



Media: Kedaulatan Rakyat

Hari: Sabtu

Tanggal: 02 Oktober 2021

Halaman: 3

Hadirkan Atribut Sumbu Filosofi untuk Dipahami Masyarakat

KEBERADAAN sumbu filosofi perlu disosialisasikan secara masif di tengah masyarakat, salah satunya dengan menghadirkan atributnya. Tujuannya agar dipahami oleh masyarakat tentang nilai yang terkandung di dalamnya. Hal itu dibahas dalam Talk Show Yogyakarta Menuju Warisan Budaya Dunia, Kamis (30/9/2021).

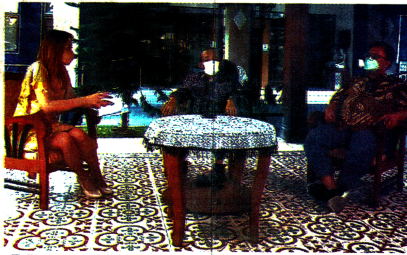
Tim Penyiapan Yogyakarta sebagai Kota Warisan Dunia, Purwadadi mengatakan pentingnya keberadaan atribut sumbu filosofi untuk dihadirkan ke masyarakat. Atribut penanda nilai luhur tersebut di antaranya Tugu, Pasar Beringharjo, Gereja, Vredenburg dengan berbagai makna nilai yang terkandung di dalamnya. Penyebaran informasi perlu dilakukan guna menjangkau media interaktif yang langsung ke tangan masyarakat. Sasarannya adalah masyarakat yang datang atau berada di kawasan Sumbu Filosofi Malioboro maupun masyarakat umum yang tidak sedang berada di Malioboro.

"Sumbu filosofi ini perlu dikenalkan dari berbagai sudut pandang untuk mengisi ruang informasi agar jadi kekuatan masyarakat. Karena ada media sosial bisa untuk gerakan penyebaran informasi," ujarnya.

Tim Penyiapan Yogyakarta sebagai Kota Warisan Dunia Revianto Budi Santosa menilai untuk memberikan pemahaman masyarakat terkait makna atau nilai yang terkandung di sumbu filosofi memang penuh tantangan. Tetapi di tengah kecanggihan teknologi sebenarnya banyak cara efektif yang bisa dilakukan. Antara lain dengan mengarakkan, kemudian membangun dialog baru kemudian masuk pada sosialisasi nilai.

Eksperimen menarik pernah dilakukan Kraton melalui penyelenggaraan flashmob di Malioboro seluruh jalan penuh dan menarik perhatian masyarakat luas, tujuannya waktu itu untuk mengenalkan tari. "Itu bisa diadopsi, dikenal dulu tidak tahu filosofi dulu tidak apa-apa. Teknologi membantu itu untuk merekamnya. Dibikin viral dan menarik. Itu bisa digunakan model untuk mengarakkan melibatkan baru membekalkan kepada masyarakat terutama anak muda," ucapnya.

Purwadadi menilai ada beberapa prinsip menyebabkan komunikasi budaya lintas generasi gagal. Antara lain perubahan transformatif bahwa kebudayaan itu kerja sosial dan kebudayaan bukan masa lalu. Persoalan sering dihadapkan masa lalu yang ditafsir sebagai ahli waris budaya, padahal orang saat ini produsen budaya yang berhak mewariskan budaya. Sehingga dialog generasi muda menjadi penting. "Kita cermati soal perubahan, dalam bentuk komunikasi. Yang paling



Talk show yoga menuju warisan budaya dunia.

pokok kita yakin bahwa perubahan itu cara melestarikan budaya, tetapi persoalan itu bisa dikelola dengan baik memiliki manfaat kepada generasi saat ini dan berikutnya," katanya.

Ia meyakini proses budaya dan teknologi yang semakin canggih pasti akan bisa beratu sehingga tidak perlu dipertentangkan, dengan catatan, proses budaya itu dimediasi dengan wilayah yang lebih luas. Karena hakekatnya alat untuk menyebarluaskan budaya itu adalah produk budaya. Kondisi terkini Malioboro bisa dijelaskan supaya bisa memulangkan kepada nilai dasar kepada pendiri kota. Bahwa nilai di Malioboro itu masih punya manfaat untuk generasi terkini dan mendatang. Revi sepakat generasi milenial saat ini harus diajak untuk memaknai sumbu filosofi. Langkah awal yang harus dilakukan adalah berusaha untuk mendengarkan mereka lebih dahulu karena harus menggunakan pendekatan yang berbeda. Setelah itu mengakui eksistensi milenial kemudian mendengarkan, mendialogkannya lalu berjalan bersama untuk memaknai sumbu filosofi.

"Kalau di Eropa secara umum hanya mempertimbangkan monumen yang layak dilestarikan tetapi kemudian berkembang pada bangunan kesatuan tempat. Tetapi terpenting dalam memaknai itu terus berkembang, karena apa artinya melestarikan jika kita kehilangan maknanya. Realita Jalan Poinan itu bagian dari realita tata kota. Itu enggak njawani karena bukan jalan Jawa, kita perlu membuat komunikasi yang baik," ucap Revi. Terkait nilai, kata Revi, manusia pada umumnya rindu akan nilai yang digagaskan dalam berbagai hal. Terutama jika nilai itu diwujudkan dalam bentuk kota isunya banyak orang, umur lebih dari 250 tahun, seperti Jogja, tentu banyak sejarahnya.

Dalam pembentukan kota ada hal mulia dicita-citakan diisi oleh pendirinya,

sehingga ketika menyebut sumbu filosofi ada nilai yang ingin dicapai. Apalagi komersialisasi zaman dahulu berbeda dengan sekarang, saat ini kondisi sumbu filosofi kawasan Malioboro misalnya semakin ramai dan menjadikan godaan duniawi kian berat.

"Tetapi sekarang Malioboro ini sumbu komersial, bukan tempat berkontemplasi, Malioboro tempat belanja jalan-jalan, itu dinamika. Sehingga saya memahami keberadaan sumbu filosofi ini untuk mengingatkan dibalik gemerlap dunia ada hal mulia yang bisa didapatkan di sini," katanya. Menurut kota yang baik adalah kota yang memiliki nilai luhur tetapi memberikan peluang kepada generasi berikutnya untuk mengisinya sesuai kondisi zaman.

Sehingga sah-sah saja mempercantik tata kota seperti halnya di kawasan sumbu filosofi yang memberikan nuansa fasad berbeda dari Tugu hingga Kraton Jogja karena di dalamnya ada pesan nilai. Menyinggung soal nilai njawani dan Mriyayeni, Purwadadi mengatakan dalam budaya Jawa ada istilah njawani dan mriyayeni yang sangat berkaitan dengan keluhuran budaya dan edukasi.

Menurutnya njawani, mriyayeni itu tentu tidak serta bisa dicapai seseorang, tetapi ekspresi berkaitan dengan kebiasaan sifat karakter bahkan sudah menjadi kebiasaan. Selain itu tidak didapatkan dari pelakunya namun justru dari publik atau orang lain. Njawani itu sudah jadi satuan perilaku dan etika.

"Kalau njawani itu tidak dibatasi struktur bahasa, apa iya misalnya yang pakai bahasa Jawa otomatis njawani yang andap asor itu langsung mriyayeni, tidak mesti. Sehingga struktur mriyayeni njawani itu bisa berbeda, dengan demikian kategori struktur untuk mencapai etika tertentu tidak bisa dibatasi struktur etnis," katanya. (Vin)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Kundha Kabudayan	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 26 Juli 2026

Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM

NIP. 19690723 199603 1 005