

Selamatkan Cagar Budaya dengan Iklan Layanan Masyarakat

Denny Antyo Hartanto, S.Sn., M.Sn.

Abstract

Banyak orang tidak mengetahui tentang benda cagar budaya. Cagar budaya ada banyak hal dan ragamnya, tetapi banyak terjadi penyimpangan terhadap cagar budaya tersebut. Masyarakat tidak mengetahui bangunan atau benda cagar budaya yang harus dijaga dan dilestarikan dikarenakan tidak ada sosialisasi.

Melalui iklan layanan masyarakat tentang cagar budaya yang harus dijaga dan dilestarikan merupakan salahsatu media yang diharapkan bisa menjadi jembatan pemerintah untuk menyampaikan pesan tentang pelestarian cagar budaya kepada masyarakat. Pelajar merupakan generasi muda yang harus bisa menjaga warisan bangsa diharapkan paham dan ikut serta melestarikan benda cagar budaya warisan bangsa.

Kata kunci : cagar budaya, iklan layanan masyarakat, pelajar.



Pendahuluan

Benda cagar budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia. Sebagai salahsatu peninggalan sejarah maka benda ini mendapat perlindungan dari pemerintah, yaitu Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya sebagai pengganti Undang-undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya sudah tidak sesuai dengan perkembangan, tuntutan, dan kebutuhan hukum dalam masyarakat. Dasar dari dikeluarkannya undang-undang tersebut ialah untuk melindungi benda-benda cagar budaya sebagai kekayaan bangsa yang berguna untuk pendidikan dan generasi seterusnya. Sehingga kita bisa mengetahui kehidupan masa lalu untuk digunakan memotivasi kehidupan masa saat ini.

Sebagai benda peninggalan masa lalu, benda-benda cagar budaya ini dapat dimanfaatkan menjadi suatu obyek sejarah dalam bidang pendidikan maupun pariwisata. Contoh benda cagar budaya yang terdapat di Jember misalnya Batu Kenong, bangunan stasiun, bangunan perkebunan. Pemanfaatan ini tidaklah gampang seperti yang kita bayangkan, tetapi setidaknya ada usaha untuk tidak merusaknya. Benda cagar budaya tersebut jika kita jaga dan lestarikan bersama justru menjadi sebuah aset kebanggaan bersama.

Pemanfaatan dan pengembangan situs benda cagar budaya ini mengalami permasalahan antara lain adalah lokasi benda purbakala yang masih banyak belum dibebaskan wilayahnya, dalam arti benda cagar budaya tersebut berlokasi di areal persawahan dan ladang penduduk sehingga lokasinya sulit untuk dijangkau umum. Selain itu pemahaman tentang benda cagar budaya dimasyarakat masih sangat minim informasinya. Dari pihak pelajar, ternyata banyak yang belum memahami apa yang dimaksud dengan benda cagar budaya yang dilindungi negara.

Iklan tidak hanya bersifat komersial, iklan juga bersifat sosial. Dikenal dengan istilah Iklan Layanan Masyarakat (ILM) atau *Public Service Announcement* (PSA). ILM lebih

menekankan kepentingan umum yang berupaya menanamkan kesadaran (*awareness*) kepada masyarakat tentang isu sosial yang dianggap penting. Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis periklanan yang dilakukan oleh organisasi komersial maupun non komersial (pemerintah) untuk mencapai tujuan sosial atau sosio-ekonomis (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat). Sedangkan menurut Crompton dan Lamb, Iklan Layanan Masyarakat adalah bentuk komunikasi visual yang disumbangkan oleh media untuk kepentingan masyarakat, yang berarti gratis. Menurut Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI), ILM adalah pesan komunikasi pemasaran untuk kepentingan publik tentang gagasan atau wacana untuk mengubah, memperbaiki atau meningkatkan sikap atau perilaku mereka. Produksi maupun penyiaran media ini sebagian atau seluruhnya dikelola dan atau didanai oleh pelaku periklanan. Ada beberapa ciri ILM di antaranya yaitu: ILM mengangkat tema atau isu sosial yang berkembang dalam masyarakat. Pada media massa cetak seperti surat kabar, ILM biasanya berukuran besar sehingga menarik perhatian pembaca. ILM berupa himbauan, ajakan, atau informasi yang bersifat umum ditujukan kepada masyarakat luas. Ketika sebuah organisasi membuat ILM maka mereka dianggap mempunyai kepedulian yang lebih terhadap tema yang diangkat sehingga akan meningkatkan citra organisasi tersebut.

Keberadaan benda cagar budaya dapat didokumentasikan dengan memanfaatkan media Informasi Teknologi, salah satunya dengan media audio visual. Teknik pembuatan audio visual dikenalkan pada murid-murid SMA dengan harapan dapat menjadi salah satu ketrampilan.

Metode

Dari analisis situasi dan permasalahan yang terdapat pada mitra maka solusi yang dapat kami berikan melalui Program Iptek Bagi Masyarakat (IbM) adalah diadakannya pelatihan dan pendampingan pembuatan audio visual tentang kesadaran menjaga cagar budaya di Kabupaten Jember berupa:

1. Pelatihan pengetahuan tentang cagar budaya

2. Pelatihan membuat produksi audio visual berupa iklan layanan masyarakat tentang menjaga cagar budaya.

Program IbM ini dilaksanakan dengan cara menjalin kerjasama antara Tim Pengusul IbM dengan kelompok Pendidik Sekolah Menengah Atas sebagai Mitra. Tim pengusul IbM bertindak sebagai Tim Pelatih (trainer) dan pendamping, sedangkan kelompok Pendidik Sekolah Menengah Atas sebagai peserta pelatihan dan pendampingan. Kelompok Pendidik yang diajak berperan sebagai mitra adalah kelompok Pendidik SMA Pakusari Jember dan SMA Kartika IV 2 Jember.

Jumlah peserta Program Pelatihan dan Pendampingan ini sebanyak 100 siswa dan guru. Program pelatihan dilakukan melalui kegiatan di dalam kelas, sedang program pendampingan dilakukan secara langsung di lapangan yaitu terhadap siswa. Materi kegiatan pelatihan dan pendampingan dibagi menjadi dua tersebut diatas.

Kegiatan dalam kelas dilakukan dengan beberapa metode yaitu ceramah, diskusi dan praktek. Tim pengusul dalam pelatihan ini bertindak sebagai pelatih, berperan sebagai pemberi materi dan pembimbingan pada saat diskusi dan praktek lapangan. Evaluasi dari pelatihan digunakan untuk mengetahui tingkat capaian dari target luaran program pelatihan dilaksanakan dengan melakukan pretest, post test dan penayangan karya audio visual.

Pelaksanaan program dilakukan dengan dua cara yaitu di kelas dan di lapangan. Kegiatan dalam kelas dilaksanakan dengan metode ceramah yang kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan praktek kelas. Evaluasi dari pelatihan diperlukan untuk mengetahui tingkat capaian target luaran program pelatihan. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan pelaksanaan pretest, post test dan peragaan materi pelatihan oleh peserta.

Hasil dan pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan 1 (satu) buah produk audio visual berupa iklan layanan masyarakat tentang pelestarian benda cagar budaya dan buku panduan tentang pembuatan produk audio visual. Dengan media iklan layanan masyarakat tentang cagar budaya ini diharapkan bisa menjadi bagian dalam melestarikan benda cagar budaya sebagai warisan bangsa. Iklan layanan masyarakat ini membahas tentang cagar budaya meliputi apa saja dan bagaimana cara melestarikan. Iklan layanan masyarakat dipilih menjadi media sosialisasi karena media ini menampilkan secara audio visual yang artinya ada gambar dan suaranya sehingga masyarakat yang melihat bisa mudah untuk memahaminya.

Cagar budaya yang ada disekitar kita ada berbagai macam ragamnya. Gambar berikut ialah beberapa contoh cagar budaya yang ada disekitar kita.



Papan penjelasan Undang – Undang Republik Indonesia tentang Cagar Budaya



Batu Kenong yang ada di wilayah Jember



Batu Menhir yang ada di wilayah Jember



Dolmen yang ada di wilayah Jember



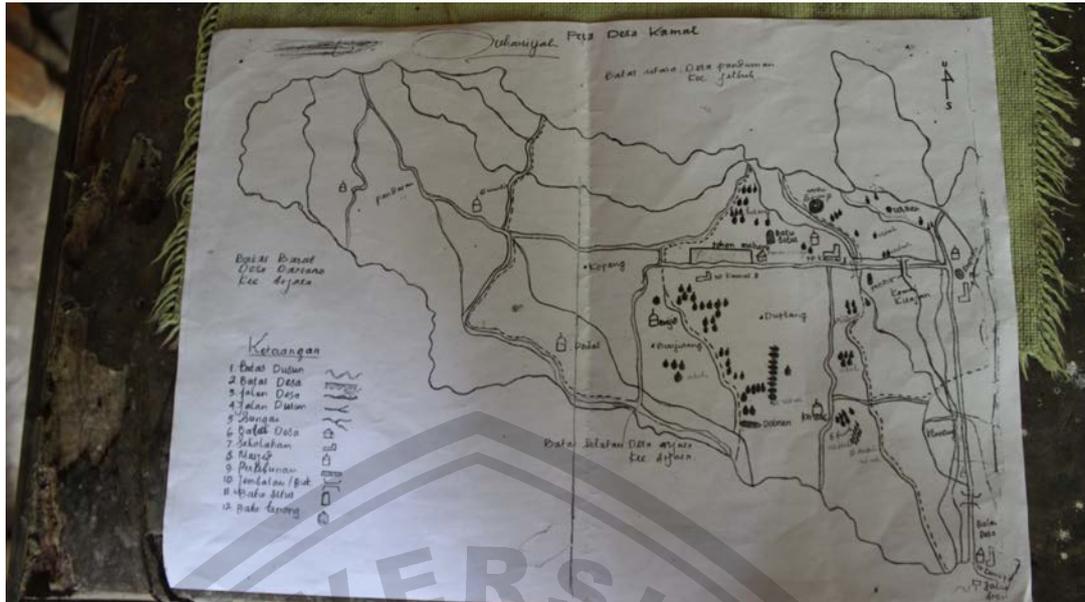
Batu Kenong yang ada di wilayah Jember



Batu Kenong yang ada di wilayah Jember



Batu Kenong yang ada di wilayah Jember



Peta letak cagar budaya yang ada di wilayah Jember

Dalam iklan layanan masyarakat ini menampilkan gambar tentang pemahaman cagar budaya dan cara untuk melestarikan serta ajakan kepada para penonton untuk turut serta melestarikan benda cagar budaya. Selain menampilkan gambar iklan layanan masyarakat ini juga menampilkan tulisan yang berisi ajakan untuk melestarikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami. Iklan layanan masyarakat adalah bentuk publikasi suatu keadaan yang mengisyaratkan perubahan atau tindakan dari setiap orang untuk melakukan perubahan keadaan yang lebih baik. Dalam dunia iklan layanan masyarakat ini berisi tentang membujuk atau mempengaruhi orang untuk memiliki suatu produk atau menikmati suatu layanan dan melakukan tindakan. ILM merupakan salah bentuk pemasaran sosial yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat. Menurut Kotler dan Roberto elemen-elemen utama pemasaran social yaitu:

Cause – sasaran sosial yang dipercaya agen perubahan untuk dapat memberikan jawaban terhadap suatu permasalahan sosial.

Change agent – individu, organisasi atau kelompok yang mencoba mengadakan perubahan sosial dengan cara melakukan suatu kampanye.

Target adopter – individu, kelompok atau keseluruhan populasi yang dijadikan sasaran perubahan oleh pemasar sosial.

Channels – jalur komunikasi dan distribusi yang digunakan oleh pemasar sosial dalam memasarkan produk sosialnya

.Change strategy – petunjuk dan program yang dipakai oleh agen perubahan untuk mengubah sikap dan perilaku kelompok sasaran.

Berhubung penerjunan pengabdian bersamaan dengan acara BBJ (Bulan Berkunjung ke Jember) yang diselenggarakan oleh Pemda Jember maka beberapa kali terjadi re-scheduling. Sebab sekolah-sekolah dan para siswa banyak yang terlibat pada acara tersebut.

Secara substansial, para siswa banyak yang tidak mengetahui benda-benda yang tergolong cagar budaya yang berada di lingkungan sekitarnya. Sehingga mereka juga tidak tahu bagaimana melestarikannya. Dan secara teknis, pengetahuan tentang teknologi penggunaan foto juga tergolong masih awam bagi mereka. Dengan demikian waktu untuk memperkenalkan secara konseptual juga dibutuhkan waktu yang panjang.

Upaya mengatasi kedua hambatan tersebut adalah dengan cara melakukan re-scheduling dengan mitra hingga mencapai kesepakatan bersama lagi. Dan untuk hambatan kedua, tim pengabdian menuntun penuh dengan kesabaran sedikit-demi-sedikit materi yang harus diberikan sehingga dibutuhkan waktu yang lama. Selain itu tidak

semua siswa juga belum familiar dengan teknologi fotografi. Untuk itu, perlu direkomendasikan diadakan kegiatan pengabdian masyarakat seperti ini lagi supaya penguasaan materi dan ketrampilan dapat mendekati sempurna. Tentu saja yang akan berguna sebagai bekal masa depannya dan pelestarian benda cagar budaya.

Kesimpulan

Sesuai rencana kegiatan yang telah disusun maka target yang diharapkan setelah pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian benda cagar budaya. Selain juga untuk membekali siswa ketrampilan yang dapat digunakan untuk menyalurkan hobby maupun berwirausaha nantinya.

Rencana kegiatan kedepan adalah pembuatan poster iklan layanan masyarakat tentang pelestarian benda cagar budaya. Poster ini nantinya bisa mendukung produk audio visual iklan layanan masyarakat yang telah dibuat. Pelaksanaan dilakukan di dua sekolah yang akan dilaksanakan pada bulan Nopember pertengahan atau Desember awal menyesuaikan kondisi.

Materi yang disampaikan pada waktu pengabdian di SMA Pakusari Jember dan SMA Kartika IV 2 Jember dapat dikatakan berhasil dengan baik. Hal ini dapat diketahui dari antusiasme guru dan siswa untuk mendengarkan materi yang disampaikan oleh tim. Terbukti banyak muncul pertanyaan dari siswa tentang ragam benda cagar budaya, undang-undang cagar budaya, proses pra produksi, proses produksi audio visual, dan proses pasca produksi audio visual. Sempitnya waktu pelaksanaan menimbulkan permintaan dari para siswa untuk lebih lama lagi durasi waktu pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

Eneste, Pamussuk, *Novel dan Film*. Nusa Tenggara Timur: Penerbit Nusa Indah. 1991.

Margija Mangunharjana, A, *Mengenal Film*. Yogyakarta: Yayasan Kanisius. 1976.

Mascelli, Joseph V, *Komposisi, Angle, Kontinuiti, Editing, Close-up dalam Sinematografi*. Terjemahan dari Buku *The Five C'S of Cinematography* karya H.M.Y. Biran. Jakarta: Yayasan Citra, 1986.

Pratista, Himawan, *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008.

Sani, Asrul, *Cara Menilai Sebuah Film*. Terjemahan dari buku *The Art of Watching Film* karya Joseph M. Boggs. Jakarta: Yayasan Citra, 1992.

Sumarno, Marselli, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: PT. Gramedia Widayarsana, 1996.

