

BAB II

Gambaran Umum Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

A. Sejarah Singkat Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Yogyakarta Gamelan Festival atau yang sering disebut YGF merupakan festival yang berskala Internasional yang mewadahi pertemuan antara pemain dan pencinta musik gamelan dari seluruh dunia. *Event* ini telah diselenggarakan selama 21 tahun. YGF hadir di masyarakat sejak tahun 1995, YGF lahir dari keresahan Sapto Raharjo, karena musik gamelan mulai dilupakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Selain itu penyebabnya YGF diselenggarakan adalah untuk menghilangkan pikiran negatif terhadap musik gamelan, gamelan diidentikan dengan musik kuno untuk orang tua dan mistis, sehingga generasi muda tidak ingin mempelajari musik tradisional yaitu gamelan (<http://www.gayam16.com/2016/06/30/62/>, diakses pada tanggal 30 Juli 2016 jam 14.00 WIB).

Gamelan dianggap tidak cocok dengan musik anak muda, yang digemari anak muda adalah musik-musik dari luar negeri. Masyarakat lebih bangga terhadap budaya asing, sehingga eksistensi musik gamelan mulai terkikis. Sementara itu, gamelan mulai merambah dan mendapatkan tempat dihati pencinta musik negara lain, sehingga gamelan dicintai negara lain daripada negara kita sendiri yaitu Indonesia.

Keresahan yang dirasakan Sapto Raharjo seorang musisi dan maestro musik gamelan, sehingga Sapto mendirikan YGF. Tahun 1995, pertama kalinya

event YGF digelar dan menandai lahirnya tempat atau wadah bagi eksistensi gamelan untuk dikenal di 36 negara. Semenjak berdirinya *event* YGF, YGF menjadi tempat berkumpul, berkomunikasi dan berinteraksinya para pemain gamelan dan pencinta gamelan. Dengan diselenggarakan *event* ini diharapkan musik gamelan tetap dilestarikan dan berkontribusi terhadap gamelan (<http://www.gayam16.com/2016/06/30/62/>, diakses pada tanggal 30 Juli 2016 jam 15.00 WIB).

Penyelenggaraan *event* YGF setiap tahun dilakukan di tempat yang berbeda-beda yaitu Pasar Ngasem, Taman Budaya Yogyakarta (TBY) dan PKKH UGM. YGF memiliki *tagline* “*The Internasional Gathering of Gamelan Players and Gamelan Lovers*”.

B. Penyelenggaraan *Event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Event YGF tahun 2015 tidak hanya menampilkan dari dalam negeri Indonesia yaitu Jambi, Solo, Klaten, Bandung, Madiun dan Yogyakarta, namun mampu menampilkan para pemain gamelan dari luar negeri yaitu USA, Tuban, Australia dan lain-lain.

Gambar 2.1

1. Penampilan dari Kota Yogyakarta



(Sumber: Dokumentasi pribadi, tahun 2016)

Gambar 2.2

2. Penampilan dari Philipina



(Sumber: Dokumentasi pribadi, tahun 2016)

Gambar2.3

3. Kolaborasi semua pemain gamelan dan penonton



(Sumber: Dokumentasi pribadi, tahun 2016)

C. Lokasi Komunitas Gayam16

Sekretariat Komunitas Gayam16

Alamat : Jalan Mantrigawen Lor nomor. 09, Yogyakarta.

Telpon : 085100477717

Email : www.yogyakartagamelanfestival.org

D. Filosofi Nama dan Logo Komunitas Gayam16

Komunitas Gayam memiliki logo atau lambang yang menjadi ciri khas. Logo tersebut akan menjadi simbol khusus yang dapat memberikan penjelasan

citra sebuah komunitas. Logo memiliki pengaruh yang besar terhadap citra komunitas Gayam16. Berikut adalah logo dari komunitas Gayam16:

Gambar 2.4

Logo Komunitas Gayam16



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

Komunitas Gayam16 merupakan komunitas yang menjadi rumah atau tempat berkumpulnya gamelan *players* dan gamelan *lovers*. Komunitas Gayam16 terlahir dari ide Sapto Raharjo maestro gamelan yang berasal dari Yogyakarta. Sapto Raharjo ingin mengkolaborasikan pemain dan pencinta gamelan di seluruh dunia dalam pertemuan tahunan, pertukaran ide-ide, mengembangkan budaya tradisional di Indonesia dan menciptakan pengalaman musik yang baru dengan gamelan (<http://www.gayam16.com/p/gayam16.html>, diakses pada tanggal 30 Juli 2016 jam 14.00 WIB).

Aktivitas komunitas Gayam16 yaitu memproduksi *event* tahunan yaitu Yogyakarta Gamelan Festival (YGF). Selain itu beberapa kegiatan kebudayaan

lainnya seperti *Gamelan On The Street*, *Gamelan Gaul*, *Gamelan Road to School*, Grebeg Gamelan dan lain-lain.

E. Tujuan Komunitas Gayam16

Adapun beberapa tujuan atau alasan didirikannya Komunitas Gayam16, yaitu:

1. Untuk mensosialisasikan apa yang telah dikerjakan Sapto Raharjo. Sebagai seorang musisi yang konsen pada gamelan kontemporer, komunitas Gayam16 hadir untuk mengembangkan apa yang telah ditekuni oleh Sapto Raharjo.
2. Untuk memperkenalkan dan meregenerasikan gamelan kepada anak muda. Hal ini dilakukan agar gamelan tetap terjaga dan dicintai oleh anak muda (Sumber : Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016).

F. Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Event YGF setiap tahun memiliki poster yang berbeda-beda tujuannya untuk mempromosikan acara, untuk masyarakat hadir pada waktu yang telah ditentukan oleh komunitas Gayam16. Selain poster *event* YGF memiliki visi, misi dan tujuan. Adapun poster tahun 2015 sebagai berikut:

Gambar 2.5

Poster YGF tahun 2015



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) memiliki beberapa visi, misi dan strategi untuk menjelaskan tujuan diselenggarakan *event* YGF , yaitu:

1. Visi

Menggagas kehidupan seni gamelan yang dinamis, selalu menyelaraskan diri dengan jaman tanpa harus kehilangan latar belakang budayanya dan saling menghargai keanekaragaman kebudayaan di dunia.

2. Misi

Menciptakan dan mengelola media yang secara kontinyu menjadi sarana berkumpul, berkomunikasi dan berinteraksi bagi para pencinta seni gamelan dan membantu mereka yang sedang mempersiapkan masa depan untuk terlibat dalam dunia seni gamelan maupun yang akan menguatkan potensi yang sudah dimiliki dalam berbagai bentuk kegiatan.

3. Strategi Internal

- a. Mengelola fasilitas dan sumber daya manusia untuk penyelenggaraan festival gamelan.
- b. Memperluas wawasan sumber daya manusia dalam komunitas yang berfungsi sebagai kawan berproses masyarakat seni gamelan lainnya.
- c. Meningkatkan ketrampilan masing-masing sumber daya manusia dan selalu inovatif dalam mengelola festival dan kegiatan seni gamelan.

4. Strategi Eksternal

- a. Mengelola penyelenggaraan festival gamelan dengan skala global secara dinamis dan berkesinambungan.
- b. Mengelola komunitas pencinta gamelan dalam kebersamaan, untuk bisa saling mendukung aktivitas.
- c. Mengelola jaringan bisnis yang terkait dengan seni gamelan dalam konteks saling menguntungkan.
- d. Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak.

- e. Selalu menyuarakan keberadaan seni gamelan baik dalam skala lokal, nasional dan internasional.

G. *Grand Design* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Sejak dibentuknya *event* YGF oleh Sapto Raharjo. Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) selalu berusaha mengembangkan diri semakin baik dari waktu ke waktu. Tahun 2005, komunitas Gayam16 membentuk rangkain dari *grand design* yang menjadi sumber inspirasi pada setiap penyelenggaraan YGF. *Grand design* yang di bentuk adalah 5W+2H, terdiri dari:

Gambar 2.6

***Grand Design* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

1. *Who* (Siapa), YGF tahun 1995 – 2004

Siapa saja dapat memainkan dan menikmati gamelan. Hal ini bisa dilihat melalui rentang usia penampil di YGF yang sangat bervariasi mulai dari anak-anak hingga usia lanjut. Setiap grup bisa tampil sesuai dengan pemahamannya masing-masing terhadap musik gamelan. Dari sini, tercapai sudah Grand Design *Who* sebagai tujuan dari pelaksanaan YGF 1995-2004. Disinilah YGF tumbuh diantara pluralism budaya nusantara, budaya dunia dan kemajuan jaman.

2. *What* (Apa), YGF tahun 2005 – 2006

What is Gamelan? "Gamelan is a spirit, not an object, the instruments are just the medium" –Sapto Raharjo. Sebagai sebuah spirit, gamelan dapat mewujudkan dan menjadi entitas karya yang beragam. Gamelan adalah perwujudan seni dalam seperangkat ensemble musik yang mempunyai filosofi serta mampu tumbuh dan berkembang. Gamelan mampu berakulturasi dengan berbagai jenis aliran musik diseluruh dunia. Tidak hanya dipandang sebagai sekedar alat musik, gamelan memiliki filosofi yang mengedepankan harmonisasi.

3. *Where* (Dimana), YGF tahun 2007 – 2008

Gamelan everywhere, Gamelan melintas batas ruang dan waktu. YGF mempertemukan gamelan dengan beragam seni dan budaya dari berbagai penjuru dunia. YGF dimeriahkan oleh keunikan seni budaya masyarakat penghuni hutan dari Morowali Sulawesi Tengah. Ada juga 'Gamelan Plesetan' yang berupa ramuan gamelan dgn instrumen multimedia oleh para seniman gamelan dari

Amerika. Gamelan didengarkan dan dimainkan kembali dimana saja, bukan hanya dalam konteks budaya, namun juga dalam konteks pendidikan dan industri.

4. *When* (Kapan), YGF tahun 2009 – 2010

Gamelan *anytime*, gamelan yang dinamis dan dapat mengikuti perkembangan jaman. Gamelan bisa dimainkan kapan saja. Dalam hal ini, gamelan bisa dimainkan dan melebur dengan segala jenis musik yang sedang “tren” pada setiap masa/waktu. Gamelan harus lebih sering meningkatkan frekuensi kemunculannya dalam benak generasi jaman sekarang. Gamelan diajak untuk mendekatkan diri pada gaya hidup generasi jaman ini seperti fashion dan social media. Untuk memenuhinya, diadakanlah gaung gamelan.

Sapto Rahardjo bekerja sama dengan para pengampu pemerintahan setingkat bupati (4 kabupaten dan 1 Kotamadya) untuk meminta warganya di setiap kecamatan untuk memukul gong atau membunyikan gamelan secara bersama-sama pada jam yang sudah disepakati. Melalui beberapa stasiun radio, gaung gamelan diserukan secara bersamaan selama 30 detik. “Gamelan masa kini” karya Sapto Raharjo yg sudah digubah oleh Ari Wulu bergaung di segenap ruangan, di mobil, di toko-toko, di pasar-pasar, di kantor-kantor, atau dimanapun kita berada. 2009 adalah tahun yang penuh makna bagi perjalanan YGF karena harus rela “ditinggalkan” penggagasnya untuk selamanya, yaitu Sapto Raharjo. Setelah tahun 2009, YGF berjalan tanpa bimbingan alm. Sapto Raharjo. Tapi YGF akan dilanjutkan dan dikembangkan sesuai dengan situasi dan sejalan dengan konsep.

5. *Why* (Mengapa), YGF tahun 2011 - 2012

Mengapa kita harus bangga dan cinta gamelan? Gamelan *can be as a Therapy for life*. *Therapy for Life* disini bermaksud menyampaikan musik Gamelan dapat menjadi sarana yang membantu manusia untuk memperbaiki hidup. Dari Gamelan kita bisa belajar tentang sebuah filosofi hidup, spirit kebersamaan, merangkul perbedaan, saling menghormati. Gamelan dapat menjadi terapi untuk menuntun manusia kembali ke kehidupan yang harmonis. Mengapa Gamelan? YGF juga mengajak kita untuk kembali berdialog dengan diri kita masing-masing atas pilihan-pilihan yang dibuat. Mengapa Gamelan? Sebuah pertanyaan yang berakar dari, “mengapa seseorang rela meluangkan waktu untuk menghadiri pementasan gamelan?” Serta pertanyaan “mengapa sebuah komunitas bersusah payah untuk menyelenggarakannya setiap tahun?”. Ini adalah sebuah upaya untuk menggali esensi mengenai bagaimana keberadaan YGF yang memiliki ruang istimewa tersendiri dari para penikmatnya. Sebab, ada kalanya kita berupaya untuk mencari alasan atas sebuah pilihan yang kita lakukan.

6. *How* (Bagaimana), YGF tahun 2013 – 2014

“...*Ready and has to be Married...*” *Spirit How* adalah “*must have been married*”. Maksud dari “*Must have been married*” ini adalah, Gamelan sudah seharusnya menyatu dengan jiwa bangsa kita. Kita adalah bangsa pewaris kesenian gamelan ini. Kita sudah tau bahwa gamelan mempunyai spirit dan filosofi sendiri mengenai hidup yang dibawa bersamanya, maka sudah

sepantasnya kita para pewaris juga memiliki spirit itu dalam kehidupan kita sehari-hari. Spirit budaya gamelan harus sudah ada di keseharian jiwa kita, dalam darah kita sebagai bangsa yang berbudaya luhur. Sekarang adalah saatnya untuk mencintai dan mengapresiasi karya seni bangsa sendiri. Jangan dulu terlalu menggebu-gebu untuk melestarikan. Coba kenali dulu, kemudian mulailah mencintai, dan kemudian dengan sendirinya kita akan menemukan alasan mengapa karya seni tradisional warisan leluhur ini patut dibanggakan dilestarikan, dikembangkan, dan diperdengarkan ke seluruh pelosok dunia.

Melalui pelaksanaannya di tahun-tahun sebelumnya, YGF telah memberikan berbagai pengetahuan melalui *spirit* berbeda-beda yang dibawa setiap tahunnya. Para pemain dan penikmat gamelan diajak berproses bersama melalui festival ini dengan pengenalan gamelan mulai dari *Who*, *What*, *Where*, *When*, dan *Why*. Setelah mengenalnya, kemudian diharapkan bahwa semangat gamelan akan mulai tumbuh dan itulah yang diinginkan dari semangat YGF tahun ini bahwa setelah perkenalan pada tahun-tahun sebelumnya, gamelan “*must have been married*” dengan kita semua bangsa pewarisnya, bahkan masyarakat luar negeri. Setiap jaman punya peradaban. Kemajuan di setiap jaman tetap bisa berlangsung tanpa harus meninggalkan identitas diri sebuah bangsa.

7. *Howgh*, tema tahun 2015

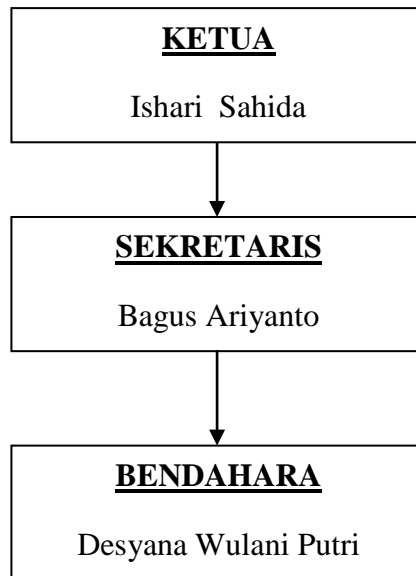
Tahun 2015 YGF memiliki tema yaitu *Howgh*. *Howgh* merupakan puncak dari *grand design* yang telah dibuat Sapto Raharjo dan puncak dari keberhasilan *event* YGF yang telah diselenggarakan selama 20 tahun. *Grand design* *HOWGH* merupakan teriakan orang suku Inida atas keberhasilan dari peperangan. Hubungan dengan *grand design* dengan komunitas Gayam16 tersebut adalah karena YGF sudah diselenggarakan selama 21 tahun dan punya keberhasilan mereka dengan diadakan *event* YGF ini masyarakat lebih peduli dengan gamelan.

H. Struktur Organisasi Komunitas Gayam16

Komunitas Gayam memiliki struktur organisasi untuk mengatur anggota-anggota dari komunitas Gayam16, menyusun kegiatan yang akan dilakukan selama satu tahun kedepan. Adapun struktur organisasi di komunitas Gayam16, yaitu:

Tabel 2.1

Struktur Komunitas Gayam16



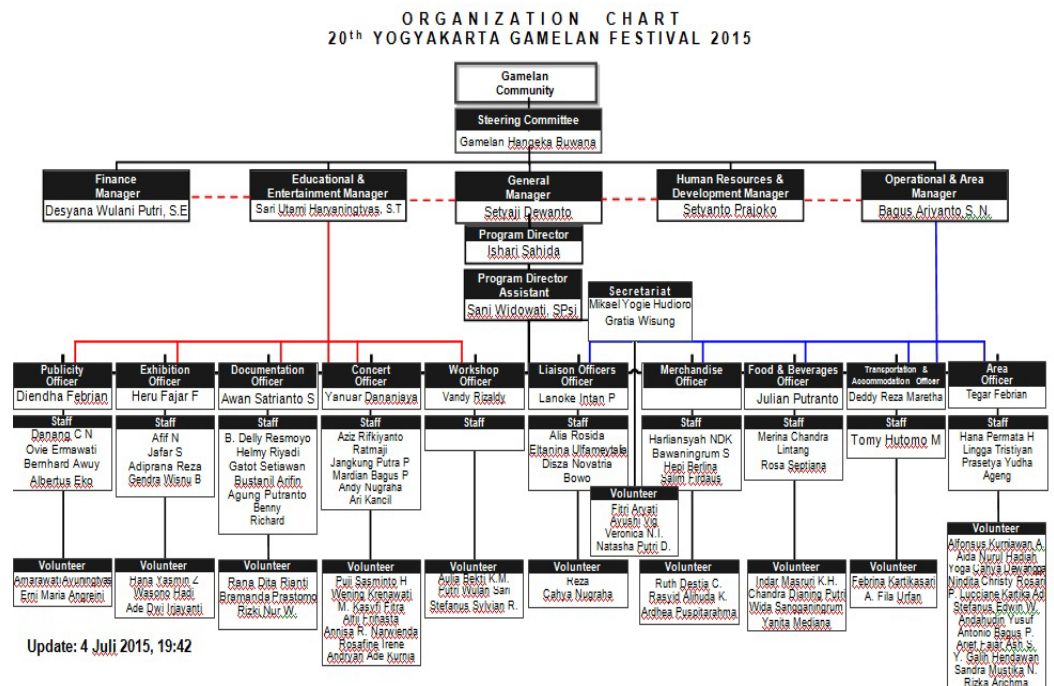
(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

Dalam komunitas Gayam16 hanya memiliki ketua, sekretaris, dan bendahara. Pemilihan ketua, sekretarias, dan bendahara telah dirundingkan dan disepakati bersama dengan para anggota komunitas Gayam16. Ketiga yang terpilih memiliki tanggung jawab untuk selalu menjaga nama baik dari komunitas Gayam16.

I. Struktur Organisasi Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) Tahun 2015

Gambar 2.7

Struktur Organisasi tahun 2015



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

J. Job Desk Panitia YGF 2015

Adapun *job desk* dari setiap manager sebagai berikut:

1. General Manager / Manajer Festival

- a. Bertugas sebagai pemimpin dan bertanggung jawab dalam *event* YGF

- b. Merencanakan kegiatan yang akan dilakukan, mengontrol dan bertanggung jawab terlaksananya *event* YGF.

2. *Finance Manager / Keuangan*

- a. Mengatur, mengelola dan bertanggung jawab pada pemasukan dan pengeluaran dari penyelenggaraan *event* YGF.
- b. Bertugas untuk mencari sumber dana dari luar (donatur).
- c. Memegang seluruh bukti pengeluaran dana dari *event* YGF
- d. Sebagai pembuat kebijakan serta keputusan atas masalah yang muncul berkaitan dengan keuangan dari *event* YGF.

3. *Education & Entertainment Manager*

- a. Bertanggung jawab langsung pada *event* YGF.
- b. Mempersiapkan program hiburan untuk *event* YGF yang akan diselenggarakan.
- c. Membuat kontrak kerjasama dengan pengisi acara YGF.

4. *Human Resources & Development Manajer*

- a. Menjalin hubungan yang baik dengan para komunitas gamelan.
- b. Mengatur dan mendata komunitas yang akan mengisi *event* YGF.

5. *Program Director*

- a. Mengarahkan tugas-tugas panitia pada saat pelaksanaan *event* YGF.

b. Mengontrol semua persiapan dari YGF.

6. Sekretaris

a. Mengetik proposal dari sponsor.

b. Mencatat hasil dari rapat koordinasi

c. Mengurus surat menyurat

d. Bertanggung jawab dalam membuat LPJ (Laporan Pertanggung Jawaban).

7. *Documentation*

a. Mengabadikan foto pada saat diselenggarakan YGF.

b. Menentukan media apa saja yang akan meliput rangkaian acara YGF.

K. Perbandingan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

Judul : Manajemen *Event* Festival Jakung Hias di Kalimantan Selatan Tahun 2013

Penulis : Yasir Adenan

Hasil : Pada penelitian terdahulu membahas mengenai *event* Jakung Hias yang diselenggarakan setiap tahun yang bertepatan dengan hari jadi dari kota Banjarmasin. Hal ini berkaitan dengan manajemen *event* yang ditelaah disusun pemerintah, dinas kebudayaan dan pariwisata Kalimantan Selatan.

Penelitian ini menjelaskan bahwa kunjungan wisatawan dari tahun 2009-2013 mengalami peningkatan pengunjung. *Event* merupakan salah satu media untuk menarik publik terhadap merek ataupun saran sebuah kota. Kegiatan *event* yang sukses akan membentuk citra positif dari masyarakat dan target sasaran. *Event* Jakung Hias bertujuan untuk pelestarian budaya Banjar. Dinas kebudayaan dan Pariwisata melakukan manajemen *event* dengan berbagai cara seperti promosi menyebarkan brosur-brosur, iklan di media elektronik dan cetak, melakukan perencanaan dan evaluasi (sumber: Skripsi Yasir Adenan, tahun 2014).

2. Penelitian dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

Judul : Manajemen *Event* Dieng *Culture* 2014 dalam Mendukung Peningkatan Jumlah Wisatawan di Kabupaten Banjarnegara Tahun 2014

Penulis : Gestanda Hertama

Hasil : Pada penelitian ini membahas mengenai *event* Dieng yang dilakukan setiap tahun, yang menampilkan serangkaian acara yang menarik minat pengunjung seperti cukur rambut gembel, atraksi seni budaya, pegelaran wayang pameran kerajinan dari Dieng. Setiap tahun mengalami peningkatan jumlah pengunjung, bukan hanya masyarakat dalam negeri tapi wisatawan luar negeri ikut menyaksikan *event* Dieng. *Event* tersebut bertujuan untuk mempromosikan Dieng. Sukses mendatangkan pengunjung diluar dari target yang telah ditentukan tentunya menunjukkan bahwa pengelola *event* dan

Dinas Pariwisata selaku fasilitator melakukan promosi dengan baik. Selain itu pada pengelolaan *event* ini adalah ikut berpartisipasi berbagai pihak. Panitia melakukan manajemen *event* dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

3. Penelitian dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

Judul : Manajemen *Event* Konser Musik Tembang Abadi Koes

Plus di Clipson *Cafe* Purawisata Yogyakarta

Penulis : Afi Yuniawati

Hasil : Pada penelitian ini menjelaskan berbagai upaya yang dilakukan Clipson *Cafe* untuk menarik jumlah pengunjung. Salah satu upaya yang dilakukan dan sukses yaitu membangun komunitas baru sebagai pengunjung Calipso *Cafe* melalui pagelaran lagu-lagu legendaris Koes Plus. *Event* ini diselenggarakan pada pertengahan tahun 2005 yang bertujuan untuk menarik jumlah pengunjung dan mempertahankan pengunjung lama. Clipson *Cafe* melakukan kerjasama, mempromosikan rangkaian acara dan menyusun manajemen *event* yang baik untuk dapat bertahan dan bersaing dengan tempat lain.