

Gerakan Intelektual Kolektif Komunitas #Ayokedamraman dalam Pemberdayaan Warga Membangun Pariwisata Alam dan Ekonomi Kreatif

Dharma Setyawan

IAIN Metro

dharmasetyawan405@gmail.com

Abstrak

Munculnya Komunitas #Ayokedamraman di Kota Metro menjadi fenomena menarik. Berawal dari sebuah komunitas anak-anak Muda sekitar Bendung Dam Raman yang sehari-hari beraktifitas sebagai petani, pelajar, kuliah dan buruh. Mereka berkumpul untuk mempercantik Dam Raman dan membangun wisata berbasis Warga. Gerakan Komunitas #Ayokedamraman adalah potret dari soliditas warga membangun intelektual kolektif dengan berbagai pihak. Selain memberikan pengalaman etnografi gerakan komunitas, gerakan #ayokedamraman juga memberi dampak bagi perkembangan wisata warga. Warga yang melihat potensi sebuah bendungan air kemudian menggerakkan warga sekitar untuk mengembangkannya sebagai tempat wisata. Dam Raman yang semula tidak aman dan rawan terjadi tindakan kriminalitas berubah menjadi tempat yang damai ramah dan aman. Soliditas warga pelan namun pasti terbangun dan mereka mulai memikirkan Dam Raman sebagai bagian dari masa depan mereka. Selain di atas, pariwisata juga memberi dampak bagi tumbuhnya ekonomi kreatif, diantaranya kuliner, arsitek, desain, kerajinan, video, foto, dan lainnya. Banyak warga sekitar yang mulai berdagang menyediakan kuliner dengan berbagai macam makanan dan minuman untuk para pengunjung wisata. Selain itu juga memberi pendapatan bagi warga pengelola mulai dari wahana air, tempat selfie, panahan dan outbond. Para Youtuber dan Photography juga banyak yang datang untuk mengabadikan keindahan Dam Raman. Penelitian ini adalah penelitian Etnografi dengan mendayagunakan teori Intelektual Kolektif Bordieu.

Kata kunci: Intelektual Kolektif, Pariwisata, Dam Raman, Pemberdayaan dan Ekonomi Kreatif

Pendahuluan

Dam Raman adalah Bendungan air yang dikelola oleh UPTD Balai PSDA Wilayah II (Seputih-Sekampung) di bawah Dinas Perumahan, Kawasan Pemukiman dan PSDA Provinsi Lampung. Dam Raman dibangun sejak era 60-an dimaksudkan untuk membendung air untuk dialirkan ke persawahan di Raman Utara.

Kecamatan Metro Utara adalah bagian wilayah Kota Metro yang berbatasan dengan Lampung Timur dan Lampung Tengah. Kawasan Dam Raman Kelurahan Purwoasri misalnya, menjadi pintu masuk penduduk daerah lain ke Kota Metro. Kawasan Dam Raman yang masih terlihat asri dan belum banyak rumah penduduk telah lama diketahui warga sebagai daerah rawan tindakan kriminal.

Wilayah Kelurahan Purwoasri juga memiliki tingkat keberagaman dalam kondisi teritorial masyarakat *enklaf* (kantong komunitas warga yang berbeda). Di

Kelurahan Purwoasri secara konteks agama, terdiri dari dua kantong komunitas agama Islam Salafi dan juga penduduk beragama Kristen yang hidup berdampingan. Selain kondisi enklaf tersebut, Pemerintah juga mengabaikan kawasan Dam Raman dalam pembangunan fasilitas pariwisata yang tidak layak. Dari sinilah persoalan dimulai di kawasan Dam Raman yang rawan tindakan kriminalitas.

Munculnya Komunitas #Ayokedamraman di Kota Metro menjadi fenomena menarik. Berawal dari sebuah komunitas anak-anak Muda sekitar Bendung Dam Raman yang sehari-hari beraktifitas sebagai petani, pelajar, kuliah dan buruh. Mereka berkumpul untuk mempercantik Dam Raman dan membangun wisata berbasis Warga.

Penelitian ini mengungkap peran intelektual kolektif dalam teori bourdian dimana Strukturalisme Genetik dalam teori sosial dirumuskan Bourdieu dengan 3 hal yaitu Habitus x Modal + Arena = Praktik. Harapan besar penelitian Penelitian ini berguna bagi perkembangan teori sosial dalam masyarakat post-modern. Komunitas #Ayokedamraman berusaha membangkitkan peran intelektual kolektif warga khususnya warga sekitaran Dam Raman yang terdiri dari tiga wilayah Metro, Lampung Tengah dan Lampung Timur. Meminjam istilah Arnold J. Toynbe yaitu membangun "*creative minority*" usaha komunitas ini membangun tempat wisata dengan pemberdayaan masyarakat kota itu sendiri.

Komunitas ilmiah adalah sebuah institusi atau terdiri dari sekumpulan ilmuwan yang telah memilih paradigma ilmu bersama dan memiliki aturan main tertentu. Paradigma keilmuan ini menjadi suatu kerangka teoritis atau cara memandang dan memahami alam yang telah digunakan oleh sekelompok ilmuwan sebagai pandangan dunia. Komunitas ilmiah juga mempunyai kesamaan bahasa, nilai, asumsi, tujuan, norma, dan kepercayaan.¹

Intelektual, dan masyarakat mengalami pertautan karena didasarkan pada logika politik dan keilmuan pada masa terbentuknya istilah intelektual, yaitu pada kasus Dreyfus di Prancis. Pada masa itu "intelektual" lahir dari kelas-kelas sosial yang melakukan tuntutan terhadap ketidakadilan yang dilakukan negara. Negara, sejak terbentuknya, memiliki karakter khas berupa dominasi. Pada fase negara yang sudah merdeka, dominasi itu berlanjut kepada masyarakat. Kaum intelektual lahir seiring dengan tumbuh dan berkembangnya masyarakat yang meratapi dominasi negara. Kaum intelektual tidak hanya merupakan ilmuwan yang berkuat pada eksperimen dan teori, melainkan suatu bentuk pergerakan yang didasari atas cara berpikir ilmiah dan logika ketidakadilan yang menimpa masyarakat akibat dominasi negara. Namun, tidak

¹ Muh Muslih, *Filsafat Ilmu:ajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*, (Yogyakarta: Belukar,2004), h. 128-129.

jarang, seiring perkembangan zaman dan ekonomi wacana mengenai intelektual bersanding dengan teori Julien Benda mengenai pengkhianatan intelektual.

Kedua, intelektual kolektif adalah penerjemahan pemikiran Bourdieu. Intelektual kolektif lahir dari berbagai macam teori yang Bourdieu kembangkan yaitu habitus, arena, dan modal. Ketiga elemen tersebut menjadi rumusan generatif terbentuknya seorang intelektual, dan menjadi elemen penting 98 memahami "bagaimana cara ilmuwan melawan segala bentuk ketidakadilan,". Tetapi, upaya Bourdieu perihal intelektual kolektif terhalang tembok strata yang dihasilkan oleh komunitas ilmiah. Hal tersebut karena komunitas ilmiah, tanpa disadari membangun struktur-struktur berdasarkan pada aturan yang mereka buat sendiri.

Ketiga, analisis yang dihasilkan dari penelitian ini menemukan bahwa intelektual kolektif Pierre Bourdieu yang bersifat utopis dapat dipahami dengan cara lain, yaitu dengan menyandingkannya dengan kerangka berpikir sosiologi ilmu. Untaian teori yang Bourdieu sajikan dapat diterjemahkan sebagai salah satu pengembangan dari sosiologi ilmu. Hal tersebut mencapai titik temu bahwa intelektual berfungsi sebagai agen ganda, yang berperan dalam masyarakat sekaligus ilmu dan politik, yang posisinya berada di tengah-tengah negara dan masyarakat.

Tantangan kaum intelektual di era globalisasi semakin kompleks. Wacana tentang hegemoni *kapitalisme*² misalnya, semakin mempersulit gerakan sosial dalam melawan tirani korporasi-korporasi besar baik di lapangan politik, ekonomi, media, kebudayaan bahkan pada dunia pendidikan tersendiri. Elit-elit penguasa dan pengusaha semakin kuat menancapkan pengaruhnya sebagai pemilik partai politik, media (televisi, koran, portal online) dan sumber daya alam negara. Konglomerasi media misalnya gencar mempengaruhi publik sesuai kepentingan partai yang dimiliki oleh pemilik media sekaligus. Dari realitas di atas, tercermin seperti yang dikatakan *Altschull's* dalam studi kepemilikan dan pengawasan media, bahwa, "Isi media selalu merefleksikan kepentingan pihak yang membiayai mereka."³

Perguruan tinggi dalam melahirkan kaum intelektual, semakin minim peran akibat tidak berdaya menghadapi system ekonomi politik yang menghilangkan

² Kapital berasal dari kata Latin *caput* yang berarti "kepala". Arti ini menjadi jelas, misalnya dalam istilah "pendapatan per kapita" - pendapatan per kepala. Juga masih konsisten, ketika dipakai untuk, misalnya capital city - kota utama. Apa hubungannya dengan "*capital*" yang lain - yang sering kita terjemahkan sebagai "modal"? Konon kekayaan penduduk Romawi kuno diukur oleh berapa kepala hewan ternak yang ia miliki. Semakin banyak caput-nya, semakin sejahtera. Tidak mengherankan, jika kemudian mereka "mengumpulkan" sebanyak-banyaknya *caput*. Sekarang jelas sudah, mengapa kita menterjemahkan capital sebagai "modal".

³ Mc Quails, Denis, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London: SAGE Publication, 2000), h. 193.

narasi *kolektif* (gotong royong), hal ini yang disebut oleh Pierre Bourdieu⁴ (1930-2002) sebagai praktik reproduksi kesenjangan sosial.

Dalam ilmu sosial terutama filsafat dan sosiologi, sering terjadi oposisi diantara subjektivisme dan objektivisme yang sering tidak terdamaikan.⁵ Dikotomi antara subjektivisme dan objektivisme tersebut meskipun terlihat bertentangan, namun pendekatan kedua perspektif ini diperlukan untuk menemukan hubungan saling mempengaruhi atau dialektika diantara keduanya. Keduanya saling terkait dan saling mempengaruhi dalam satu proses kompleks untuk menghasilkan praktik sosial.⁶ Praktik sosial tidak hanya meletakkan subjek pada peran utama pembentukan dunia, melainkan juga memperhitungkan konteks ruang dan waktu yang melatarbelakanginya.⁷ Maka untuk dapat mendialektikkan keduanya, Bourdieu merumuskan konsep *habitus*, *arena*, dan *modal*. Ketiga konsep ini berada dalam satu bingkai yang dinamai Bourdieu dengan *strukturalisme genetik*.⁸

Konsep *habitus*, *arena*, dan *modal* ini merupakan rumusan generatif dari teori Bourdieu tentang bagaimana praktik sosial berjalan. *Habitus* merupakan hasil keterampilan yang menjadi tindakan praktis (tidak selalu disadari) yang diterjemahkan menjadi kemampuan yang terlihat alamiah. Sebagai hasil dari ketrampilan individu yang menubuh, *habitus* tidaklah seragam karena ia beroperasi dalam suatu ruang sosial atau arena tertentu yang kemudian

⁴ Pierre Bourdieu, lahir pada tahun 1930 di Denguin, Pyrenia Atlantik (Prancis). Pada tahun 1955 Bourdieu diangkat menjadi pengajar di lycee di Maulins, satu sekolah di tingkat provinsi, kemudian dipanggil mengikuti wajib militer pada tahun 1956 dan menghabiskan waktu dua tahun di Aljazair dengan Angkatan Barsejata Prancis. Kembali ke Prancis pada tahun 1960 dan bekerja selama satu tahun sebagai asisten di Universitas Paris. Ia mengikuti kuliah antropolog Levi-Strauss di College de France dan bekerja sebagai asisten sosiolog Raymond Aron. Tahun 1962, Bourdieu menikah dan kemudian dikarunai tiga orang anak laki-laki. Ia berpindah-pinadah mengajar di fakultas Sastra di Alger 1958-1960, di Lille 1961-1964, dan sejak tahun 1964 di Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS).

Bourdieu menjadi tokoh utama dalam lingkungan intelektual Paris, Prancis, dan dunia. Karyanya mempengaruhi sejumlah bidang berbeda, termasuk pendidikan, antropologi dan sosiologi. Pada tahun 1968 Center de Sociologie Europeene didirikan, dan Bourdieu menjadi direktur sampai ia wafat. Ia pun menjadi direktur pada majalah Actes de la Recherche en Sciences Sociales (ARSS) yang didirikannya pada tahun 1975. Pada tahun 1981, ketika Raymond Aron meninggal dunia, Bourdieu dipercayakan untuk menduduki jabatan prestisius jurusan sosiologi College de France, pada periode ini pula didaulat menjadi pakar sosiologi. Tahun 1993, pusat penelitiannya menerima medali emas dari CNRS (Pusat Riset Ilmiah Nasional). Pierre Bourdieu meninggal pada tanggal 23 Januari 2002.

⁵ Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice*, (Stanford: Stanford University Press, 1992), h. 25.

⁶ Bagus Takwin, *Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal-Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Masyarakat, dalam: Harker dkk (ed), (Habitus x Modal) + Ranah = Praktik*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), h. xvii.

⁷ Suma Riella Rusdiarti, *Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan*, dalam (Basis No. 11-12, Th. 52, November-Desember 2003), h. 33

⁸ Pierre Bourdieu, *Arena Produksi Kultural*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), h. xiii.

mempengaruhi rutinitas tindakannya.⁹ Arena merupakan ruang yang terstruktur dengan aturan keberfungsian yang khas namun tidak secara kaku terpisah dari arena-arena lainnya dalam sebuah dunia sosial. Arena membentuk habitus yang sesuai dengan struktur dan cara kerjanya, namun habitus juga membentuk dan mengubah arena sesuai dengan strukturnya. Otonomisasi relatif arena ini mensyaratkan agen yang menempati berbagai posisi yang tersedia dalam arena apapun, terlibat dalam usaha perjuangan memperebutkan sumber daya atau modal yang diperlukan guna memperoleh akses terhadap kekuasaan dan memperoleh posisinya dalam arena tersebut.¹⁰

Dalam arena sosial dunia pendidikan dan secara khusus dalam arena sekolah, habitus yang diperlukan tidaklah sama dengan habitus di arena lainnya, artinya institusi pendidikan mensyaratkan habitus peserta didik yang sesuai dengan habitus yang terdapat dalam arena sekolah. Padahal peserta didik berasal dari latarbelakang arena sosial yang berbeda-beda dan dengan demikian memiliki modal yang tidaklah seragam ketika memasuki arena sosial sekolah. Dalam rangka inilah institusi pendidikan melakukan praktik reproduksi kesenjangan sosial.¹¹

Fakta yang terjadi, demokrasi liberal, neoliberalisme ekonomi, budaya asing yang masuk menjajah ke dalam negeri, mencerminkan propaganda imperialisme masih terjadi dengan cara yang lebih canggih. Intelektual yang dilahirkan Perguruan Tinggi pun akhirnya semakin tidak berdaya melawan arogansi kekuasaan di lapangan politik, ekonomi, sosial, ekonomi dan budaya.

Sejalan dengan itu, liberalisasi ilmu pengetahuan masif terjadi dan memiliki ciri: *Pertama*, munculnya paham positivisme sekuler terhadap pengetahuan ilmiah, aktivitas teknologi, peradaban material, hukum, dan etika pragmatik individu. *Kedua*, Ilmu pengetahuan ilmiah dibagi ke dalam disiplin ilmu yang spesialis, mendalam, teknis dan terpisah. *Ketiga*, ilmu pengetahuan, poritif mendeskreditkan atau mengeliminasi fungsi agama-agama dalam masyarakat ilmiah.¹²

Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif (EK) menurut Diktum Pertama Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah, "Kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk

⁹ Haryatmoko, *Sekolah, Alat Reproduksi Kesenjangan Sosial*, dalam (Basis, No. 07-08, Tahun ke-57,2008), h. 16

¹⁰ Arizal Mutahir, *Intelektual Kolektif Pierre Bourdieu*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011), h. 67.

¹¹ Haryatmoko, " *Sekolah, Alat Reproduksi Kesenjangan Sosial*", h. 14-15

¹² Azim Nanji, *Peta Studi Islam: orientalisme dan arah baru kajian Islam barat*, Cetakan I, (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2003), h 360-361

menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Ekonomi Kreatif menurut laporan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) yang berjudul *Creative Economy Report 2008* yaitu;

“Creative industries can be defined as the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs. They comprise a set of knowledge-based activities that produce tangible goods and intangible intellectual of artistic services with creative content, economic value and market objectives”.¹³

Sedangkan UNESCO menggunakan istilah Ekonomi Kreatif dan mendefinisikan sebagai, *“...those industries that combine the creation, production, commercialization of contents which are intangible and cultural in nature. These contents are typically protected by copyright and they can take the form of goods and services”*.¹⁴

Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Inpres Nomor 6 Tahun 2009 lebih rinci bidang-bidang yang termasuk dalam ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia adalah sebagai berikut: Periklanan (*advertising*); Arsitektur; Pasar Barang Seni; Kerajinan (*craft*); Desain; Fesyen (*fashion*); Video, Film dan Fotografi; Permainan Interaktif (*game*); Musik; Seni Pertunjukan (*showbiz*); Penerbitan dan Percetakan; Layanan Komputer dan Perangkat Lunak (*software*); Televisi & Radio (*broadcasting*); dan Riset dan Pengembangan (R&D).¹⁵

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian Etnografi dengan mendayagunakan teori Intelektual Kolektif Bordieu. Penulis ikut dalam gerakan social pemberdayaan pariwisata #ayokedamraman. Sumber lain penulis menganalisis dari jurnal, makalah dan berita media. Penulis juga melakukan pendekatan terhadap komunitas-komunitas yang memiliki potensi dalam gerakan intelektual kolektif pariwisata warga #ayokedamraman. Data selanjutnya dianalisis secara induksi-konseptualisasi yang bertolak dari sumber-sumber yang tersedia.

Pembahasan

Metro adalah sebuah kota kecil¹⁶ yang terletak 46 kilometer dari Bandar Lampung, Ibu Kota Provinsi Lampung. Luas wilayah Kota Metro hanya 0,2%

¹³ UNCTAD, *Creative Economy Report 2008*, (Geneva: UNCTAD, 2008), h.15.

¹⁴ Throsby, D, *The Economics of Cultural Policy*, (Cambridge: University Press, 2010), h. 89.

¹⁵ Faisal Afiff, *“Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif”*, Makalah Rangkaian Kolom Kluster I, BINUS University Jakarta 11 April 2012, h. 5

¹⁶ Sejarah Kota Metro terbentuk dari hasil pemekaran Wilayah Lampung Tengah berdasarkan Undang-Undang No.12 Th.1999 tentang Pembentukan Kabupaten Dati II Way Kanan. Sebelum menjadi Wilayah Otonomi, Kota Metro merupakan Kota Administratif dengan dua Kecamatan. Kota Metro terbagi atas 5 kecamatan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, wilayah administrasi pemerintahan Kota Metro dimekarkan menjadi 5 kecamatan yang meliputi 22 kelurahan.

dari total wilayah Propinsi Lampung. Sejarah panjang Kota Metro telah mengantarkan wilayah yang dulunya bedeng bermetamorfosis menjadi sebuah kota yang sebenarnya. Kota Metro sebagai daerah otonom berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1999 yang diundangkan tanggal 20 April 1999 dan diresmikan pada tanggal 27 April 1999 di Jakarta.

Kota Metro kini Sebuah wilayah dengan pusat konsentrasi penduduk dengan segala aspek kehidupannya mulai dari bidang pemerintahan, sosial politik, ekonomi dan budaya. Ciri yang sangat menonjol dari sebuah kota adalah fisik wilayah yang telah terbangun, tersedianya fasilitas sosial dan *public utilities*, serta mobilitas penduduk yang tinggi. Sampai 2010, jumlah penduduk Kota Metro telah mencapai 152.340 jiwa, terdiri dari 77.700 laki-laki dan 74.640 perempuan. Rata-rata kepadatan penduduk sebesar 2.216 jiwa per kilometer persegi. Kota Metro juga pernah masuk dalam nominasi 10 terbaik nasional sebagai kota hijau terbaik di Lampung dan se-Sumatera. Kota Metro mampu melampaui 112 kabupaten/kota lainnya di Indonesia, termasuk Bandar Lampung, Way Kanan, dan Lampung Barat.¹⁷

Komunitas #Ayokedamraman adalah komunitas yang dibentuk untuk mengembangkan Dam Raman menjadi tempat wisata bagi warga. Gerakan #Ayokedamraman adalah gerakan yang diinisiasi warga, mereka adalah warga sekitar dibantu beberapa mahasiswa dan dosen di Kota Metro. Disamping sebagai bentuk gerakan pariwisata warga, gerakan ini adalah respon atas kejenuhan dengan model pembangunan yang selalu terpusat, berada di tengah-tengah kota. Bermodal semangat dan prinsip *your city your responsibility*, kotamu adalah tanggungjawabmu, mereka bergerak. Tak menunggu bulan berbilang dua, wahana bermain segera dibangun meski tak permanen, 1 unit flying fox, 4 buah perahu karet, dan olahraga panahan pun telah tersedia. Cepat tak terlalu banyak teori.¹⁸

Mereka gotong royong untuk membeli dan mengadakan seluruh perlengkapan tersebut. Apa yang mereka kerjakan ini, seolah menegaskan kalimat, jika ada kemauan maka akan ada seribu satu jalan, sebaliknya jika sudah tak ada kemauan, maka seribu satu alasan akan dibuat. Bukan hanya menyediakan sarana bermain, mereka juga segera bergerak cepat memikirkan pengadaan toilet dan musholla, sebagai salah satu kebutuhan dasar pengunjung, kampanye untuk mengajak urunan pun kembali digencarka.

“Kampanye #ayokedamraman mendapat sambutan positif dari berbagai kalangan, dari antusiasme warga yang datang, komunitas pemuda Purwoasri juga memberikan support, bahkan siap mendukung

¹⁷ <http://lampost.co/berita/metro-kota-hijau-terbaik-sumatera> diakses 20 Maret 2017

¹⁸ Wawancara dengan Rahmatul Ummah, Relawan #ayokedamraman aktif di laman <http://www.omah1001.net>

dan bekerjasama dengan pegiat gerakan #ayokedamraman, bahkan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata dan Asisten II Kota Metro menyempatkan diri hadir, berbincang dengan pengunjung dan anak-anak muda yang mengelola wahana bermain di Dam Raman tersebut.”¹⁹

Komunitas #ayokedamraman memulai dengan membuat fanpage Facebook dan Instagram. Komunitas #ayokedamraman terus melakukan kerja-kerja kreatif. Komunitas #ayokedamraman dengan segala keterbatasannya bersinergi dengan berbagai elemen. Bertemu dengan komunitas #metrobergeliat membuat mereka cepat dikenal di lini media sosial, setidaknya di kota Metro. Banyak yang komentar positif terkait kampanye kami di media sosial. Gerakan #metrobergeliat sangat kompeten dalam mengajak publik untuk mulai mengupload kenangan mereka tentang Dam Raman.

Kemudian mereka dibantu Mahasiswa IAIN Metro yaitu mengajak mahasiswa IAIN Metro untuk kampanye lewat video berdurasi 30 detik-1 menit, berisi ajakan ayo ke Dam Raman. Kemudian mereka mengusahakan Dam Raman dengan Wahana Outbond, Flying Fox, dan olahraga Panahan. Selain itu berkampanye dengan berjualan kaos #ayokedamraman. Sampai hari ini sudah banyak yang membeli dan 100% keuntungan untuk gerakan ini. Komunitas #ayokedamraman gotongroyong membeli perahu karet total harga 2,4 juta lewat Bukalapak. Dalam membangun website www.ayokedamraman.com mereka dibantu Lukman Hakim dan Nasruddin. Mereka adalah mahasiswa dan dosen yang mengelola halaman metrouniv.ac.id situs website IAIN Metro.

Membuat Mushola

Setelah kampanye #ayokedamraman, banyak hal lain yang harus dilakukan. Komunitas sudah bertemu dengan Paguyuban Purwoasri Bersatu membahas terkait keamanan yang ada di tempat wisata. Misal tempat parkir dan tanggungjawab terhadap kendaraan pengunjung dengan model satu pintu. Minggu 10 September 2017 pengunjung banyak yang antusias ke Dam Raman. Mereka berduyun-duyun membawa keluarga dan kawan untuk menikmati keindahan Dan Raman. Walaupun masih kurang sana-sini, komunitas telah berusaha mengupayakan ada 3 permainan, yaitu Perahu Karet, Flying Fox dan Panahan. Kami harus terus berbenah meskipun penuh keterbatasan.

Selanjutnya komunitas #ayokedamraman dan Paguyuban Purwoasri Bersatu bergotong royong membangun musola serta toilet untuk menambah kenyamanan para pengunjung.

“Kami akan bergotong-royong untuk membangun fasilitas ini. Kami percaya kebaikan itu menular, dan itu sudah terlihat banyak kalangan

¹⁹ Ibid.,

membantu upaya baik ini. Bahwa warga yang peduli terhadap wisata berbasis warga sangatlah banyak. Bahkan orang-orang Metro yang kini tinggal di luar Metro seperti Dosen UGM Dr. Akhmad Akbar Susanto pun tergerak mengirimkan sumbangannya untuk Musola. Kawan-kawan dosen di IAIN Metro pun demikian, bahkan mahasiswa juga ikut menyumbang seikhlasnya. Warek III IAIN Metro Dr. Ida Umami bahkan menyumbang biaya keramik musola. Kami terus berkampanye agar kelak Dam Raman, pelan namun pasti menjadi wisata keluarga."²⁰

Gerakan musola yang sudah dimulai 5 hari sampai hari ini sudah berhasil mengumpulkan 12 juta, belum terhitung mereka menyumbangkan material. Akhirnya terkumpul total Rp 22.285.300. Demi memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengunjung, kini di Dam Raman dibangunlah toilet umum dan mushola. Toilet yang berjumlah 4 lokal (plong), serta mushola yang berukuran 4X4 M dengan teras yang memiliki lebar 2M tersebut siap memenuhi kebutuhan dan kenyamanan setiap pengunjung yang datang. Lokasi yang kini dipergunakan sebagai toilet dan mushola Dam Raman merupakan lahan/tanah milik bapak Budiono, warga asal Pekalongan kabupaten Lampung Timur. Gerakan pembangunan mushola dan toilet Dam Raman adalah semangat gotong royong warga yang solid.

Ekonomi Kreatif Pariwisata Dam Raman

Ekonomi kreatif yang tumbuh di Dam Raman juga menguntungkan warga sekitar. Pertama Kuliner, semenjak kampanye gerakan #Ayokedamraman dimulai warga mulai menyadari peluang usaha yang dapat diusahakan di Dam Raman. Usaha warga untuk berjualan pada akhirnya menimbulkan bisnis kuliner yang cukup menjanjikan. Warga kemudian di koordinir oleh komunitas membuat warung tenda yang menyediakan makanan untuk para pengunjung. Kuliner ini menyediakan berbagai macam makanan mulai dari Soto, Nasi ayam, Nasi Ikan, Pecel Lele, Sate dan lainnya. Selain itu juga para pedagang menyediakan minuman mulai dari sup buah, es teh, kopi, dugan dan lainnya.

Kedua arsitek lokal, selain kuliner pariwisata Dam Raman juga memberi keuntungan bagi arsitek lokal. Olahan rumah-rumah dari Bambu, Rumah Pohon, Selfie perahu pada akhirnya memberi sumbangsih pada pengembangan arsitek lokal.

Ketiga desain wahana selfie, tempat-tempat selfie menjadi penting Karena ini memberi kenyamanan bagi para pengunjung untuk menikmati alam. Diantara para pemuda kreatif ini dapat membuat wahana selfie yang juga menghasilkan pendapatan bagi mereka yang akan foto di depan wahana.

²⁰ Wawancara ke Dwi Nugroho Penggerak Mushola di Wisata #Ayokedamraman 1 Desember 2017

Gambar: 1 Tempat selfie



Dokumentasi: Lukman Hakim (2017)

Keempat kerajinan, pelukis juga mendapat keuntungan, membuat kerajinan dari lukisan dari para pengunjung. Karya kerajinan juga banyak dijual sebagai merchandise buah tangan.

Kelima video, Kreatifitas video juga menumbuhkan para *youtuber* untuk mengabadikan moment-moment menarik di Dam Raman. Mereka meraup dolar dari video yang mereka buat dari tempat-tempat indah di pariwisata Dam Raman.

Keenam Photography, Ekonomi kreatif ini mendorong para pencinta Photography untuk hunting tempat-tempat indah. Bahkan mereka mengajak para model untuk datang di Dam Raman. Selain itu ada juga yang menggunakan Dam Raman sebagai tempat *prewedding*.

Selain ekonomi kreatif di atas, warga juga melakukan solidaritas membeli bebek bersama untuk kepentingan anggota komunitas. Bebek didatangkan dari Tangerang untuk melayani para pengunjung.

Gambar 2: Wahana Bebek Air



Dokumentasi: Instagram #Ayokedamraman (2017)

Video Kampanye

Film Dam Raman bercerita tentang perjalanan Dam Raman dari sekadar bendungan yang dulu penuh dengan cerita 'mistis' begal, tempat mesum, dan segudang citra buruk sampai kini menjadi tempat wisata warga yang damai, murah dan aman—itu harapannya. Pada tanggal 9 September 2017, Tim *Cangkir Digital Creative* (CDC) berkunjung ke Dam Raman untuk swafoto (baca: *selfie*), berburu foto dengan spot terbaik, kala itu Dam Raman belum ramai. Hanya ada beberapa pemuda yang *nyore*, sederet pemancing di sebelah selatan Dam Raman yang asik menunggu kail mereka disantap ikan, dan hanya ada satu pedagang sore itu.

Gambar 3: Kunjungan Awal Tim CDC ke Dam Raman



Dokumentasi: Lukman Hakim (2017)

“Film ini bercerita tentang awal obrolan gerakan #ayokedamraman. Seperti air yang mengalir atau angin yang melambungkan layang-layang ke angkasa (analogi jurus cocokologi), kami segera saja membuat *instagram*, laman web, dan halaman *facebook* #ayokedamraman. Saya yang aslinya awam tentang *website* segera diminta kak Dharma Setyawan membuat laman web ayokedamraman.com. Tanpa berfikir panjang, saya segera membuatnya karena sebelumnya saya pernah membuat website waroengbatja.id dan mengelolanya sampai sekarang.”²¹

Mula-mula laman ayokedamraman.com hanya berisi foto-foto kunjungan awal ke #ayokedamraman, kemudian tim CDC menginisiasi untuk membuat sayembara menulis tentang Dam Raman yang berhadiah kaos eksklusif nuwobalak.id. Memang lomba menulis ini adalah dedikasi pengelola laman web nuwobalak.id untuk mendukung kemajuan wisata warga #ayokedamraman,

²¹ Wawancara dengan Lukman Hakim Pengelola website www.ayokedamraman.com 2 Desember 2017

tema besar lomba ini adalah “dari Nuwobalak.id untuk Dam Raman”. Tomi Nurrohman lelaki imut berkacamata, yang merupakan pengelola nuwobalak.id segera saja membuat aturan main lomba tersebut, eksekusi cepat, bergerak dan terus berdetak memompa darah semangat ke seluruh tubuh.

Gambar 4: Suasana Pengambilan Gambar Film Dam Raman



Dokumentasi: Lukman Hakim (2017)

“Kampanye #ayokedamraman tidak hanya dilakukan lewat laman web ayokedamraman.com dan *instagram* @ayokedamraman, kami melebarkan sayap, berkampanye dengan video pendek. Penanggungjawab pembuatan video pendek kampanye #ayokedamraman adalah Julianto Nugroho dan Faqih Fadul. Selain diunggah di saluran mbah *youtube* Ayo ke Dam Raman, Muhammad Ridho mengunggah video pendek tersebut ke akun *instagram* @ayokedamraman.”²²

Kesimpulan

Gerakan Komunitas #Ayokedamraman adalah potret dari soliditas warga membangun intelektual kolektif dengan berbagai pihak. Selain memberikan pengalaman etnografi gerakan komunitas, gerakan #ayokedamraman juga memberi dampak bagi perkembangan wisata warga. Warga yang melihat potensi sebuah bendungan air kemudian menggerakkan warga sekitar untuk mengembangkannya sebagai tempat wisata. Dam Raman yang semula tidak aman dan rawan terjadi tindakan kriminalitas berubah menjadi tempat yang damai ramah dan aman. Soliditas warga pelan namun pasti terbangun dan mereka mulai memikirkan Dam Raman sebagai bagian dari masa depan mereka. Selain di atas, pariwisata juga memberi dampak bagi tumbuhnya ekonomi kreatif, diantaranya kuliner, arsitek, desain, kerajinan, video, foto, dan lainnya. Banyak warga sekitar yang mulai berdagang menyediakan kuliner dengan berbagai macam makanan dan minuman untuk para pengunjung wisata. Selain itu juga memberi pendapatan bagi warga pengelola mulai dari wahana air, tempat selfie, panahan dan outbond. Para Youtuber dan Photography juga banyak yang datang untuk mengabadikan keindahan Dam Raman.

²² Wawancara Lukman Hakim Admin www.ayokedamraman.com 3 Desember 2017

Referensi

- Afiff, Faisal, *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*, Makalah Rangkaian Kolom Kluster I, BINUS University Jakarta. 2012.
- Ali, M. Sayuthi, *Metodologi Penelitian Agama; Pendekatan Teori dan Praktek*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Bourdieu, Pierre, *Arena Produksi Kultural*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010.
- Bourdieu, Pierre, *The Logic of Practice*, Stanford: Stanford University Press, 1992.
- Chamhuri Siwar and Rabiul Islam (2012) Concepts, Approach and Indicators for Sustainable Regional Development. *Advances in Environmental Biology*, 6(3): 967-980,
- Dhakidae, Daniel, *Cendekiawan dan Kekuasaan dalam Negara Orde Baru*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2003.
- Haryatmoko, *Sekolah, Alat Reproduksi Kesenjangan Sosial*, dalam *Majalah Basis*, No. 07-08, Tahun ke-57, 2008.
- Hatta, Mohammad, *Tanggungjawab Moral Kaum Intelegensia*, dalam Mahasin, Aswab & Ismed Natsir (eds.), 1984, *Cendekiawan dan Politik*, LP3ES, Jakarta, 1953.
- Heribertus Sutopo, *Pengantar Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar Teoritis dan Praktis*, (Surakarta: Puslit UMS, 1988)
- Kautsar R, Maulana, *Peran Intelektual Di Tengah Hubungan Negara Dan Masyarakat Dalam Pandangan Pierre Bourdieu: Suatu Telaah Sosiologi Ilmu*, Skripsi Penerbit, Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada, 2013.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Karya, 1989.
- M. Sayuthi Ali, *Metodologi Penelitian Agama; Pendekatan Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002).
- Mc Quails, Denis, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London: SAGE Publication, 2000)
- Moersidik, (2012). *Pembangunan Kota Hijau Berkelanjutan (Green City)*. Kick Off P2KH Wilayah Timur Direktorat Jenderal Penataan Ruang Kementerian Pekerjaan Umum.
- Muslih, Muh, *Filsafat Ilmu: Kajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*, Belukar, Yogyakarta. 2004,
- Mutahir, Arizal, *Intelektual Kolektif Pierre Bourdieu*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- Nanji, Azim, *Peta Studi Islam: orientalisme dan arah baru kajian Islam barat*, Cetakan I, Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2003.
- Richard Register. (1987). *Ecocity Berkeley: Building Cities for Healthy Future*, www.ecocitybuilders.org/richard-register.
- Rusdiarti, Suma Riella, "Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan", dalam *Basis* No. 11-12, Th.52, November-Desember, 2003.
- Suma Riella Rusdiarti, *Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan*, dalam (*Basis* No. 11-12, Th. 52, November-Desember 2003), h. 33
- Takwin, Bagus, *Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal-Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Masyarakat*, dalam: Harker dkk (ed), (*Habitus x Modal*) + Ranah = Praktik, Yogyakarta: Jalasutra, 2005.

Throsby, D, *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press, 2010.
UNCTAD. *Creative Economy Report 2008*. Geneva: UNCTAD, 2008.

Internet

<http://lampost.co/berita/metro-kota-hijau-terbaik-sumatera->
<http://lampost.co/berita/metro-kota-hijau-terbaik-sumatera-> diakses 20 Maret
2017
<http://lampost.co/berita/metro-kota-hijau-terbaik-sumatera-> diakses 20 Maret
2017
<http://metro.go.id/>

Wawancara

Wawancara dengan Lukman Hakim Pengelola website
www.ayokedamraman.com 2 Desember 2017
Wawancara dengan Rahmatul Ummah, Relawan #ayokedamraman aktif di
laman /<http://www.omah1001.net>
Wawancara ke Dwi Nugroho Penggerak Mushola di Wisata #Ayokedamraman 1
Desember 2017
Wawancara Lukman Hakim Admin www.ayokedamraman.com 3 Desember
2017