

Kampanye budaya *google arts & culture* sebagai upaya lestari budaya Indonesia ditengah pandemi COVID-19

Mega Setyawati, Alfyananda Kurnia Putra*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: alfyananda.fis@um.ac.id

Paper received: 01-10-2021; revised: 10-10-2021; accepted: 21-10-2021

Abstract

The determination of the status of a global pandemic is due to its rapid and geographically widespread to areas far from the center of the outbreak and covers global cross-sections. Google Arts and Culture is a digital platform that allows users to travel virtually to enjoy cultural heritage. Millennials can conduct online cultural campaigns to promote the application to the Indonesian people. This research is a desk study, so the data collected is secondary data, where this secondary data is sought and collected from various references related to the topic of writing. Google Arts and culture is a solution as an online cultural campaign media based on social media. Through the google arts and culture application, we can overcome boredom at home with virtual walks during the pandemic. Technology must spearhead cultural campaigns that are carried out online to preserve culture as a national identity. Collaboration with many parties is needed, including collaboration with technology. This will be one of the strategic efforts to preserve culture digitally.

Keywords: Covid-19 pandemic; cultural campaigns; Google arts and culture; preservation of Indonesian culture

Abstrak

Penetapan status pandemi global dikarenakan penyebarannya yang terbilang cepat dan luas secara geografis sampai ke wilayah yang jauh dari pusat wabah serta mencakup lintas global. *Google Arts and Culture* hadir sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna dapat berwisata secara virtual menikmati warisan budaya. Generasi milenial dapat melakukan kampanye budaya secara daring untuk mempromosikan aplikasi tersebut kepada masyarakat Indonesia. Penelitian ini bersifat desk study, maka data yang dikumpulkan merupakan data sekunder dimana data sekunder ini dicari dan dihimpun dari berbagai referensi yang berkaitan dengan topik penulisan. Google arts and culture menjadi solusi sebagai media kampanye budaya secara daring berbasis sosial media. Melalui aplikasi google arts and culture, selama pandemi kita dapat mengatasi kebosanan saat di rumah dengan jalan-jalan virtual. Teknologi harus memelopori kampanye budaya yang dilakukan secara daring untuk melestarikan budaya sebagai identitas bangsa, dibutuhkan kolaborasi dengan banyak pihak termasuk kolaborasi dengan teknologi. Hal ini akan menjadi salah satu upaya strategis untuk melestarikan budaya secara digital.

Kata kunci: Pandemi Covid-19; kampanye budaya; google arts and culture; pelestarian budaya Indonesia

1. Pendahuluan

Desember 2019, muncul sebuah kasus serupa dengan *pneumonia* yang pertama kali dilaporkan di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok. Sumber penularan kasus ini masih belum diketahui dengan pasti, namun kasus pertama dikaitkan dengan pasar ikan di Wuhan. Hal tersebut didukung oleh data epidemiologi yang menunjukkan dimana 66% pasien berkaitan dengan satu pasar ikan atau *live market* di Wuhan, China (Huang et al., 2020).

World Health Organization (WHO) mengumumkan nama penyakit tersebut yaitu Covid-19 (*Coronavirus Disease-2019*) yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Transmisi virus ini

telah dikonfirmasi bisa menular dari satu individu ke individu lainnya. WHO mengumumkan pada tanggal 12 Maret 2020 bahwasannya status Covid-19 yang awalnya epidemi berubah menjadi pandemi global.

Penetapan status pandemi global dikarenakan penyebarannya yang terbilang cepat dan luas secara geografis sampai ke wilayah yang jauh dari pusat wabah serta mencakup lintas global. Pandemi ini ditetapkan jika memenuhi 3 kriteria yaitu: 1) munculnya penyakit baru dimana manusia tidak mempunyai kekebalan terhadap penyakit tersebut; 2) menginfeksi orang-orang dan menjadi penyebab penyakit yang berbahaya; 3) penyakit tersebut bisa menyebar dengan mudah serta berkelanjutan antar manusia. Adanya penetapan status pandemi tersebut membuat WHO meminta agar seluruh negara meningkatkan tanggapan darurat terhadap Covid-19 termasuk Indonesia. Di Indonesia virus corona sendiri telah mewabah semenjak awal Maret tahun 2020.

Berbagai macam kebijakan sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk meminimalisir tingkat penyebaran virus corona seperti pemberlakuan *physical distancing*, bekerja dan belajar secara daring, beribadah dari rumah, sampai dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar. Dampak yang ditimbulkan dari kebijakan-kebijakan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Banyak aktivitas masyarakat yang harus tertunda, salah satunya adalah berwisata. Masyarakat biasanya menghabiskan waktu libur akhir pekan untuk pergi ke sebuah destinasi tertentu. Begitu juga para traveler yang memiliki hobi *travelling* ke berbagai tempat pariwisata harus menunda hasratnya untuk melancong. Sejak pemberlakuan PSBB di Indonesia berbagai tempat yang berpotensi menjadi penyebaran Covid-19 telah ditutup untuk sementara waktu seperti mall, pabrik, sekolah, hingga tempat pariwisata.

Ada solusi yang dapat dicoba untuk melawan rasa bosan ketika tidak dapat bepergian, yakni dengan mengunduh platform digital *Google Arts and Culture* yang dikeluarkan oleh Google. Platform digital tersebut telah dirilis sejak tahun 2011 silam. *Google Arts and Culture* memungkinkan para penggunanya untuk berwisata secara *online* ke berbagai tempat seni dan budaya, tersedia lebih dari 2000 museum dan galeri di seluruh dunia.

Menariknya adalah Indonesia juga termasuk didalamnya. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia beserta Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Google telah membantu upaya pelestarian budaya Indonesia melalui teknologi. Melalui aplikasi *Google Arts and Culture*, setiap orang bisa mempelajari lebih banyak tentang berbagai seni budaya ikonik Indonesia. Melalui aplikasi tersebut masyarakat tidak harus langsung pergi ke museum saat pandemi Covid-19, masyarakat dapat menikmatinya dari rumah.

Masih belum banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui adanya *Google Arts and Culture*. Disinilah saatnya generasi milenial memperkenalkan atau mempromosikan adanya platform digital tersebut melalui kampanye budaya secara daring. Kampanye sendiri merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan atau informasi yang dilaksanakan secara terencana untuk meyakinkan, mendidik, mempengaruhi, dan mengambil simpati individu maupun masyarakat dengan menggunakan media. Kampanye budaya secara daring konsepnya hampir sama dengan kampanye biasa pada umumnya, yang membedakan adalah kampanye budaya secara daring dilakukan secara *online*. Dalam hal ini milenial dapat melakukan

kampanye daring melalui berbagai media sosial (instagram, facebook, twitter), dapat juga melalui sebuah video yang dibuat kemudian diunggah dalam youtube.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penulisan ini adalah memuat peran generasi milenial untuk melestarikan budaya bangsa Indonesia melalui kampanye daring saat pandemi Covid-19. Mengingat bahwasannya generasi milenial sendiri dibesarkan dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang membuat para milenial berperan penting dalam melestarikan budaya dengan kolaborasi teknologi itu sendiri. Terlebih lagi disaat pandemi seperti sekarang, masyarakat tentunya menghabiskan banyak waktu untuk mengakses gawai mereka.

2. Metode

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam kajian ini menganalisis bagaimana generasi milenial tetap dapat produktif untuk melestarikan budaya Indonesia walaupun dalam masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan berbagai kemudahan yang diberikan oleh teknologi. Penelitian ini bersifat *desk study*, maka data yang dikumpulkan merupakan data sekunder dimana data sekunder ini dicari dan dihimpun dari berbagai referensi yang berkaitan dengan topik penulisan. Data sekunder tersebut bersumber dari buku teks, jurnal, informasi media massa, dan dari berbagai dokumen lain yang relevan. Metode analisis data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu deskriptif analisis. Metode ini berguna untuk mendeskripsikan ataupun menggambarkan objek. Data yang diperoleh kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk naratif.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data statistik kasus virus corona, hingga minggu terakhir bulan September 2020 jumlah kasus harian semakin meningkat. Pandemi corona masih belum berakhir walaupun sekarang Indonesia telah memasuki era *new normal*. Sebagian aktivitas masyarakat masih harus tertunda karena adanya pandemi, salah satunya yaitu berwisata. Bagi sebagian orang melakukan segala aktivitas dari rumah akan terasa membosankan terlebih lagi jika dalam kurun waktu yang cukup lama. Namun, masyarakat Indonesia tidak perlu khawatir karena saat ini tersedia sebuah platform digital *google arts and culture*.

Google arts and culture merupakan salah satu platform digital hiburan yang yang dirilis oleh Google sejak tahun 2011. Aplikasi tersebut dikhususkan bagi pecinta seni dan budaya dengan tujuan meningkatkan minat serta kesadaran masyarakat akan seni dan budaya. Adanya aplikasi ini merupakan salah satu bentuk dobrakan baru jika teknologi yang canggih dikembangkan agar seseorang dapat mendalami budaya. Fitur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut yakni tur simulasi ke situs-situs budaya di seluruh dunia dengan teknologi *virtual reality* (VR).

Virtual reality merupakan simulasi komputer interaktif yang bisa mempengaruhi indra penggunanya bahkan mampu menggantikan satu atau lebih indra manusia, sehingga pengguna VR larut ke dalam lingkungan simulasi (Mihelj et al, 2014). Artinya dengan menggunakan VR seseorang akan melakukan sebuah simulasi terhadap suatu objek nyata dengan menggunakan komputer yang memiliki kemampuan membangkitkan suasana tiga dimensi sehingga membuat penggunanya seolah-olah terlibat secara fisik. Aplikasi *google arts and culture* tersedia gratis untuk semua orang baik pengguna android maupun iOS dan untuk dapat menikmati *virtual reality*-nya, google sudah menyediakan google cardboard sama seperti VR lain yang membuat kita seolah berada di situs-situs budaya tersebut.

Masih belum banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui adanya aplikasi tersebut. Oleh karena itu, untuk melestarikan budaya dalam bentuk digital yang mudah diakses dengan adanya teknologi dan internet saat pandemi seperti ini diperlukan adanya sebuah gerakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan aplikasi *google arts and culture* dengan jangkauan lebih luas lagi. Salah satu upayanya dengan mengadakan kampanye daring oleh generasi milenial, karena mayoritas pengguna internet merupakan generasi milenial yang lahir saat teknologi internet sudah mulai dikenal maka kampanye daring dirasa akan menjadi langkah strategis untuk memperkenalkan aplikasi *google arts and culture*.

Kampanye daring yang menjadi topik dalam tulisan ini merujuk pada sebuah kampanye budaya yang dilakukan secara daring, mengingat situasi dan kondisi pandemi yang belum berakhir saat ini. Kampanye daring ini merupakan sebuah gerakan untuk memperkenalkan aplikasi *google arts and culture* yang berisi situs-situs warisan budaya kepada masyarakat. Aplikasi tersebut dapat menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin berwisata namun masih terkendala dengan adanya pandemi. Di era teknologi, internet mampu menembus batas-batas geografis, bukanlah sebuah penghalang untuk melestarikan budaya bangsa kita.

Kewajiban setiap masyarakat untuk mempertahankan dan melestarikan budaya, perlu ada kesadaran pentingnya budaya lokal sebagai identitas atau jati diri bangsa Indonesia. Dimana dalam hal tersebut peran generasi milenial diharapkan terus mewarisi budaya lokal sekaligus menjadi sebuah kekuatan untuk eksistensi budaya itu sendiri.

Generasi milenial dapat melakukan kampanye budaya secara daring melalui sosial media yang mereka punya. Misalnya dengan membuat infografis atau membuat video edukasi tentang aplikasi *google arts and culture*, mulai dari apa itu *google arts and culture*, fitur apa saja yang ada didalamnya, apa manfaatnya sampai bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut. Selanjutnya, masing-masing individu dari generasi milenial mengunggahnya ke jejaring sosial milik mereka, seperti *twitter*, *instagram*, *facebook* maupun *whatsapp*.

Kita tahu bahwasannya sebuah informasi saat ini sangat mudah dengan cepat menyebar ke berbagai media, baik media cetak maupun elektronik. Namun, yang menjadi perhatian saat ini adalah sebuah informasi dapat cepat tersebar hanya melalui media sosial. Berdasarkan data survei pemanfaatan media dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh tim peneliti Institute of Social Economic Digital pada Januari 2020, sebanyak 52,81% responden memanfaatkan media untuk sosial media atau chatting dan 30,90% responden memanfaatkan media untuk mencari informasi (Lokollo & Rahmawaty, 2020). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa peluang untuk memperkenalkan dan mempromosikan aplikasi *google arts and culture* dengan kampanye daring melalui media sosial cukup besar.

Di dalam aplikasi tersebut terdapat 22 situs budaya Indonesia yang dapat kita jelajahi antara lain, Monumen Nasional (Monas), Candi Borobudur, Candi Prambanan, Ratu Boko, Candi Pawon, Candi Kalasan, Candi Mendut, Candi Sari, Danau Biru (Cisoka), Taman Nasional Komodo, Pantai Kuta, Pantai Mangkuk Hijau, Pantai Blue Point, Pantai Padang-Padang, Museum Nasional Indonesia – Eksterior, Curug Puncak Jeruk, Museum Seni Rupa & Keramik, Museum Purbakala Sangiran, Museum Tekstil, Museum Wayang, Galeri Batik YBI, dan Benteng Van Der Wijk. Ada banyak kekayaan serta material penting dari budaya Indonesia. *Google arts and culture* merupakan salah satu usaha membuat material budaya tersebut tersedia dan bisa diakses oleh siapapun. Sekaligus melestarikannya secara digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk kepentingan edukasi serta menjadi menginspirasi generasi di

masa mendatang. Selain dapat dinikmati menggunakan *virtual reality*, aplikasi tersebut juga menyediakan 6 juta foto dan teks yang berkaitan dengan seni budaya.

Aplikasi *google arts and culture* memiliki beberapa fitur menarik diantaranya 1) *Art Movement*, tidak hanya menikmati situs-situs budaya Indonesia, dalam fitur ini pengguna juga dapat melihat seni dan budaya di seluruh dunia dengan berbagai kategori, beberapa kategorinya seperti *street art*, *contemporary art*, *modern art*, *surrealism*, *renaissance*, *gothic art*, *romanticism*, dan masih banyak lagi; 2) *Art Camera*, fitur ini menampilkan sebuah lukisan dengan resolusi tinggi yang disertai dengan detail keterangan dan latar belakang atau sejarah mengenai lukisan tersebut; 3) *Street View*, fitur ini akan membuat penggunanya merasakan jalan-jalan virtual dengan mengunjungi museum-museum terkenal, destinasi wisata maupun lokasi ikonik di seluruh dunia. Dengan menggunakan fitur *360 degree view*, kita dapat mengeksplorasi objek lebih dekat; 4) *Popular Topics*, fitur ini digunakan untuk mencari informasi tentang suatu topik tertentu yang populer seperti lokasi budaya yang ikonik, seniman, maupun informasi tentang suatu negara. Melalui fitur ini kita dapat menambah wawasan mengenai keberagaman seni dan budaya di seluruh dunia.

Melalui aplikasi *google arts and culture*, selama pandemi kita dapat mengatasi kebosanan saat di rumah dengan jalan-jalan virtual. Selain itu aplikasi tersebut juga memberikan manfaat dalam aspek pendidikan khususnya pendidikan seni. Verde & Valer (2021) menyatakan bahwa *google arts and culture* memungkinkan untuk dijadikan pembelajaran dalam kelas seni, pernyataan status waspada dan kewajiban untuk tetap di rumah karena risiko penularan Covid-19 menyadarkan kita betapa bermanfaatnya sumber daya artistik online seperti *google arts and culture* ini. Pendapat tersebut juga didukung oleh Debattista & Portelli (2018) yang menyebutkan bahwasannya VR untuk heritage merupakan kebutuhan alat pendidikan. Belum banyaknya masyarakat Indonesia yang mengetahui akan adanya aplikasi ini, maka generasi milenial yang dekat kesehariannya dengan teknologi harus mempelopori adanya sebuah kampanye budaya yang dilakukan secara daring untuk memperkenalkan aplikasi tersebut. Dalam melestarikan budaya sebagai identitas bangsa, dibutuhkan kolaborasi dengan banyak pihak termasuk kolaborasi dengan teknologi. Hal ini akan menjadi salah satu upaya strategis untuk melestarikan budaya secara digital.

4. Simpulan

Melalui sebuah kampanye budaya yang dilaksanakan secara daring, masyarakat akan lebih mengetahui keberadaan aplikasi *google arts and culture*. Saat pandemi masih belum berakhir, masyarakat tetap dapat berwisata secara virtual dengan menggunakan aplikasi tersebut untuk mengatasi rasa jenuh saat dirumah saja. Aplikasi ini sangat penting mengingat dalam aplikasi tersebut terdapat cukup banyak situs-situs seni budaya Indonesia yang ikonik. Terdapat fitur-fitur menarik yang dapat kita nikmati diantaranya fitur *art movement* yang membuat pengguna dapat menikmati berbagai seni budaya dari seluruh dunia dengan berbagai kategori, *art camera* yang menampilkan sebuah karya seni beresolusi tinggi disertai sejarah dari karya seni tersebut, *street view 360 degree* sebuah fitur yang membuat pengguna berjalan-jalan secara virtual dan mengeksplorasi objek secara lebih dekat, dan *popular topics* yang dapat kita gunakan untuk mencari sebuah informasi populer terkait seni dan budaya dari berbagai negara di seluruh dunia. Kemajuan sebuah teknologi tidak mengenal batas geografi. Oleh karena itu, peran milenial sangat penting dalam melestarikan budaya secara digital dengan kolaborasi teknologi itu sendiri.

Daftar Rujukan

- Debattista, M. G., & Portelli, T. (2018). *Google Arts and Culture Virtual Reality and Learning Outcomes: The Maltese experience*. Malta: Institute of Tourism Studies
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., ... & Cao, B. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The lancet*, 395(10223), 497-506.
- Lokollo, E. M., & Rahmawaty, U. F. R. (2020). *Survei Pemanfaatan Media atau Platform Digital dalam Kehidupan Sehari-hari*. Institute of Social Economic Digital.
- Mihelj, M., Novak, D., & Beguš, S. (2014). *Virtual reality technology and applications*. New York: Springer.
- Verde, A., & Valero, J. M. (2021). Virtual museums and Google arts & culture: Alternatives to the face-to-face visit to experience art. *International Journal of Education and Research*, 9(2).