



Praktik filantropi sosial bagi pembangunan aktiviti seni dan budaya: Suatu wacana

Abdullah Sumrahadi¹, Ratnawati Yuni Suryandari²

¹College of Law, Government and International Studies, Universiti Utara Malaysia & Postgraduate Program of Universitas Ngurah Rai, Denpasar, Indonesia, ²College of Law, Government and International Studies, Universiti Utara Malaysia & Urban Planning Department, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

Correspondence: Abdullah Sumrahadi (email: abdullahsumrahadi@uum.edu.my)

Abstrak

Artikel ini adalah suatu poin reflektif tentang hubungan antara falsafah sosial, seni dan budaya. Poin ini menunjukkan hubungan keturunan dan epistemologi, tentang kedudukan seni dan budaya dalam kehidupan seharian sosial masyarakat. Hubungan ini, oleh itu, ditarik ke akar dari sejarah seni sehinggake komuniti budaya yang berasal dari kesan pembangunan ekonomi dan industri mutakhir ini, dari Barat hingga ke Indonesia. Hubungan mewujudkan masyarakat tertentu. Masyarakat, melalui institusi yang dibangun untuk menyokong ciri dan tindakan filantropi bagi memajukan seni dan budaya. Akhir sekali, artikel ini cuba untuk membandingkan muktamad rangka logik dan mengaitkannya dengan amalan filantropi praktikal.

Katakunci: artis, budaya, digitalisasi, globalisasi ekonomi, filantropi sosial, seni

Practical social philanthropy for the development of arts and culture activities: A discourse

Abstract

This article is a reflective point on the relationship between social philosophy, arts and culture. It shows genealogical and epistemological relationship how the position of arts and culture in social daily life. The relationship is, thus, pulled to its root and history of arts and culture audiences that coming from recent economic and industrial impact, in the West to Indonesia. The relationships create certain community. The community, through institutions which created supports characteristic and action of philanthropy for improving arts and cultures. Finally, the article tries definitively to compare its logical frame and relate it to practical philanthropy practices.

Keywords: art, artists, culture, digitalization, globalization of the economy, social philanthropy

Pengenalan

Dalam suatu artikel untuk mengenang Jacques Derrida, Haryatmoko (2005) menulis seperti berikut: "Biasanya, 'memberi' merupakan konsep dengan konotasi positif kerana ia adalah berkenaan dengan sifat kesolehan manusia. 'Memberi' dikaitkan dengan sifat murah hati yang mengalir dari kelimpahan. Meskipun dalam kekurangan, ada orang yang rela 'memberi'. Situasi semacam ini adalah ilustrasi kemurahan hati yang sampai pada penafian diri. Inilah *altruisme* atau kepedulian, perhatian, keprihatinan terhadap yang lain. Dalam masyarakat yang ingatan sosialnya kuat, 'memberikan diri' merupakan nilai kerana mendedahkan kemurahan hati, heroisme, bahkan pengorbanan. Namun, makna 'memberi' yang sangat positif itu dipersoalkan oleh Jacques Derrida. Pakar falsafah Perancis pembongkar tuntutan kebenaran atau wacana yang mendakwa diri sempurna ini dengan curiga,

jangan-jangan logik ekonomi yang mendasari konsep itu dan yang memaknai semua bentuk interaksi sosial. Jika demikian, mungkinkah ‘memberi’?”

Konsep ‘memberi’ yang murni seperti yang mula dipertikaikan oleh ahli falsafah Perancis Jacques Derrida (1930-2004) pelopor pemikiran ‘deonstruksi’, yang turut diragui oleh Haryatmoko (2005) apabila dikaitkan dengan proses pembangunan global yang berlaku dalam pasca moden hari ini. Perbuatan ‘memberi’ atau mungkin boleh disamakan dengan membantu/menderma membawa maksud perbuatan yang sangat baik lagi mulia. Apatah lagi jika si pemberi bukan daripada golongan yang layak memberi kerana kekurangan yang ada pada golongan tersebut. Ini disebabkan dari sudut akhlak (misalnya seperti yang dituntut oleh agama Islam), penderma sebagai ‘tangan yang di atas’ adalah lebih baik daripada penerima ‘tangan yang di bawah’. Tetapi, mengapakah pula pada era ini perlakuan mulia itu mula dipertikaikan? Paparan tentang keadaan kelimpahruahan masyarakat moden-posmoden mungkin dapat membantu pemahaman kita. Memang telah diakui umum bahawa sejarah ekonomi moden-hingga sebelum berlakunya krisis ekonomi global, menunjukkan kejayaannya dalam membentuk ekonomi buih (*bubble economics*). Model ekonomi gelembung buih ini melahirkan para usahawan kaya raya yang mempunyai banyak aset dan kekayaan di negara-negara seperti Amerika dan Eropah. Pengusaha dan syarikatnya tidak cukup jika hanya berkembang di negara asalnya, maka mereka memperluaskan liputan perniagaannya menjadi perniagaan transnasional. Model dan pola perniagaan ini, akhirnya melahirkan syarikat multinasional (*multinational enterprises*), seterusnya mendorong wujudnya pelaburan asing langsung (*FDI - foreign direct investment*) yang mempunyai kawalan dan aktiviti pelaburan global, iaitu di lebih daripada sebuah negara (Dunning, 1993).

Jika diperiksa ke belakang melalui kajian yang mendalam, wujud kaitan langsung antara tumbuhnya para pengusaha kaya dan perkembangan syarikat multinasional di Barat. Juga menginisiasi kemunculan masyarakat mewah yang hartanya melimpah-ruah (*affluent society*). Idea tentang masyarakat mewah dikemukakan oleh John Kenneth Galbraith (Galbraith, 1998) melalui bukunya yang bertajuk *The Affluent Society*, terbit pertama kali pada tahun 1958. Dalam buku tersebut Galbraith memberikan ulasannya yang jelas tentang keadaan masyarakat Amerika pasca Perang Dunia Kedua, bahawa sebahagian besar masyarakat pengusaha di sektor swasta menjadi kaya raya, sedangkan pada masa yang sama wujud masalah kemiskinan yang meluas dalam sektor awam. Infrastruktur sosial runtuh, masyarakat dan negara kurang peduli lalu membiarkan wujudnya perbezaan pendapatan yang sangat lebar. Selain itu, Galbraith melalui bukunya, membincangkan dengan baik persoalan kelimpahan kekayaan masyarakat Amerika masa itu, dan daripada perbincangan awam dalam buku *The Affluent Society* akhirnya muncul istilah popular kebijaksanaan konvensional (*conventional wisdom*).

Sebagai perbandingan dengan paparan di atas, *The Columbia Encyclopedia* lebih jauh menerangkan bahawa gagasan masyarakat mewah sebagai:

“The term was used ironically by Galbraith, is rich in private resources but poor in public ones because of a misplaced priority on increasing production in the private sector. Galbraith argued that industrial production was being devoted to satisfying trivial consumer needs, in part to maintain employment, and that the United States should shift resources to improve schools, the infrastructure, recreational resources, and social services, providing a better quality of life instead of an ever greater quantity of consumer goods. His critique influenced efforts during the 1960s to improve the quality of public institutions and facilities. The term has lost its original ironic meaning and is now used simply to indicate widespread prosperity.”¹

Bertolak dari dua penjelasan di atas, muncul analogi bahawa yang disebut sebagai masyarakat mewah ialah masyarakat yang mempunyai kemewahan (*affluency*): kelebihan kekayaan atau kemakmuran melimpah-ruah.

Galbraith melalui karya besarnya itu mewartakan tentang bahaya daripada kelimpahan kesejahteraan dan kemakmuran warga Amerika. Pada pandangan Galbraith, kelimpahan kekayaan dan kemakmuran di Amerika telah mengakibatkan berlakunya penggunaan massa yang berlebihan. Hal tersebut, pada masa itu, dijangka menghalang kepesatan kadar pertumbuhan pengeluaran. Kebimbangan Galbraith cukup berasas. Ini kerana jika penggunaan masyarakat melebihi produktiviti

¹ “affluent society.” *The Columbia Encyclopedia, Sixth Edition*. 2008. *Encyclopedia.com*. (June 21, 2009). <http://www.encyclopedia.com/doc/1E1-affluent.html>

ekonomi, maka ia akan mengakibatkan kegagalan ekonomi. Dengan kemewahan, masyarakat Amerika menjadi boros, lupa menabung kerana hasrat membelanjanya tidak boleh dibendung.

Galbraith (1998) tidak sendirian dalam mengkritik fenomena kemakmuran dan kekayaan yang melimpah di Amerika Syarikat. Seorang profesor ekonomi dan pengurusan dari MIT di Cambridge bernama Lester Carl Thurow atau Lester Thurow, pada tahun 1980 menulis buku bertajuk *The Zero-sum Society* (Thurow, 1980). Buku itu seperti menjadi penerus kepada kegelisahan Galbraith, kerana kemudiannya hal ini sememangnya terbukti benar-benar berlaku di Amerika Syarikat. Kelimpahan dan kemakmuran ekonomi pengusaha mahupun orang kaya dibayar dengan peningkatan kesengsaraan ekonomi bagi golongan rakyat jelata yang miskin. Dengan kata lain, sesuai dengan kata-kata Thurow (1980), bahawa suatu masyarakat pengguna massa, begitu jadinya jika disederhanakan. Kedua-dua pandangan Galbraith dan Thurow melalui buku mereka mempunyai persamaan visi dengan telaah Jean Baudrillard (Baudrillard, 1970), seorang pemikir besar dari Perancis yang menulis buku berjudul *La société de consommation*, yang kemudiannya diterjemahkan ke dalam bahasa Inggeris bertajuk *The Consumer Culture: Myth and Structures* (Baudrillard, 1998). Dalam buku tersebut Baudrillard mengkritik tentang kegemaran orang yang membeli-belah. Kegemaran itu dihasilkan daripada melimpah-ruahnya harta. Dari keadaan ini juga muncul suatu kegemaran lain yang seiring dengan tabiat gemar membeli-belah, yakni gemar memberi hadiah.

Memberi hadiah, atau memberikan suatu persembahan kepada orang lain secara logik boleh dianggap baik. Logik ini dibina di atas nilai-nilai kesolehan moral yang berasaskan pada ajaran agama. Bahawa, memberi, menyumbangkan sesuatu kepada yang lain atas kelebihan atau kesyukuran nikmat tertentu disebut sebagai kebaikan, kerana ada unsur kedermawanan di situ. Namun, pemberian yang dilahirkan akibat wujudnya kelebihan suatu masyarakat pada stratifikasi atau kelas tertentu menjadi dicurigai. Pemberian sedemikian diragui, sebagaimana yang diungkap dalam kritikan Derrida di atas, kerana mungkin dan atau jangan-jangan ia sarat dengan kepentingan. Kecurigaan inilah yang menarik untuk diperiksa.

Artikel yang bersifat sebuah wacana ini bertujuan untuk mengulas idea Derrida tentang 'pemberian yang mecurigakan' dalam konteks filantropi/kedermawanan sosial. Wacana dalam artikel ini berusaha menyemak perkaitan antara teori dan praktikal atas "kecurigaan" tadi, dengan tumpuan kepada persoalan apakah filantropi sosial atau kedermawanan hanya terhad pada aktiviti seni dan budaya yang mempunyai kelimpahan lalu mendorong tindakan 'memberi'; atau juga kerana wujudnya kekurangan lalu menggalakkan berkembangnya tindakan 'menerima' pemberian? Kemudian, secara lebih tematis, artikel ini mengupas bagaimanakah keadaan filantropi sosial dapat dipraktikkan dalam konteks seni dan budaya? Strategi apakah yang sesuai untuk dibangunkan dan dipertahankan? Persoalan ini dikupas dalam konteks perkembangan media dan pengedaran seni mahupun budaya yang telah mengalami perubahan sangat pantas di era kini. Iaitu, era di mana seni dan budaya berada di bawah bayang-bayang (r)evolusi ekonomi global.

Pengertian seni dan budaya

Banyak kajian dan perbincangan dibuat untuk mengembangkan nilai seni dan budaya. Nilai seni dan budaya tentu sahaja tidak hanya terhad kepada ruang 'seni untuk seni atau budaya untuk budaya' sahaja, tetapi bagaimana seni dan budaya mempunyai ruang serta implikasi serta dimensi yang lebih luas. Biasanya dimensi yang diperluas itu berada pada jajaran persoalan sejauh mana seni dan budaya itu memberi manfaat bagi para pelakunya atau penikmatnya.

Karya seni dan budaya tentu mempunyai banyak varian, dan daripada banyaknya varian itu tidak kurang pula yang sudah kita kenali seperti seni tari, seni muzik dan seni rupa. Kemudian terderivasi menjadi filem, drama, teater dan lain-lain. Kekayaan dan hasil kebudayaan biasanya wujud dalam bentuk warisan nilai dan perilaku luhur. Nilai dan warisan tersebut boleh juga kita dapati dalam artifak-artifak fizikalnya. Namun, dari segi pembangunan seni dan budaya, ketika hendak mencari bentuk-bentuk baru, juga, ketika hendak mempertahankan nilai-nilainya, produk atau hasil seni dan budaya, kita dapati banyak sekali halangan. Di antaranya termasuklah halangan untuk mendapatkan dana tujuan pembangunan dan pemuliharaan. Dalam logik sederhana, hal yang berkaitan dengan pembiayaan biasanya diserahkan kepada kerajaan, melalui jabatan berkaitan. Apakah dengan menyerahkan atau menyandarkan pembiayaan pembangunan seni dan budaya kepada kerajaan

merupakan tindakan yang tepat? Kegusaran ini timbul mengingat dari segi definisi, seni dan budaya mempunyai liputan yang luas dan unik. Definisi seni dan budaya perlu dikupas bagimengenal pasti masalah dan potensi kegunaannya bagi tujuan pembangunan filantropi sosial.

Kesenian

Pengertian seni boleh berubah mengikut masa dan tempat. Dalam pemakaian umum, istilah seni diertikan sebagai kecil dan halus. Sementara secara etimologi, kata seni berkemungkinan berasal dari bahasa Sanskrit yang ertinya lebih kurang sebagai penyembahan, perkhidmatan, dan pemberian. Namun dakwaan ini tidak dapat dibuktikan. Para pakar bahasa kuno pula mencadangkan bahawa ada kemungkinan kata seni dijumpai dalam bahasa Belanda, *genie*. Merujuk kepada *Koenen - Endepols - Bezoen, Handwoordenboek der Nederlandse Taal*, kata *genie* ternyata berasal dari bahasa Latin, *genius*. Sebagai contoh, 1. *Het genie van Rembrandt*; 2. *Shakespeare was een groot genie*. Rangkaian fikiran logiknya: seniman itu ialah makhluk yang mempunyai kelebihan; kehalusan jiwa yang berbeza dengan manusia pada umumnya dalam menikmati dan mencipta keindahan. Dengan demikian istilah *genie* diberikan kepada mereka, kerana *buittengewoon sheppingsvermogen*nya (Sudarmaji, 1979). Dari huraian tersebut dapat dibuat kesimpulan mudah bahawa, pengertian seni ialah suatu kemahiran yang diperolehi daripada pengalaman, belajar atau pemerhatian. Selain itu, seni juga merupakan sebahagian daripada subjek pelajaran tentang pembahasan ilmu sastera. Dalam pengertian umumnya seni adalah pengetahuan budaya, ilmu pengetahuan serta suatu pekerjaan yang memerlukan pengetahuan atau kemahiran.

Seni mempunyai daya guna dalam melahirkan kemahiran, pengetahuan genetik dan imaginasi kreatif, atau ringkasnya memunculkan kreativiti yang berguna bagi manusia. Hal ini terutama dalam menghasilkan benda-benda atau karya seni murni, seni rupa mahupun grafik yang mempunyai nilai tinggi, walaupun tinggi rendahnya nilai seni menjadi suatu perdebatan tersendiri dalam kajian budaya (Budiarto, 2001). Seni juga bermakna suatu perancangan yang mahir, yang menunjukkan kualiti dengan baik, serta merupakan nilai-nilai yang figuratif dan boleh diindra. Oleh itu, ada banyak padanan kata yang dapat disejajarkan dengan istilah seni. Misalnya kemahiran, mahir, cerdas, pakar, cekap dalam mengerjakan sesuatu yang telah dirancang. Seni juga mewakili peribadi, walaupun tidak secara langsung. Ia menunjukkan suatu proses kreatif, yang di dalamnya mengandungi unsur kecekapan dan penguasaan teknik tertentu dalam menghasilkan imaginasi seni.

Pengertian ke[seni]an tidak terlepas daripada terikat dengan budaya kehidupan manusia. Dalam kehidupan sehariannya, manusia melakukan tindakan integratif ke[seni]an. Tindakan integratif yang dilakukan dalam konteks ke[seni]an termasuklah aksi bagaimana mereka menikmati dan memahami keindahan, mengapresiasi juga ketika mengungkapkan perasaan tentang keindahan sesuatu perkara. Keperluan ini hadir disebabkan oleh adanya sifat dasar manusia yang ingin mendedahkan jati dirinya sebagai makhluk hidup yang bermoral, berselera, berakal, mempunyai perpaduan, dan berperasaan. Keperluan manusia kepada aspek estetik yang berunsur ke[seni]an sama dengan pemenuhan keperluan rendah dan menengah manusia terhadap ke[budaya]an. Ketika memenuhi keperluan estetik ini, unsur seni menjadi sebahagian yang tidak dapat dipisahkan daripada ke[budaya]an. Kesenian merupakan unsur pengikat yang menyatukan pelbagai pedoman bertindak yang berbeza menjadi suatu reka bentuk yang holistik, dan boleh dipraktikkan serta dapat diterima sebagai sesuatu yang bernilai.

Estetika dan sistem simbol sebagai sebahagian daripada ke[budaya]an, merupakan kegiatan yang isinya adalah peranti model kognisi, sistem simbolik, atau sematan makna yang terjalin menyeluruh melalui simbol-simbol yang dipancarkan secara bersejarah dan bernilai. Keindahan di sini pada intinya merujuk kepada pengertian pelbagai hal yang mensyaratkan wujudnya pertautan selera, pemahaman, dan kepekaan, guna membezakan dan mengapresiasi makna daripada seni yang mendorong munculnya perasaan kagum, cantik, bagus, selaras, dan sebagainya. Pertautan selera, pemahaman dan penghayatan yang menumbuhkan rasa pesona itu akan memperoleh maknanya jika orang yang terlibat di dalamnya menggunakan simbol yang difahami bersama dalam konteks kebudayaannya. Estetika dan sistem simbol sebagai pedoman bagi memenuhi keperluan integratif yang berkaitan dengan keindahan berfungsi mengintegrasikan pelbagai keperluan tersebut menjadi suatu kesatuan sistem yang diterima oleh cita rasa yang langsung mahupun tidak langsung, mempunyai keterkaitan dengan pembenaran secara beretika dan penerimaan akal sihat sesuatu masyarakat.

Levis-Strauss (1967) dalam bukunya yang berjudul *Structural Anthropolgy*, menegaskan bahawa, kesenian boleh menjadi unit-unit integrasi menyeluruh secara organik, di mana gaya-gaya, kaedah-kaedah estetik, organisasi sosial, dan agama, secara struktural saling berkaitan. Dalam pola hubungan yang istimewa itulah penampilan gaya dan organisasi sosial saling berkaitan. Ditinjau dari perspektif pedoman, estetika dan sistem simbol memberi petunjuk terhadap pelbagai pola perilaku manusia yang berkaitan dengan keindahan, yang pada dasarnya termasuk suatu kegiatan, boleh berkreasi, boleh juga berapresiasi. Ini termasuklah, pertama, estetika dan sistem simbol menjadi pedoman bagi seniman untuk mengekspresikan ciptaan artistiknya, dan berdasarkan pengalamannya mampu memanipulasi media guna menyajikan karya seni; kedua, estetika dan sistem simbol memberikan petunjuk kepada para pecinta atau pengguna hasil karya seni (pengguna) untuk menyerap karya seni bagi menumbuhkan kesan-kesan; atau pengalaman mereka dapat melakukan apresiasi dengan cara menyerap karya seni untuk menumbuhkan kesan-kesan atau pengalaman estetik tertentu.

Melalui pengertian tersebut, tergambar bahawa estetika dan sistem simbol menjadi petunjuk dan pedoman untuk mewujudkan suatu komunikasi estetik antara pencipta dan penikmat melalui karya seni yang diciptakan dalam ruang lingkup kebudayaan yang berkaitan. Kerana keperluan estetik setiap individu mahupun kelompok tidak selalu sama, di samping persekitaran di mana individu dan kumpulan itu tinggal juga berbeza-beza, maka setiap individu dan kelompok masyarakat akan membangunkan strategi untuk pemuasan keperluan estetikanya masing-masing. Dari perspektif ini, selain sebagai petunjuk dan pedoman estetik, sistem simbol juga boleh dilihat sebagai strategi penyesuaian seseorang individu mahupun kelompok masyarakat untuk memenuhi keperluan estetikanya dalam menghadapi keadaan persekitaran tertentu.

Kebudayaan

Definisi budaya sangat pelbagai, dan setiap definisi atau batasan pengertian yang diberikan mempunyai perspektif yang berbeza-beza, bergantung kepada aliran atau mazhab pemikiran mana yang dianut oleh sipengkaji. Sesetengah sarjana beranggapan bahawa, budaya sebagai refleksi atas perilaku sosial. Sementara yang lainnya melihat budaya sebagai suatu amalan yang sangat berbeza dengan perilaku sosial. Budaya adalah abstraksi daripada perilaku sosial. Sementara, masyarakat pada umumnya melihat dan mentakrifkan budaya lebih kepada kewujudan fizikal artifak, misalnya candi, patung, tembikar, dan barang peninggalan bersejarah lain. Sedangkan di sisi yang lebih sederhana, sesetengah sarjana menganggap bahawa artifak bersifat fizikal tersebut hanyalah sebagai hasil daripada suatu kebudayaan.

Pada umumnya pakar budaya dan ahli antropologi yakin bahawa definisi budaya yang tertua diberikan oleh Tylor (1958) dalam bukunya yang berjudul *Primitive Cultures*. Tylor menekankan konsep dan definisi budaya berdasar kepada teori evolusi dengan beranggapan bahawa, budaya sebagai keseluruhan yang kompleks. Oleh kerana itu budaya meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, undang-undang, moral, adat dan berbagai kemampuan serta kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai ahli masyarakat.

Dari perspektif yang berbeza, sejak awal pentakrifannya Williams (1983), menggunakan istilah ke[budaya]an yang secara langsung memunculkan masalah. Ini adalah seperti yang beliau ungkapkan bahawa “ke[budaya]an merupakan salah satu daripada dua atau tiga kata yang paling rumit dalam bahasa Inggeris.” Pada pandangan Williams ke[budaya]an ialah “medan yang nyata tempat amalan-amalan, perwakilan-perwakilan, bahasa dan kebiasaan-kebiasaan suatu masyarakat berpijak. Juga boleh difahami bahawa budaya sebagai bentuk-bentuk kontradiktif akal sihat yang sudah mengakar tunjang dan turut membentuk kehidupan sehari-hari.”

Berdasar pada keterangan dan definisi di atas, maka manusia dan kebudayaan merupakan suatu perkara yang bersifat integratif. Oleh itu, tidaklah berlebihan jika dikatakan bahawa, selain keperluan untuk berbudaya, manusia sebagai makhluk yang mempunyai fikiran, moral dan perasaan, atau mempunyai peradaban, boleh mengintegrasikan pelbagai keperluan menjadi suatu sistem yang dapat dibenarkan secara moral, dan boleh diterima secara rasional oleh masyarakatnya. Keperluan integratif itu dapat dipenuhi oleh manusia melalui budayanya yang berfungsi sebagai pedoman untuk bertindak. Pengertian budaya di sini adalah keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, dan nilai yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial. Pokok daripada pengertian budaya tersebut, antara lain ialah peranti

model pengetahuan dan sistem makna yang terjalin secara keseluruhan dalam simbol-simbol yang dihantar secara bersejarah pada suatu nilai dan semangat yang tertentu.

Sehingga ke tahap ini dapat disepakati bahawa definisi budaya ialah keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, dan nilai yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial. Budaya mengandungi, antara lain peranti model pengetahuan atau sistem makna yang terjalin secara menyeluruh dalam simbol-simbol yang dihantar secara bersejarah dan bernilai tentang suatu semangat. Model pengetahuan atau sistem makna tersebut digunakan secara selektif oleh masyarakat untuk berkomunikasi, bersosial, saling membantu dan memahami, memelihara dan memahamkan pengetahuan; juga sebagai pedoman dalam bersikap dan bertindak ketika menghadapi persekitaran, demi memenuhi dan memaknai pelbagai keperluan hidup.

Berdasarkan pengertian kedua-dua konsep ke[seni]an dan ke[budaya]an yang dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahawa kegiatan berbudaya dan berseni atau berkebudayaan dan berkesenian merupakan keperluan integratif yang didasari atas suatu estetika dan simbol-simbol tertentu. Jika dikaitkan dengan model dan pembangunan filantropi sosial bagi seni dan budaya, konsep ini terletak pada bagaimana individu atau kelompok masyarakat memberikan sumbangannya kepada suatu pembangunan kebudayaan dan kesenian sebagai suatu keperluan integratif. Keperluan ini merupakan perimbangan yang mempunyai hubungan erat dengan hasil atau pemilikan kekayaan tertentu. Oleh itu, sebagai perimbangannya yang terintegrasi secara moral ekonomi, individu atau sekelompok manusia yang mempunyai kelebihan perlu 'menderma' harta malah fikiran bagi pembangunan dan pemuliharaan seni dan budaya, sebagai merealisasikan nilai dan keyakinan bahawa filantropi sosial merupakan suatu bentuk tanggungjawab sosial.

Setelah mengetahui serba sedikit asas pengertian ke[seni]an dan ke[budaya]an, kita perlu menerapkan dasar-dasar definisi ini bagi tujuan analisis. Dalam artikel ini analisis yang sifatnya genealogis akan diterapkan khususnya tentang peranan seni dan budaya dalam pembangunan, atau dalam menentukan strategi yang sesuai dikembangkan terhadap filantropi sosial ke[seni]an dan ke[budaya]an dalam era global mutakhir ini.

Wacana filantropi sosial

Pertanyaan sering ditimbulkan sama ada filantropi sosial suatu kenikmatan dan/atau keperluan estetik. Walaupun, hubungan antara filantropi sosial dan seni-budaya masih mengandungi beberapa permasalahan bagi hampir semua bentuk pembangunan seni dan budaya, namun di sini terdapat beberapa perkara menarik dan merupakan dimensi yang lebih kritikal untuk dibahas. Bourdieu (1996) misalnya melihat hubungan tersebut sebagai bersifat interaksionis. Manakala Becker (1982) menganggapnya sebagai bersifat konstruktivis kekinian. DeNora (1995) pula melihat bahawa, analisis sosiologi tentang seni biasanya akan lebih menarik jika dihubungkan dengan proses penciptaan suatu karya, atau hakikat kekerjaan. Atau bagaimana kerja seni itu dapat dimunculkan sebagai suatu produk bagi kategori tertentu. Dalam hujah Bourdieu (1996) yang berani mengambil risiko analisis lebih jauh, proses penciptaan seni harus dilihat dari segi bagaimana seniman berani menanggalkan 'topeng ajaib pelbagai peraturan' penciptaan suatu karya. Berdasarkan pandangan ini, seni ialah suatu jajaran kebudayaan daripada mekanisme sosial yang pelbagai. Seni menjadi lebih artistik secara semulajadinya dalam tataran cita rasa sosial. Walaupun akhirnya pada pandangan seni kritikal, penilaian estetik atas karya bukan merupakan rundingan terhadap kerakyatan kerja-kerja seni.

Kritik terhadap cita rasa dan pembiakan sosial seni telah mendorong pelbagai kajian empiris tentang penggunaan budaya. Akan tetapi, kajian itu meninggalkan banyak kecacatan tentang bagaimana perhatian membentuk pencirian suatu budaya dan seni. Hal ini menyebabkan penolakan dalam kalangan kelompok tertentu terhadap hal tersebut. Ini kerana sifatnya yang terlalu umum, walaupun secara perlahan-lahan kelompok tersebut juga sebenarnya menolak subjektifisme dan pewacanaan diri yang berlebihan ke atas seniman yang menghasilkan *masterpieces* seni dan budaya. Hal ini seolah-olah menutup ruang bagi kemunculan seniman baharu atau amatir. Padahal seniman amatir mempunyai tenaga boleh diperbaharui. Tenaga itu dapat dicurahkan bagi pembentukan karakter seni yang berbeza. Seni dan budaya sebagai landasan bagi pengantaraan sosial. Sementara karya seni pada kedudukan ini, lebih didominasi oleh pencipta atau pekerja seni muda-amatur, walaupun pada akhirnya yang amatir tadi dapat naik kelas menjadi *masterpiece*.

Seni dan budaya bagaikan teka-teki kritikal dalam wacana ilmu sains sosial mahupun kemanusiaan yang perlu dan terus digali tentang perkaitan dan potensinya. Dapat diakui di sini bahawa seni merupakan kegiatan kolektif secara sosial, dan kebenarannya tidak boleh ditolak. Walau bagaimanapun, sukar untuk menempatkan seni ke dalam disiplin ilmu sosial. Hal ini disebabkan wujudnya pertentangan pendapat antara golongan yang berpegang dengan pendekatan formalis dengan yang berpegang kepada tafsiran realis atas karya seni. Para pengikut pendekatan formalis positivistik sudah pasti akan meletakkan seni dalam konteks artistik sahaja, dengan sedikit sanggahan teori. Hal ini akhirnya sering dikritik kerana secara gramatis analisis bahasa seni dapat menghasilkan ruang tafsiran sosial, melalui pelbagai bentuk perantaraan media.

Sejarah membuktikan terdapat hubungan yang erat antara sosiologi dan seni. Sejarah kesenian dapat menjelaskan secara lebih konkrit semua bentuk penciptaan seni, penampilan seni, dan mengapa seni itu diperdengarkan kepada khalayak. Lebih daripada itu, dengan menggunakan pendekatan sosiologi seni, sejarah kehidupan dan status sosial seseorang seniman, juga sejarah perkembangan ekonomi tentang peralatan seni yang juga berkaitan dengan kehidupan seniman dan karyanya, penerbitan mahupun pementasan, dapat dikaji dengan peranti yang lebih sesuai. Bagaimanapun, untuk dapat sampai ke tahap kefahaman tersebut, kita harus memperhatikan hubungan kompleks antara kerja-kerja seni dan budaya dengan pola formasi paparan yang digunakan dalam kandungan karya seni dan budaya, sekaligus pelbagai metafora intuitif daripada kalangan para seniman itu sendiri. Akhirnya, seni dapat melahirkan suatu kontroversi yang renyah dan polemik yang mempesona. Selari dengan itu, seni juga memberikan keleluasaan bagi disiplin di luar kajian penciptaan seni untuk berkembang, dan ilmu sosial menjadi pilihan tersendiri.

Dalam kes berbeza seperti seni visual yang banyak menonjolkan aspek kebendaan daripadasesuatu karya seni, secara lebih khusus memberikan cabaran kepada para seniman. Juga membuka peluang perdebatan bagi penerimaan atau penolakan sosial ke atas sesuatu karya seni. Sementara di pihak yang lain, dalam situasi demikian, muzik dikategorikan sebagai objek yang sukar untuk difahami. Ini kerana dari segi sosial, muzik dilihat sebagai suatu ekspresi sesuatu kelompok sosial. Misalnya persembahan band muzik rock dan penampilannya, pada dasarnya merupakan ungkapan bahasa bukan verbal tentang budaya sesuatu kelompok sosial. Oleh itu, muzik bukanlah 'apa-apa' tetapi sarana perantaraan untuk memaparkan peralatan, lirik, pemuzik, penampilan panggung dan rakaman kepada khalayak (penonton, pendengar, dan peminat).

Daripada jalinan dan hubungan sedemikian dapat disimpulkan bahawa hubungan antara filantropi sosial dengan pembangunan seni dan budaya, perlu dilihat dalam konteks sosial masyarakat tempatan. Kita tidak boleh membandingkan secara melulu filantropi sosial masyarakat misalnya rantau Asia dengan apa yang dilakukan di negara Barat. Masyarakat Barat seperti yang berlaku di Amerika Syarikat telah mengalami kelimpah-ruahan kekayaan kebendaan. Konteks masyarakat rantau Asia seperti Indonesia yang masih membangun sudah pasti berbeza. Harta bukanlah satu-satunya yang boleh disumbangkan dalam memajukan seni dan budaya tempatan. Hal ini perlu diperlihatkan mengingat ada pertalian antara keadaan sosial dengan ciri budaya dan seni. Seni dan budaya tradisional terbungkus sebagai satu gugusan nilai yang integratif. Seni dan budaya tidak sepatutnya hanya dilihat dari sudut hak milik harta intelek semata-mata. Walaupun undang-undang hak milik harta intelek memberi manfaat kewangan kepada para penggiat dan pekerja seni dan budaya, Smiers (2003) pernah mencadangkan supaya undang-undang tersebut dihapuskan. Ini kerana selain hak milik harta intelek banyak aspek lain yang berguna dan boleh menyumbang kepada pembangunan seni dan budaya.

Sebagai suatu refleksi akhir, pada hari Sabtu, 3 Disember 2005, di bahagian rubrik Bentara harian Kompas diterbitkan suatu artikel bertajuk Strategi Perkongsian untuk Kesenian. Artikel itu ditulis oleh seorang pekerja seni dan sekaligus ilmuwan dalam bidang pengurusan seni, bernama Linda Hoemar Abidin. Dalam artikelnya itu, Linda menunjukkan kepada kita bahawa, kesenian dan kebudayaan merupakan salah satu faktor penentu bagi peningkatan aktiviti ekonomi. Namun, soalan reflektif selanjutnya, apakah strategi pembangunan ekonomi yang berasaskan kepada seni dan budaya yang sesuai diketengahkan demi kemajuan para penggiat dan pekerja seni dan budaya masyarakat setempat, yang pastinya berbeza dengan strategi memajukan industri pembuatan dan perberdagangan produk seni dan budaya yang dikuasai syarikat multinasional?

Perubahan pola pengeluaran dan peranan filantropi seni budaya

Meskipun dalam keadaan kritikal, seperti yang menjadi kekhawatiran awal Galbraith (1998), ekonomi global dan revolusi teknologi digital menyediakan pelbagai keadaan 'baharu' untuk sebahagian besar model pengeluaran produk dan pendedaran seni dan budaya di seluruh pelusuk dunia. Perubahan model pengeluaran dan pendedaran produk seni dan budaya tersebut secara khusus wujud dalam industri muzik, penerbitan buku dan filem, rekabentuk, fotografi, dan umumnya banyak berlaku pada seni visual. Perubahan tersebut sedang dan telah berlaku. Untuk menelaah secara lebih terperinci, beberapa contoh ekonomi berteraskan seni dan budaya diungkapkan untuk memperjelas huraian ini.

Perubahan pola pengeluaran

Pemerdagangan produk seni adalah contoh yang paling relevan dalam menjelaskan perubahan pola pengeluaran dan pemeraksanaan ekonomi berteraskan budaya. Sebelum Perang Dunia Kedua, industri muzik, filem dan percetakan majalah tidak berkembang sepesat hari ini. Ini disebabkan, produk seni dan budaya waktu itu, misalnya persembahan artis dan muzik, hanya untuk memenuhi permintaan peminat seni muzik tempatan. Produk seni dan budaya waktu itu juga sukar dipasarkan keluar kerana kos penghantaran yang tinggi, selain adanya pelbagai sekatan bagi melindungi produk tempatan di luar negara. Kini keadaan telah berubah. Kemajuan dalam bidang komputer dan teknologi maklumat menyebabkan industri seni muzik mengalami ledakan. Begitu juga industri perfileman dan penerbitan buku dan majalah. Produk seni dan budaya kini menjadi komoditi penting dalam perdagangan dunia. Pemeraksanaan industri seni dan budaya didokong oleh syarikat konglomerat yang bersifat multinasional. Diperteguh melalui kemajuan industri pengiklanan selain perkembangan teknologi komunikasi tanpa wayar dan sistem penyiaran maklumat jalur lebar yang pantas lagi berskala besar.

Kini para sarjana menganggarkan bahawa, 80 peratus hingga 90 peratus pengeluaran produk rakaman muzik di seluruh dunia, dengan anggaran pendapatan berdasarkan nilai pasaran semasa berjumlah USD40 bilion, hanya disebar oleh sekelompok konglomerat budaya transnasional, melalui pelbagai anak syarikat perusahaannya yang tersebar di seluruh dunia (Throsby, 1998). Dalam industri perfileman pula, sebahagian besar penduduk dunia kini menonton filem yang diterbitkan dan diagihkan oleh syarikat perfileman yang bertapak di Hollywood. Walaupun terdapat sedikit saingan daripada syarikat perfileman Bollywood di India dan syarikat penerbitan filem seperti di Hong Kong dan Jepun, namun penguasaan produk perfileman yang berpusat di Amerika Syarikat itu masih lagi ketara. Manakala pengeluaran dan pemasaran sebahagian besar karya hasil terbitan berupa buku/novel, jurnal, mahupun majalah hiburan yang dibeli oleh orang di seluruh pelusuk dunia ini sebahagian besarnya dikuasai oleh syarikat konglomerat penerbitan dan percetakan bertaraf dunia yang bertapak di United Kingdom dan Amerika Syarikat. Penstrukturan ekonomi dunia menyaksikan pergerakan aktiviti pengeluaran dan pemasaran syarikat multinasional dari Eropah, Jepun dan Amerika Syarikat ke negara-negara membangun khususnya di rantau Asia seperti Korea Selatan, Taiwan, Singapura, China, Malaysia, India, dan Indonesia. Pada mulanya pergerakan itu hanya melibatkan aktiviti pembuatan namun kini aktiviti perkhidmatan, khususnya perkhidmatan pengeluar turut berpindah ke kawasan baru yang menawarkan peluang untuk meraih keuntungan yang lebih lumayan berbanding tapak asal di negara maju. Syarikat transnasional yang bergiat serta menguasai proses pengeluaran dan pendedaran produk seni dan budaya dapat disebutkan nama-namanya seperti AOL/Time Warner, Vivendi-Universal, Sony-BMG, EMI, Disneys, News Corporation, dan Viacom. Syarikat-syarikat tersebut mempunyai jaringan penjualannya sendiri atau berjejaring dengan kedai-kedai lokal, termasuk di Asia Tenggara, melalui pembahagian usaha, kepemilikan silang, rakan kongsi dalam memproduksi atau juga kontrak pra-penjualan. Berdasarkan fakta tersebut, secara substansial hal ini bererti bahawa pengeluaran dan pemerdagangan produk seni dan budaya masih tertumpu secara vertikal dalam cengkaman para konglomerat berskala besar Barat, namun proses globalisasi ekonomi mendorong penyebaran aktiviti tersebut ke negara membangun yang baru seperti Indonesia (Smiers, 2003).

Ada suatu persoalan menarik tentang mengapa syarikat-syarikat transnasional itu merasa perlu untuk menguasai hampir kesemua bidang ekonomi berteraskan seni dan budaya. Sehubungan itu McChesney (1998) mencadangkan bahawa, "*it is when the effect of sheer size, conglomeration, and globalization are combined that a sense of the profit potential emerges. When Disney produces a film,*

for example, it can also guarantee the film showings on pay cable television and commercial network television". Melalui pola kerja demikian terbentuklah kesan ikutan dari segi jualan poster, t-shirt, pin, topi, dan beraneka produk lain yang mempunyai unsur gaya hidup yang telah direka secara konstruktif. Hal ini merupakan strategi pengeluaran dan pemasaran yang baru dalam bidang tersebut.

Pada hari ini, apa yang sedang kita saksikan merupakan penyatuan usaha antara industri hiburan, iklan, dan teknologi maklumat (Barnouw *et al.*, 1997). Siaran radio-telivisyen awam mahupun swasta termasuk yang berbayar, ataupun video yang boleh dimuat turun dari lawan web hiburan, menjadikan siaran atau penayangan berupa hiburan, sebagai saluran pemasaran produk seni dan budaya. Boleh jadi juga ia merupakan pola tawar-menawar dan jual beli antara masa tayangan sesuatu produk seni dan budaya, sama ada dalam bentuk tayangan hiburan atau yang lainnya, dengan penawaran produk komersial lain melalui iklan yang menyandera para penonton dan pada masa yang sama merupakan pengguna tegar. Akhirnya pola-pola aksi tersebut menghasilkan peluasan pasaran dalam kalangan penonton yang menurut Andersen (1995) boleh dijual kepada pengiklan sama ada secara berasingan atau secara kumulatif sebagai pasaran yang disasarkan.

Dalam dunia muzik, sebagai contoh lain, kira-kira pada tahun 1995-1996, majalah Billboard pernah menyanggah bahawa penyusunan semula pemilikan dan model pengeluaran muzik mengancam artis-artis yang baharu muncul melalui pelbagai ragam jenis dan gaya muzik yang dibawa. Bagaimanapun pada praktiknya perubahan dan pergeseran sebenarnya memang berlaku, dan artis atau seniman muzik menjadi korban. Banyaknya hasil jualan dan pengedaran muzik yang dilakukan melalui jalur bebas (*indie*), menyebabkan ramai para konglomerat industri hiburan terjerat oleh hutang. Akibatnya mereka kurang berani berniaga dalam dunia seni muzik. Keadaan ini ditandai dengan tidak beraninya para pelaku industri muzik mengedepankan risiko kreatif dengan memasarkan artis baharu yang belum dikenal. Sebaliknya pasaran industri muzik masa ini dipenuhi dan dikuasai oleh album-album bintang seni yang telah berjaya dan mapan. Pendekatan perniagaan ini dilihat lebih untuk meningkatkan keuntungan jangka pendek syarikat daripada mengembangkan dan memperkenalkan artis baharu (Banks, 1996). Selain itu, strategi yang diambil oleh konglomerat industri muzik melalui cara demikian itu adalah untuk memastikan keselamatan kewangan dan mengelakkan kebangkrutan perniagaan yang mereka jalankan (Brebec & Brebec, 1994). Pada penghujungnya, keputusan-keputusan semacam itu sebenarnya merupakan suatu bentuk penilaian pragmatik ke atas populariti artis melalui pelbagai macam format media yang menyajikan karya muzik, termasuk kaset, CD, VCD atau DVD. Kewujudan undang-undang hak cipta juga boleh menjamin bahawa penyiaran rakaman yang dilakukan media, dimainkan atau diperdengarkan di khalayak awam, serta diedarkan dalam rangka penjualan, mampu menghasilkan pendapatan yang lumayan dan seterusnya dapat meningkatkandaya saing syarikat (Negus, 1999).

Sekali terpilih sebagai artis popular, seseorang artis akan dipromosikan secara sistemik. Para pekerja pengeluaran di pejabat-pejabat cawangan konglomerat muzik tersebut diberi sasaran kerja yang sangat jelas dan terancang. Suatu hal yang kadang-kadang membuat para pengurus dan para pekerjanya kecewa, kerana di satu segi mereka berkerja bertungkus lumus untuk mempromosi pada skala mega dan memajukan produk para artis dan bintang yang berasal dari Eropah atau Amerika, sedangkan di satu segi yang lain mereka lebih berkeinginan untuk bekerja dengan artis-artis dari negeri mereka sendiri (Banks, 1996). Namun, penguasaan konglomerat ke atas industri muzik global mengekang kelangsungan dan populariti artis mahupun kemajuan syarikat kecil tempatan.

Berdasarkan fakta yang telah tersaji di atas, dapat disimpulkan bahawa, aktiviti seni dan budaya membawa keuntungan kewangan yang lumayan. Bagaimanapun keuntungan tersebut tidak secara maksimum melimpah kepada para pekerja seni, lebih-lebih lagi pekerja seni yang baharu menceburkan diri atau beranjak masuk menata kerjaya seni dan budayanya. Motif perniagaan para konglomerat seni dan budaya, seperti yang telah dipaparkan, sudah tentu meningkatkan keuntungan melalui pengumpulan modal daripada setiap aktiviti seni dan budaya yang dikerjakan oleh para pekerja seni dan budaya. Lantas bagaimana kewujudan pekerja seni dan budaya dengan penemuan atau karya-karya baru mereka? Apakah mereka dibiarkan tidak berkembang dan kemudian mati?

Tanggungjawab sosial korporat: peranan filantropis seni dan budaya

Meskipun matlamat utama aktiviti pengeluaran dan pemberdagangan produk termasuk yang berteraskan seni dan budaya, adalah untuk memaksimumkan keuntungan, namun daripada sekian

banyak konglomerat, sudah tentu ada individu atau kelompok pengusaha yang mempunyai nilai sosial dan kemanusiaan yang tinggi. Nilai-nilai tersebut merupakan perwakilan diri secara integratif antara keperluan berkesenian dan berkebudayaan dengan tanggungjawab sosial. Keperluan integratif ini juga berada pada tahap saling memahami dan peduli, melalui kesedaran yang tinggi untuk melaksanakan tanggungjawab sosial. Kepedulian inilah yang perlu dikembangkan untuk menyokong perkembangan seni dan budaya yang dilakukan oleh para pekerjanya. Juga, kepedulian itu dapat diwujudkan melalui kegiatan filantropis.

Tanggungjawab sosial korporat dalam kalangan syarikat multinasional yang bergiat dalam pengeluaran dan pemberdagangan produk seperti petroleum, automotif atau perbankan sudah kerap dan biasa kita dengar. Tanggungjawab sosial tersebut lazimnya disalurkan ke dalam usaha seperti penjagaan alam sekitar, pembiayaan pendidikan golongan miskin, pembinaan perpustakaan awam, ataupun pembiayaan aktiviti sukan. Ada juga yang menyalurkan tanggungjawab tersebut ke dalam usaha perlindungan warisan seperti bahan sejarah dan budaya tradisional masyarakat lokal. Namun, penglibatan syarikat atau industri seni dan budaya yang mempunyai akumulasi kapital yang banyak, dalam menyalurkan tanggungjawab sosial bagi usaha membantu pekerja seni, budaya mahupun perlindungan atau inovasi budaya, belum lagi meluas sehingga cukup ketara.

Di negara maju, penglibatan syarikat multinasional dalam menyalurkan tanggung jawab sosial korporat, misalnya untuk membantu pekerja dan memelihara seni dan budaya lokal, sudah lama diamalkan. United Kingdom, sebagaimana yang ditulis oleh Peacock (2000) kerajaan melalui dasar dan regulasinya mampu memberikan perkhidmatan dan sokongan secara maksimum dan sistematik bagi pembiayaan seni dan kebudayaan. Langkah ini diambil kerana kerajaan mempunyai tanggungjawab mensejahterakan seluruh rakyatnya. Kesejahteraan rakyat itu boleh dicapai melalui pelbagai aktiviti sosial, ekonomi, seni, budaya para warganya. Bagi mereka yang mempunyai kemampuan untuk mengembangkan diri pada bidang seni dan budaya akan disokong secara optimum. Kerajaan Inggeris juga merangsang pihak awam untuk ikut berpartisipasi bagi pembangunan dan pembiayaan seni. Awam di sini merujuk kepada, selain agensi kerajaan yang memungut cukai hiburan dan lainnya, termasuk juga individu dan pengusaha yang meraih keuntungan melalui penglibatan mereka dengan industri media penyiaran. Cukai mahupun pungutan legal daripada warga dan khalayak ramai, kemudian disalurkan oleh suatu badan yang khusus bagi menangani pembangunan seni dan budaya lokal.

Sementara di Singapura pemerintahnya sendiri sudah sangat berani memberi subsidi kesenian. Langkah ini akhirnya dapat merangsang kuat kelahiran para penggiat seni dan kumpulan kreatif melalui, di antaranya, model pendidikan seni bersepadu di sekolah. Keadaan ini terbukti mampu membina kemahiran yang secara khusus berupaya meningkatkan kapasiti sumber manusia, seperti berfikir kreatif dalam menyelesaikan suatu masalah, bersikap tolerans, membina kerjasama dalam suatu pasukan, meningkatkan motivasi diri, dan percaya kepada diri sendiri. Oleh itu, usaha-usaha pengukuhan sektor seni dan budaya melalui kumpulan kreatif (seni budaya, reka bentuk, dan media) di Singapura menjadi salah satu bidang pelaburan yang utama bagi membolehkan negara dan warganya lebih berdaya saing secara global dan pada waktu yang sama mengangkat Singapura sebagai pusat kemajuan budaya yang unggul di rantau Asia.

Strategi filantropi sosial bagi pembangunan seni dan budaya di Indonesia

Berdasarkan pengalaman di luar negara dapat dipelajari beberapa strategi yang sesuai diterapkan bagi membangunkan seni dan budaya di Indonesia. Strategi yang dibincangkan sebagai berikut ini memerlukan penglibatan ramai pihak termasuk kerajaan dan agensinya serta syarikat konglomrat yang mempunyai kepentingan dalam industri seni dan budaya di negara tersebut yang mempunyai kesedaran tanggungjawab sosial yang tinggi, bertindak sebagai dermawan.

Pertama, peranan dan sokongan secara langsung oleh pihak kerajaan Indonesia sangat perlu bagi menjayakan strategi ini. Industri seni dan budaya di negara ini sedang mengalami pertumbuhan melebihi 15 peratus setahun. Pada tahun 2006, industri kreatif sebagai terbitan operasi daripada ekonomi kreatif, telah menyumbang 33.5 peratus kepada Keluaran Dalam Negara Kasar. Angka ini setara dengan USD 77 bilion atau Rp 693 trilion (1 USD bersamaan Rp 9,000). Oleh itu kerajaan sewajarnya bertindak lebih daripada sekadar memberikan apresiasi, sebaliknya membantu sektor

ekonomi kreatif berasaskan seni dan budaya supaya boleh bergerak pantas. Gerakan ini akan secara langsung memberikan kesan positif kepada para pekerja seni dan kerajaan sendiri dengan meningkatnya nisbah pendapatan daripada sektor seni dan budaya. Oleh itu, beberapa perkara yang berkaitan langsung dengan filantropis wajar dikembangkan. Ini termasuklah dengan kerajaan memainkan peranannya sebagai agen sosial, menjadi pengantara antara filantropis dan para pekerja seni dan budaya bagi perolehan pendapatan negara sama ada melalui cukai mahupun bukan cukai, yang kemudian dihipunkan, disalurkan melalui institusi yang tidak bermotifkan keuntungan yang mendampingi para pekerja seni dan budaya sebagai penerima.

Kedua, para pekerja seni dan budaya yang telah berjaya dapat pula berperanan serta aktif untuk berkongsi rangkaian kejayaan dengan para pekerja seni dan budaya yang sedang mengembangkan usaha kreatifnya dalam mencipta karya. Pertimbangan filantropis dari segi rangkaian ini penting kerana ada sebahagian seniman yang telah berjaya lebih senang berkongsi kejayaan dengan memberi bantuan bukan kewangan seperti dalam bentuk nasihat, latihan, khidmat kepakaran dan idea. Bagaimanapun, para seniman berjaya lazimnya lebih memberikan alat sebagai 'kail' bukannya 'ikan' sebagai sumbangan dan penyertaan secara filantropis bagi para pekerja seni yang lain. Banyak juga contoh di mana banyak para seniman yang berjaya menubuhkan yayasan yang dikendalikan tanpa bermotifkan keuntungan untuk membantu pembangunan seni dan budaya lokal.

Kesimpulan

Industri berasaskan seni dan budaya kini kian menjadi tunggangan pelbagai macam bentuk kepentingan, untuk tidak mengatakan politik. Oleh kerana itu, pelbagai bentuk filantropi sosial bagi pembangunan kebudayaan dan kesenian yang perlu diperkasa dan dipertahankan. Usaha ini perlu dimulakan dengan mengenal pasti potensi-potensi filantropis dari sumber-sumber tempatan. Kemudian, untuk mendapatkan konteks yang lebih luas tentang pembangunan rangkaian, usaha ini perlukan kerja sama badan kerajaan, badan bukan kerajaan, para seniman dan para dermawan yang mempunyai rangkaian luas, agar, seni dan budaya dapat mengembangkan dirinya sendiri dan memperoleh faedah dari kegiatan seni dan budaya tersebut.

Rujukan

- Andersen R (1995) *Consumer culture & TV programming*. West View Press, Boulder, CO.
- Banks J (1996) *Monopoly television. MTV's quest to control the music*. Westview Press, Boulder, CO.
- Barnouw E et al. (1997) *Conglomerates and the media*. New Press, New York.
- Baudrillard J (1998) *The consumer culture: Myth and structures*. Sage, London.
- Brebec J, Todd Brebec (1994) *Music, money and success. The insider's guide to the music industry*. Schirmer Books, New York.
- Budiarto CT (2001) *Musik modern dan ideologi pasar*. Tarawang Press, Yogyakarta.
- Becker HS (1982) *Art worlds*. University of California Press, Berkeley.
- Bourdieu P (1996) *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Routledge, London & New York.
- DeNoraT (1995) *Beethoven and the construction of genius. Musical politics in Vienna, 1792-1803*, University of California Press, Berkeley.
- Dunning JH (1993) *Multinational enterprises and the global economy*. Addison Wesley, England.
- GalbraithJK (1998) *The affluent society*. Houghton Mifflin, New York.
- Haryatmoko (2005) Kutukan logika ekonomi: Tak mungkin memberi tanpa mengharap kembali. *Basis* 11-12 (54) November-Desember 2005.
- Levi-StraussC (1967) *Structural anthropology*. Doubleday Anchor Books, New York.
- McChesney, Robert W, Ellen M, John BF (eds) (1998) *Capitalism and the information age. The political economy of the global communication revolution*. Monthly Review Press, New York.
- Morley D, Kuan-Hsing C (eds) (1996) *Stuart hall*. Routledge, London.
- Negus K (1999) *Music genres and corporate culture*. Routledge, London & New York.
- Peacock A (2000) Public financing of the arts in England. *Fiscal Studies* 21 (2), 171-205.

- Smiers J (2003) *Arts under pressure: Promoting cultural diversity in the age of globalization*, Zed Books, London.
- Sudarmaji (1970) *Dasar-dasar kritik seni rupa*. Pemerintah DKI Jakarta, Dinas Museum dan Sejarah, Jakarta.
- Throsby D (1998) *Music, international trade and economic development*. World Culture Report.
- Thurow LC (1980) *The zero-sum society: Distribution and the possibilities for economic change*. Basic Books, New York.
- Tylor EB (1958) *Primitive culture*. Harper Torchbooks, New York.
- Williams R (1983) *Keywords*. Fontana, London.