage Conservation: A Meeting Organized by the Getty Conservation Institute*. Los Angeles: Getty Center.
- Hair, J.F., Jr., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson., and R.L. Tatham. 2006. *Multivariate Data Analysis*. (5th ed.). Upper Saddle River, NJ, USA: Pearson Education, Inc.
- Hooley, G.J., and J. Saunders. 1993. *Competitive Positioning: The Key to Market Success*. Hertfordshire, UK: Prentice Hall, Inc.
- Koentjaraningrat. 2004. *Bunga Rampai Kebudayaan, Mentalitas, dan Pembangunan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Langabeer II, J. 1998. Competitive strategy in turbulent healthcare markets: An analysis of financially effective teaching hospitals. *Journal of Healthcare Management*, 43 (6): 512-526
- Lee, D.N.B. and D.J. Snepenger. 1992. An ecotourism assessment of Tortuguero, Costa Rica. *Annals of Tourism Research*, 19 (2): 1367-1370.
- Nagel, S.S. 1982. *Policy Evaluation: Making Optimum Decisions*. New York, USA: Praeger Publisher.
- O'Connor, R.A. 1995. Agriculture change and ethnic succession in Southeast Asian Studies: A case for regional anthropology. *The Journal of Asian Studies*, 54 (4): 969.
- Ranjabar, J. 2006. *Sistem Sosial Budaya Indonesia: Suatu Pengantar*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Saaty, T.L. 1986. *Decision Making for Leaders: The Analytical Hierarchy Process for Decisions in Complex World*. Pittsburgh, USA: University of Pittsburgh.
- Santosa, S. 2000a. *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, S. 2000b. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunarto, K. 1985. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Unesco. 2003. *The Unesco hereby Proclaims Wayang Puppet Theatre – Indonesia as a Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*. www.unesco.org
- _____. 2007. *Unesco Cultural Activities Worldwide*. www.unesco.org
- Watson, C.J., P. Ballingsley., D.J Croft., and D.V. Hundsberger. 1993. *Statistic for Management and Economics*. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice Hall, Inc.
- Wikipedia. 2007. *Budaya*. www.wikipedia.com