

KESENIAN TARI *DOLALAK* SEBAGAI *BRAND* KABUPATEN PURWOREJO, JAWA TENGAH

Agus Budi Setyawan

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana Jakarta
budi.setyawan@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Dolalak di Kabupaten Purworejo sebagai salah satu wujud dari seni tradisi kerakyatan, kehadirannya merupakan kelangsungan kehidupan kultural yang sudah berakar secara turun-temurun yang menjadi salah satu perwujudan budaya. Seiring perkembangannya, *Dolalak* dijadikan sebagai ikon kesenian untuk mendukung aktivitas *branding* pariwisata yang dilakukan oleh kabupaten Purworejo. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab mengapa kabupaten Purworejo memilih *Dolalak* sebagai ikon keseniannya; upaya apa saja yang sudah dilakukan oleh kabupaten Purworejo dalam membangun *brand Dolalak*; serta bagaimana strategi pencitraan yang sudah dilakukan yang meliputi strategi visual dan strategi media. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan pendekatan etnografi, data penelitian didapatkan melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian mengungkap bahwa *Dolalak* dipilih sebagai ikon kesenian karena asli dari Purworejo, memiliki keunikan, eksis sampai saat ini, populer dan keberadaannya diterima oleh masyarakat Purworejo. Berbagai upaya telah dilakukan untuk membangun *brand Dolalak*, diantaranya dengan mementaskan *Dolalak* secara rutin dan mengirim *Dolalak* untuk mengikuti berbagai festival seni budaya di kabupaten/kota lain serta mengalihwahkan *Dolalak* ke dalam berbagai media komunikasi visual. Melalui aktivitas *branding* yang dilakukan, *Dolalak* semakin dikenal oleh masyarakat, menguatkan *positioning* Kabupaten Purworejo, serta turut berperan dalam peningkatan kunjungan wisata di Purworejo.

Kata Kunci: *Dolalak*, Purworejo, Ikon Kesenian, *brand*, *Branding*.

I. PENDAHULUAN

Dengan adanya otonomi daerah membuat kota maupun kabupaten di Indonesia saling berlomba untuk menarik wisatawan, investor, maupun pendatang. Pemerintah daerah di Indonesia, baik level provinsi, kabupaten, atau kota perlu melakukan *city branding*, agar tujuan tersebut dapat tercapai, daerahnya bisa semakin dikenal, sehingga diharapkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakatnya semakin meningkat. Pemerintah daerah harus membangun *brand* untuk daerahnya, tentu yang sesuai dengan potensi maupun *positioning* yang menjadi target daerah tersebut. *Brand* merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. *City brand* adalah identitas, symbol, atau logo, yang melekat pada suatu daerah. *City brand* dapat dikatakan sebagai sekelompok keyakinan yang disodorkan oleh suatu kota dan diterima oleh masyarakatnya. *Branding* sendiri adalah proses komunikasi dan aktivitas yang dijalankan untuk membuat *brand* semakin besar dan bersinar (Susanto&Wijanarko, 2004:15).

Kabupaten Purworejo secara geografis berada pada 109o 47' 28" sampai dengan 110o 08' 20" Bujur Timur dan 7o 32' sampai dengan 7o 54' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 1.034,81752 km². Batas wilayah di sisi utara yang berbatasan dengan Kabupaten Magelang dan Wonosobo, disebelah timur berbatasan dengan Daerah Istimewa Yogyakarta, disisi barat berbatasan dengan Kabupaten Kebumen dan sebelah selatan Samudera Indonesia. Posisi kabupaten Purworejo sangat strategis karena dilewati jalur nasional dan dekat dengan kota-kota lain yang sudah terkenal seperti Magelang dengan Candi Borobudurnya dan Yogyakarta dengan

berbagai pariwisatanya. Namun yang disayangkan, Purworejo hanya dijadikan tempat perlintasan semata saat wisatawan berkunjung ke kota-kota tersebut. Tidak ingin hanya sekedar mendapatkan "asap kendaraan" maka Purworejo mencoba menjajakan kotanya agar menjadi tempat destinasi, atau minimal kota transit sebelum wisatawan mengunjungi tempat lain. Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah daerah kabupaten Purworejo membangun *brand* untuk daerahnya dengan menggali potensi unik yang dapat ditonjolkan Purworejo dari sektor kesenian tradisinya. Di wilayah kabupaten Purworejo tumbuh dan berkembang jenis-jenis kesenian tradisi rakyat, seperti: *Selawatan*, *Kuntulan*, *Madyapitatur*, *Kuda Kepang*, *Samanan*, *Kobrasiswa*, dan *Dolalak*. Dari sekian jenis seni rakyat, *Dolalak* dipilih sebagai ikon kesenian dan dipergunakan untuk mendukung aktivitas *branding* dari kabupaten Purworejo.

Bentuk kesenian *Dolalak* merupakan perpaduan tari, musik dan lagu vokal (*koor*) sedangkan isi yang dituangkan dalam garapan tari mengandung nilai kehidupan kebersamaan atau gotong-royong, menggambarkan sikap kegagahan, disiplin sekaligus suasana kegembiraan. Mengacu pada Laporan Proyek Pembina Kesenian Jawa Tengah tahun 1992/1993 dengan judul Deskripsi Kesenian *Dolalak*, nama tari *Dolalak* berasal dari kata "do" dan "la-la" yaitu ucapan notasi lagu diatonis yang dinyanyikan oleh serdadu-serdadu Belanda dalam tangsi untuk mengiringi atau dinyanyikan sambil menari-nari. Ucapan do la la yaitu notasi lagu 1 - 6 - 6, oleh masyarakat Purworejo yang dekat dengan tangsi ditirukan menjadi *Ndolalak* (lidah Jawa), termasuk juga meniru gerak-gerak serdadu-serdadu Belanda dan bentuk/motif yang diterapkan pada busananya.

Busana penari *Dolalak* sebatas mirip pakaian prajurit Belanda. Busana bagian atas berupa baju lengan panjang dan bagian bawah celana pendek dengan warna dasar hitam, menggunakan rumbai-rumbai pada kedua sisi pundaknya, *geblekan* pada bagian dada dan punggung, menggunakan motif *untu walang* pada bagian ujungnya (untuk menunjukkan kewibawaan) dengan kombinasi motif *kembang teki*. Penutup kepala menggunakan topi pet berwarna hitam dengan hiasan berbentuk bintang dengan kacamata hitam sebagai penutup mata. Sampur diikat pada bagian pinggang sebelah kiri, menggunakan kaos kaki setinggi betis sebagai alas kakinya. Rias pada penari *Dolalak* adalah rias sederhana pada bagian wajah, paling dominan menggunakan bedak dan pemerah pipi (Prihatini, 2000: 82-90).

Dolalak menjadi kesenian komunal yang berkembang di wilayah kabupaten Purworejo. Berdasarkan data base bidang kebudayaan dari Dinas Pendidikan Kebudayaan Pemuda dan Olahraga, Kabupaten Purworejo tahun 2015, tercatat ada sebanyak 50 lebih kelompok kesenian *Dolalak* yang ada dan tersebar di wilayah kabupaten Purworejo. Persebaran kesenian *Dolalak* di wilayah Purworejo melahirkan keberagaman pengayaan pada tari *Dolalak*, diantaranya adalah gaya Kaligesingan, Mlaranan dan Pesisiran. Kecintaan masyarakat Purworejo terhadap kesenian *Dolalak* diwadahi dalam suatu komunitas yang dibentuk melalui sosial media facebook, dengan nama komunitas Ndolalak Fans Club (NFC). Sampai saat ini jumlah anggota NFC tercatat sebanyak 10.600 lebih orang, komunitas ini digunakan sebagai ajang diskusi dan berbagi informasi seputar kesenian *Dolalak*, seperti halnya informasi terkait dengan jadwal dan lokasi pementasan kesenian *Dolalak*.

Seiring perkembangannya, kesenian *Dolalak* tidak hanya sebagai seni pertunjukan rakyat yang berfungsi sebagai hiburan semata, akan tetapi keberadaannya saat ini sebagai aset budaya unggulan yang dijadikan sebagai *brand* dan dimanfaatkan untuk membangun citra kabupaten Purworejo, yang diantaranya dilakukan melalui alih wahana dari *Dolalak* sebagai seni pertunjukan ke dalam berbagai media komunikasi visual baik cetak maupun elektronik, produk-produk souvenir dan lain sebagainya sehingga memberikan nilai tambah bagi masyarakat secara ekonomi, menjadikan kebanggaan tersendiri bagi masyarakat pendukungnya serta memperkuat *brand Dolalak* kabupaten Purworejo. Penggunaan *Dolalak* sebagai *brand* Purworejo turut memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan pariwisata di Purworejo. Berdasarkan data yang diperoleh dari dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purworejo, tercatat jumlah kunjungan wisatawan di Purworejo mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sewaktu sebelum dilakukan *branding* pada tahun 2013 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 152.370 pengunjung, setelah dilakukan *branding* jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan, pada tahun 2014 meningkat menjadi 206.623 pengunjung, tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 478.176 pengunjung dan pada tahun 2016 mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 855.964 pengunjung.

II. PERMASALAHAN

Tari *Dolalak* di Kabupaten Purworejo sebagai salah satu wujud dari seni tradisi kerakyatan, kehadirannya merupakan kelangsungan kehidupan kultural yang sudah berakar secara turun-temurun yang menjadi salah satu perwujudan budaya.

Sebagai bentuk kesenian tari maka *Dolalak* mengutamakan unsur gerak yang dipadukan dengan ragam motif busana guna menunjang tampilan visualnya untuk mendapatkan daya hiburan secara maksimal kepada penonton. Dalam upaya mengalih wahanakan gerak tari yang dinamis menjadi unsur dan prinsip dalam proses *branding* kota maka diperlukan atensi dan perlakuan yang memang berbeda agar nilai yang ingin diwujudkan tidak melenceng. Sehingga bisa dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana bentuk dan konsep bentuk *branding* kabupaten Purworejo?

III. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap mengapa kabupaten Purworejo memilih *Dolalak* sebagai ikon keseniannya; untuk mengetahui berbagai upaya yang sudah dilakukan oleh kabupaten Purworejo dalam membangun *brand Dolalak*; serta untuk mengetahui bagaimana strategi pencitraan yang sudah dilakukan yang meliputi strategi visual dan strategi media. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan ataupun pertimbangan bagi kabupaten/kota lain yang ingin melakukan *branding* kota dengan berbasis ide pada seni tradisi.

IV. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan pendekatan etnografi. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, interpretasi data, dan pada akhirnya dirumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis data tersebut. Data penelitian didapatkan melalui dua cara, yaitu: wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan memilih narasumber yang terlibat secara langsung

dengan aktivitas *brand Dolalak*, yang berasal dari pihak pemerintah daerah Purworejo selaku pemangku kepentingan dan kebijakan, serta masyarakat pendukung *Dolalak*. Observasi dilakukan dengan cara mengamati berbagai transformasi bentukan *Dolalak* yang ada di Purworejo, seperti apa setrategi kreatifnya dan perwujudan visual yang diaplikasikan ke dalam berbagai media komunikasi visual dan produk souvenir. Dalam observasi, peneliti melakukan pengambilan gambar baik berupa fotografi maupun audio visual sehingga dapat merekam hal-hal yang penting dalam penelitian. Analisis data penelitian dilakukan dengan mempelajari seluruh data-data yang didapatkan, setelah itu melakukan reduksi data dengan membuat rangkuman inti, langkah selanjutnya menyusun dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorikan dalam satu kelompok yang sama, kemudian dilakukan pemeriksaan keabsahan data dan tahap yang terakhir disimpulkan.

V. ANALISIS

Mengacu pada Laporan Proyek Pembina Kesenian Jawa Tengah tahun 1992/1993 dengan judul Deskripsi Kesenian *Dolalak*, asal mula kesenian *Dolalak* adalah akulturasi budaya Eropa (Belanda) dengan Jawa yang terjadi di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Pada zaman Hindia Belanda, wilayah Purworejo terkenal sebagai daerah/tempat pelatihan serdadu/tentara yang berasal dari berbagai daerah oleh militer Belanda. Selama pelatihan mereka hidup di dalam tangsi/barak tentara, maka untuk membuang kebosanan mereka menari dan menyanyi. Gerakan dan lagu yang menarik kemudian menjadi inspirasi pengembangan kesenian yang sudah ada yaitu rebana (kemprang) dari tiga orang pemuda dari

dukuh Sejiwan Desa Trirejo, Kecamatan Loano yaitu: Rejotaruno, Duliyat dan Ronodimejo. Sekitar tahun 1915, Ketiga orang tersebut bersama dengan warga masyarakat yang pernah menjadi serdadu Belanda membentuk kelompok kesenian. Menurut Untariningsih (56 tahun), pada awalnya pertunjukan kesenian tidak diiringi instrumen, namun dengan lagu-lagu vokal yang dinyanyikan silih berganti oleh para penari atau secara koor. Perkembangan berikutnya setelah dikenal dan digemari oleh masyarakat, pertunjukan kesenian ini diberi instrumen/iringan dengan lagu-lagu tangsi yang terasa dominan dengan notasi do-la-la. Dalam proses perkembangannya dari pengaruh zaman dan kondisi kemasyarakatan serta penyajiannya maka kesenian ini kemudian menjadi *Dolalak*.

Menurut Jono (54 th) kesenian *Dolalak* memiliki keunikan pada gerakan tariannya, karena merupakan perpaduan antara gerakan tari Jawa, pencak silat, baris berbaris dan dansa. Pada awal kemunculannya *Dolalak* hanya ditarikan oleh kaum pria dan masih terbatas pada wilayah tertentu saja. Pada masa itu ada anggapan tabu dari masyarakat apabila kaum perempuan tampil di depan umum. Sejak tahun 1976, pertunjukan kesenian *Dolalak* mulai ditarikan oleh kaum perempuan dan hal ini mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat Purworejo.

1. *Dolalak* Sebagai Ikon Kesenian Kabupaten Purworejo

Dari sekian jenis seni rakyat yang ada di Purworejo, *Dolalak* merupakan salah satu yang paling banyak penggemar dan masih hidup bertahan sampai saat ini. Kesenian *Dolalak* tumbuh subur di wilayah pedesaan di kabupaten Purworejo, para pelaku (penari) kesenian *Dolalak* rata-rata

merupakan remaja putri yang masih berstatus sebagai pelajar. Mereka yang tergabung dalam kelompok kesenian *Dolalak* pada umumnya ingin menyalurkan bakat dan minatnya pada bidang seni serta sebagai bentuk ungkapan rasa kekeluargaan.

Lebih lanjut menurut Untariningsih, eksistensi kesenian *Dolalak* di Purworejo sampai saat ini tak lepas dari kecintaan dan adanya rasa memiliki dari masyarakat, terutama generasi muda terhadap *Dolalak* yang hampir merata di wilayah kabupaten Purworejo. Kesenian *Dolalak* sering dipentaskan di berbagai acara, seperti pada perayaan hari besar nasional hingga acara hajatan perkawinan dan lain sebagainya. Setiap pementasan *Dolalak* selalu ramai dipenuhi oleh penonton yang sebagian besar dari kalangan muda, terlebih jika yang tampil adalah kelompok *Dolalak* idola mereka. Keramaian penonton selanjutnya dimanfaatkan oleh pedagang tradisional untuk menggelar barang dagangannya. Berdasarkan fakta seni yang berkembang di masyarakat tersebut, selanjutnya *Dolalak* ditetapkan sebagai ikon kesenian kabupaten Purworejo dan dijadikan sebagai duta seni untuk mewakili kabupaten Purworejo melalui pementasan kesenian yang ditampilkan di dalam maupun di luar wilayah kabupaten Purworejo.

Menurut Bambang Jati (55 tahun), keberadaan *Dolalak* sebagai ikon kesenian Purworejo menjadi aset kebudayaan yang kemudian dimanfaatkan keberadaannya untuk mendukung aktivitas pencitraan dari kabupaten Purworejo yang diwujudkan ke dalam berbagai bentuk dan tampilan pada berbagai media komunikasi visual.

Berdasarkan penjelasan dari para narasumber di atas, diketahui bahwa dasar

pemilihan Dolalak sebagai ikon kesenian kabupaten dapat dilihat dalam diagram berikut:



Gambar 1. Diagram dasar pemilihan tari Dolalak sebagai ikon kesenian kabupaten Purworejo. Sumber gambar: Agus Budi setyawan, 2016.

2. Upaya kabupaten Purworejo dalam membangun *Brand Dolalak*

Pemerintah Daerah Purworejo menaruh perhatian terhadap kesenian *Dolalak* dengan sering mementaskan *Dolalak* pada perayaan-perayaan hari besar nasional, seperti hari kemerdekaan Republik Indonesia, hari pendidikan nasional, perayaan malam tahun baru dan juga pada hari besar agama, seperti Idul Fitri. *Dolalak* juga sering dipentaskan pada acara peresmian-peresmian yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Selain itu, *Dolalak* rutin mengisi pentas seni daerah yang diselenggarakan setiap malam minggu kedua dan ke-empat bertempat di gedung kesenian Sarwo Edhie Wibowo, Purworejo. Untuk memperkenalkan *Dolalak* pada masyarakat diluar daerah Purworejo, *Dolalak* ditampilkan pada acara-acara penyambutan tamu daerah; *Dolalak* sebagai duta Purworejo untuk mengikuti event-event kesenian yang diadakan di kota-kota lain; juga mengenalkan *Dolalak* melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Pada tahun 2009 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Purworejo bekerja sama dengan sanggar tari 'Prigel' membuat modul dan CD pembelajaran *Dolalak* yang dijadikan sebagai pegangan dalam pelatihan *Dolalak* yang diikuti sekitar 150 guru-guru kesenian tingkat SD hingga SMA di Kabupaten Purworejo. Selanjutnya, modul tersebut didistribusikan ke sekolah-sekolah untuk dijadikan sebagai modul pengajaran *Dolalak*. Puncaknya pada perayaan hari pendidikan nasional pada tahun 2009 tingkat kabupaten Purworejo, momentum ini dimanfaatkan sebagai media ekspresi dan apresiasi seni pelajar dengan menggelar pementasan *Dolalak* masal yang diselenggarakan di alun-alun kabupaten Purworejo. Kegiatan tersebut diikuti sebanyak 1.683 pelajar dari tingkat Sekolah Dasar (SD)/MI, SLTP/MTS dan SLTA/SMK/MA yang ada di wilayah Kabupaten Purworejo.



Gambar 2. Tari *Dolalak* masal yang diselenggarakan di alun-alun Kabupaten Purworejo. Sumber Foto: Agung Pranoto, 2009

Sebagai bentuk perhatian dan perlindungan terhadap kesenian *Dolalak*, pemerintah daerah Kabupaten Purworejo mendaftarkan hak paten *Dolalak* supaya tidak diklaim oleh pihak lain. Pada tanggal 28 Februari 2011, *Dolalak* Purworejo resmi terdaftar hak patennya dengan nomor 049926 atas nama Pemerintah Daerah

Kabupaten Purworejo sebagai pemegang hak paten tersebut.



Gambar 3. Bupati Purworejo (sebelah kiri) beserta Sekda Purworejo (sebelah kanan) menunjukkan Piagam HAKI *Dolalak* Purworejo
Foto: Agus Pranoto, 2011

Pada tahun 2012 pemerintah daerah Kabupaten Purworejo melalui Dinas Koperasi Perindustrian Perdagangan dan Pariwisata mengukuhkan Desa Kaliharjo, Kecamatan Kaligesing, Kabupaten Purworejo sebagai Desa Wisata Seni Budaya *Dolalak*. Hal tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa kesenian *Dolalak* di Desa Kaliharjo masih asli. Di desa Kaliharjo terdapat kelompok *Dolalak* pria dan wanita dengan anggota kelompok lebih dari 50 orang penari mulai dari usia anak-anak, remaja hingga dewasa (sudah berkeluarga). Pemuda/i karang tarunanya juga turut mendukung keberlangsungan *Dolalak* dengan membentuk kelompok *Dolalak* sendiri. Desa wisata seni *Dolalak* Kaliharjo terintegrasi dengan desa-desa wisata lain yang ada di Kecamatan Kaligesing seperti Desa Sumongari, Kaligono, dan Donorejo dengan wisata alamnya berupa air terjun dan goa. Kegiatan Desa Wisata Kaliharjo membangun mutu tari organisasi, menempatkan lokasi pementasan yang jelas, menyajikan pertunjukan dan paket pelatihan menari *Dolalak* untuk wisatawan yang berkunjung.

Pada tanggal 5 Januari 2013, pemerintah daerah Kabupaten Purworejo meresmikan logo *branding* kotanya. Atribut kesenian *Dolalak* (topi penari *Dolalak*) dijadikan sebagai elemen pembentuk pada visualisasi logo *branding* Purworejo. Selanjutnya logo *branding* tersebut diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual sebagai identitas dari kabupaten Purworejo.



Gambar 4. Logo *branding* kabupaten Purworejo
Foto: Agus Budi Setyawan, 2016

Upaya lain yang dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten Purworejo dalam membangun *brand Dolalak* adalah dengan membuat patung penari *Dolalak* dalam ukuran yang relatif besar dan ditempatkan di halaman gedung kesenian Sarwo Edhie Wibowo, Purworejo. Hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan eksistensi kesenian *Dolalak* di kabupaten Purworejo. Patung penari *Dolalak* ini mengambil figur penggambaran seorang penari putri dengan gerakan salam pembuka yang kemungkinan bentuk ini dipilih berdasarkan animo masyarakat serta menunjukkan proses perkembangan eksistensi tari tersebut.



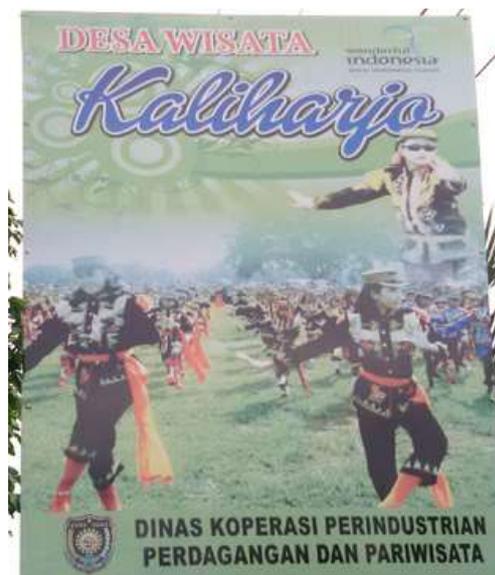
Gambar 5. Patung *Dolalak* Putri
Foto: Agus Budi Setyawan, 2016

Pada tanggal 11 Desember 2016, kesenian *Dolalak* ditunjuk untuk mewakili kabupaten Purworejo pada acara festival Tidar 2016 yang diselenggarakan di kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Pada acara tersebut kontingen kesenian *Dolalak* Purworejo meraih juara 3 dari 27 kabupaten lain yang turut serta. Menariknya komposisi penari *Dolalak* yang tampil merupakan gabungan antara penari *Dolalak* asli dan pesonil TNI dari kodim 412 Purworejo.

3. Strategi *Branding* *Dolalak* kabupaten Purworejo

Untuk menciptakan citra *brand* yang positif dapat melalui program pemasaran yang menghubungkan asosiasi yang kuat, menguntungkan, dan unik untuk menanamkan *brand* dalam memori target sasaran. Asosiasi *brand* merupakan simpul informasi yang terkait *brand* dalam memori serta meliputi makna *brand* bagi konsumen/target sarannya. Asosiasi tersebut datang dalam berbagai bentuk serta merefleksikan karakteristik produk (Swasty, 2016:113).

Diperlukan strategi kreatif sebagai langkah untuk mencapai tujuan pencitraan *Dolalak* Purworejo. Adapun strategi kreatif yang sudah dilakukan dalam aktivitas pencitraan *Dolalak* yakni melalui pementasan yang rutin diadakan digedung kesenian Sarwo Edhie Wibowo, mengikut sertakan *Dolalak* Purworejo dalam berbagai event/festival seni budaya yang digelar di kabupaten atau kota lain, memberikan pembinaan kepada kelompok kesenian *Dolalak* yang ada di pedesaan, memberikan pelatihan kepada guru-guru kesenian, membuat materi pembelajaran seni tradisi *Dolalak* sebagai muatan lokal serta mempublikasikan dokumentasi kegiatan dan informasi terkait dengan *Dolalak* Purworejo melalui halaman situs resmi kabupaten Purworejo.



Gambar 6. Visualisasi *Dolalak* dalam media komunikasi visual
Dokumentasi oleh Agus Budi Setyawan, 2016



Gambar 7. Visualisasi *Dolalak* dalam media banner website kabupaten Purworejo <http://purworejokab.go.id/>, akses 2016

Visual tidak hanya perhatian dengan bagaimana gambar itu tampak, tetapi bagaimana gambar-gambar dilihat. Apa yang menjadi penting tentang gambar-gambar tersebut bukan gambar itu sendiri, melainkan bagaimana gambar itu dilihat oleh penonton tertentu yang melihat dengan cara tertentu pula (Rose dalam Ida, 2014:1280). Visual merupakan aspek penting dalam mendukung aktivitas pencitraan kesenian *Dolalak* Purworejo. Diperlukan strategi visual yang tepat sehingga pesan komunikasi visualnya dapat tersampaikan dengan baik. Strategi visual yang digunakan dalam pencitraan kesenian *Dolalak* dibuat dengan menggunakan pendekatan *tone & manner* kemeriahan festival. *Tone & manner* merupakan suatu gaya pendekatan dalam berkomunikasi. Ini erat berhubungan dengan kepribadian *brand*, serta memiliki fungsi memperkuat ekspresi ide (Kasilo, 2008:63).

Kemeriahan festival divisualisasikan dengan menampilkan sosok penari *Dolalak* putri dengan busana dan atribut lengkap sedang beraksi memperlihatkan komposisi dan kelincahan gerakan tari *Dolalak*. *Background* penari *Dolalak* dibuat dominan menggunakan warna dasar hijau dengan penambahan sorotan cahaya dan kemerlip bintang. Visualisasi dibuat dengan komposisi seimbang dan visualisasi penari *Dolalak* dijadikan sebagai penekanannya. Pesan komunikasi dituliskan menggunakan tipografi dengan karakter yang dinamis, hal ini mengacu pada karakter gerakan penari *Dolalak* yang lincah.

Media komunikasi visual sangat berperan penting dalam aktivitas pencitraan kesenian *Dolalak* Purworejo. Melalui media pesan komunikasi disampaikan kepada khalayak, ketepatan pemilihan media berpengaruh terhadap ketersampaian pesan komunikasi tersebut. Kadang ada suatu media yang tidak begitu kuat saat berdiri sendiri, tetapi ketika dipandang secara integral media tersebut sangat memperkuat media-media lainnya. Bukan sekedar memunculkan sebanyak-banyaknya media, akan tetapi media-media tersebut harus sinergi satu dengan yang lainnya. Agar bisa melakukan hal yang integral, maka harus memahami karakteristik media yang akan digunakan serta bagaimana khalayak yang dituju berinteraksi dengan media-media tersebut (Kasilo, 2008:83).

Strategi media yang digunakan dalam pencitraan kesenian *Dolalak* menitik beratkan pada aspek efektif dan efisien. Efektif dimaksudkan adalah media komunikasi visual yang digunakan dapat menjangkau khalayak yang luas, sedangkan efisien adalah dari segi pembiayaan yang tidak terlalu mahal. Media komunikasi visual yang digunakan untuk aktivitas pencitraan kesenian *Dolalak* Purworejo meliputi: *baligho*, *backdrop*, *sticker*, produk souvenir, *banner* website dan sosial media



Gambar 8. Kaos dengan desain *Dolalak*

Gambar 9. Kitiran dengan karakter penari *Dolalak*Gambar 10. Stiker angkot dengan desain *Dolalak*Gambar 11. Action figure dengan karakter penari *Dolalak* sebagai media pajangan

V. KESIMPULAN

Brand bukan sekedar sebuah nama, bukan juga sekedar logo atau simbol. *Brand* merupakan cermin nilai yang diberikan kepada khalayak baik berupa fisik maupun non fisik dari suatu entitas yang dapat membedakan dirinya dengan yang lain. Pembentukan *brand* daerah bukanlah hal yang mudah. Mengingat harus ada potensi unik yang bisa ditonjolkan oleh suatu daerah. Kabupaten Purworejo menetapkan

Dolalak sebagai ikon kesenian berdasarkan pertimbangan bahwa kesenian *Dolalak* merupakan kesenian asli dari kabupaten Purworejo, memiliki keunikan dan menjadi kesenian yang populer di masyarakat Purworejo. Adanya kecintaan dan rasa memiliki dari masyarakat Purworejo membuat kesenian *Dolalak* bertahan hingga saat ini. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten Purworejo dalam membangun *brand Dolalak* agar semakin besar dan dikenal oleh masyarakat luas, diantaranya melalui keikutsertaannya dalam berbagai event seni budaya yang diselenggarakan di berbagai kabupaten/kota di luar Purworejo, menyelenggarakan event pertunjukan *Dolalak* secara rutin, membuat desa wisata seni budaya *Dolalak* sebagai *center point* wisatawan, serta membuat logo *branding* yang dapat diaplikasikan keberbagai media sebagai identitas *branding* dari kabupaten Purworejo.

Aktivitas *branding* lain yang sudah dilakukan adalah dengan mengalih wahanakan tari *Dolalak* ke dalam berbagai media komunikasi visual. Akan tetapi hasil alih wahana yang dilakukan terkesan masih sebatas memindahkan gambar/foto ikon penari *Dolalak*. Karakteristik kesenian *Dolalak* yang memiliki gerakan tarian yang dinamis tidak terlihat/kurang dirasakan oleh pemirsanya, untuk itu disarankan kepada desainer grafis sebagai perancang desain visual untuk kebutuhan *branding Dolalak* perlu memahami terlebih dahulu apa yang menjadi konvensi dari tari *Dolalak* sehingga keputusan penggunaan/pemilihan gambar ikon penari *Dolalak* untuk kebutuhan komunikasi visual tepat, menguatkan pesan komunikasi yang akan disampaikan serta dapat mencirikan kesenian *Dolalak* Purworejo.

Penggunaan media komunikasi visual dalam aktivitas *branding Dolalak* Purworejo masih menggunakan media konvensional yang dari segi pembiayaan relatif mahal namun jangkauannya sempit bahkan terkesan menghabiskan anggaran. Untuk itu, disarankan agar meninjau kembali keputusan terkait dengan strategi pemilihan media yang digunakan, jika memang terkendala dalam pembiayaan belanja media, maka dapat menggunakan jenis media lain yang tidak berbayar atau bahkan bisa memberikan tambahan pendapatan bagi pemerintah daerah. Contohnya seperti penggunaan sosial media yang terbukti efektif dan efisien karena memiliki jangkauan yang luas dan tidak berbayar. Seperti pembuatan desain platform stiker yang diperjualbelikan pada jenis komunikasi media sosial. Akan tetapi juga diperlukan keaktifan dari pengelola sosial media tersebut untuk menyampaikan

informasi yang berkelanjutan serta aktif memandu jalannya diskusi antar anggota agar pesan komunikasi dapat tersampaikan dengan baik sehingga tujuan dari *branding* kabupaten Purworejo dapat tercapai.

Hal lain yang menarik dari kesenian *Dolalak* adalah persebaran kelompok *Dolalak* di wilayah Purworejo yang selanjutnya melahirkan penggayaan Mlaranan, Kaligesingan dan Pesisiran. Disarankan bagi peneliti lain, terutama yang berlatar belakang seni pertunjukan untuk mengkaji lebih lanjut seperti apa bentuk penggayaan kesenian *Dolalak* gaya Mlaranan, Kaligesingan dan Pesisiran, serta apa yang menjadi ciri/pembeda dari setiap penggayaan tersebut sehingga dapat memperkaya khasanah pengetahuan bagi masyarakat. Khususnya untuk landasan konsep pembangunan *branding* kabupaten Purworejo yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ida, Rachmah. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- [2] Kasilo, Djito. *Komunikasi Cinta, Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*, Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia), 2008.
- [3] Prihartini, Nanik Sri. *Dolalak: Tari Tradisi Masyarakat Purworejo*, Surakarta: ISI Press Solo, 2007.
- [4] Prihartini, Nanik Sri. *Perkembangan Kesenian Dolalak Di Kabupaten Purworejo Jawa Tengah Tahun 1968 – 1999 (Sebuah Kajian Bentuk, Fungsi, dan Makna)*, Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana, 2000.
- [5] Susanto A.B & Himawan Wijanarko. *Power Branding, Membangun Brand yang Legendaris*, Bandung: Mizan, 2004.
- [6] -----, *Deskripsi Kesenian Dolalak, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kantor Wilayah Jawa Tengah*. Semarang: Laporan Proyek Pembinaan Kesenian Jawa Tengah, 1992/1993.
- [7] Swasty, Wirania. *Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.

Wawancara:

- [1] Bambang Jati, 55 th. Bappeda kabupaten Purworejo. Wawancara 9 Oktober 2016, di Kantor Bappeda Kabupaten Purworejo.
- [2] Jono, 54 th. Ketua kelompok Dolalak Budi Santoso, Kaligesing, Purworejo. Tanggal 21 Oktober 2016, di Desa Kaliharjo, Kaligesing, Kabupaten Purworejo.
- [3] Untariningsih, SE. 56 th. Pamong Budaya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purworejo, Pada tanggal 23 Oktober 2016, di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purworejo.