

## PENINGKATAN DAYA SAING LOKANANTA SEBAGAI DESTINASI WISATA SEJARAH DI SURAKARTA

Tiwuk Kusuma Hastuti<sup>1</sup>, Umi Yuliati<sup>2</sup>, Yusana Sasanti Dadtun<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret

<sup>3</sup> Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret

tiwuksejarah@gmail.com, fahana2008@gmail.com, sasantidadtun\_yusana@staff.uns.ac.id

### Abstrak

Kegiatan pengabdian dengan tema Peningkatan daya Saing Lokananta sebagai Destinasi Wisata Sejarah dilakukan di Lokananta. Lokananta merupakan satu-satunya perusahaan rekaman musik milik Pemerintah Indonesia yang didirikan di Kota Surakarta pada tahun 1956. Berbagai potensi yang dimiliki Lokananta seperti bangunan fisik, berbagai macam koleksi peralatan musik dan kaset audio, duplikasi piringan hitam, dan koleksi film, menjadikan Lokananta berpeluang untuk dapat dikembangkan menjadi salah satu tujuan wisata sejarah di Kota Surakarta dengan mengusung konsep yang lebih modern.

Tujuan dari pengabdian ini adalah mengoptimalkan potensi Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah, melalui manajemen atraksi wisata dan SDM dengan melakukan diskusi sapta pesona, pelatihan guiding dan psikologi pelayanan, penataan lokasi, penambahan atraksi baru, dan membantu dalam pemasaran

Pengabdian ini menggunakan metode observasi, diskusi, pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan secara langsung. Observasi dilakukan untuk mendata permasalahan yang ada di UKM dan setelah itu didiskusikan dengan pihak UKM. Sementara pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan secara langsung dilakukan dalam proses manajemen atraksi wisata dan SDM. Hasil kegiatan pendampingan ini adalah SDM yang mumpuni dalam bidang pariwisata, atraksi wisata yang lebih tertata, peningkatan kemandirian Perum Percetakan Lokananta dan kerjasama Lokananta dengan ASITA.

**Kata Kunci** : wisata sejarah, Lokananta, manajemen atraksi dan sumber daya manusia, Surakarta

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Kota Surakarta merupakan salah satu ikon budaya di Jawa Tengah yang menyimpan banyak kenangan tentang bukti-bukti kebudayaan zaman dahulu yang menjadi bagian prioritas pengembangan pariwisata. Daya tarik wisata budaya berupa Keraton Kasunanan Surakarta

Hadiningrat dan Istana Mangkunegaran, Taman Sriwedari, Museum Radya Pustaka, Pasar Antik Triwindu, Monumen Pers, Museum Keris, Museum Batik Danar Hadi dan Kampung Batik Laweyan

Kota Surakarta menggunakan *branding* “Solo The Spirit of Java” sebagai upaya merevitalisasi pada nilai-nilai, filosofi atau pandangan hidup sebagai upaya melakukan pencitraan dengan

memberi penguatan pada simbol atau penanda tertentu. Dinama simbol dan penanda (*sign*) disadari sangat penting dalam menentukan sebuah tempat sebagai destinasi wisata karena simbol ini terkait dengan citra sebuah tempat di benak para wisatawan. (Pitana dan Gayatri, 2005: 48 juga Siswanto, 2007: 155-173)

Salah satu simbol dan *sign* kekayaan budaya Kota Surakarta adalah keberadaan perusahaan rekaman musik yang bernama Lokananta. Sehingga, Lokananta ditetapkan sebagai Bangunan Cagar Budaya Surakarta Berdasarkan Penetapan Pemerintah Kota Surakarta Melalui Keputusan Kepala Dinas Tata Ruang Kota No. 646/40/I/2014 tentang Penetapan bangunan yang dianggap telah memenuhi kriteria sebagai cagar budaya sesuai UU RI No. 11/2010 tentang Cagar Budaya

## 2. Kondisi Mitra

Kegiatan pengabdian ini akan fokus pada optimalisasi potensi Lokananta melalui pengembangan atraksi wisata dan SDM sebagai upaya untuk melestarikan cagar budaya di Surakarta. Mitra dari pengabdian ini adalah Perum Percetakan Negara RI Lokananta Surakarta. Sebagai perusahaan rekaman musik (label) pertama di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1956, Lokananta mempunyai tugas besar untuk melakukan produksi, duplikasi piringan hitam dan kemudian *cassette audio*. Bahkan sejak tahun 1983 Lokananta juga mempunyai unit produksi pengadaan film dalam format pita magnetik *Betamax* (<https://www.wikipedia.org> diakses pada tanggal 2 februari 2019).

Jarak Universitas Sebelas Maret menuju Lokananta kurang lebih 7 km dan berada di pinggir jalan raya tepatnya jalur Solo-Yogya-Semarang atau jalur strategis destinasi wisata di Kota Surakarta, seperti Stadion Manahan, Pusat Perbelanjaan Solo Square, Kawasan Perhotelan, Kawasan Sungai Tirtanadi, Balai Kambang, dsb.

Kondisi saat ini, Lokananta tetap beroperasi sebagai layanan jasa Multimedia, Recording, Duplicating, Printing, Publishing, dan Broadcasting di bawah pimpinan bapak H. Pendi Heryadi, S.E. Jumlah karyawan yang bertugas ada 50 orang dengan berbagai tugas sesuai dengan layanan yang ditawarkan. Pada tahun 2014, unit usaha Lokananta bertambah di bidang security printing, sebagai pelaksana setting TBN dan sales representative dari

Perum Percetakan Negara RI di area Jateng. Pada saat itu, Lokananta di bawah pimpinan Bapak Miftahuddin, S.Sn menggagas tentang sosialisasi Lokananta sebagai warisan sejarah kepada masyarakat melalui pembuatan paket wisata. Akan tetapi masih mengalami banyak kendala terutama kekurangan SDM, pendanaan dan juga kerjasama. Beberapa langkah promosi telah ditempuh, baik secara manual maupun melalui online akan tetapi hasilnya kurang bisa dilihat.

Pada tahun 2016, kerjasama pengembangan destinasi wisata mulai dijalin dengan beberapa pihak salah satunya Hotel Sunan Surakarta dengan pembuatan paket wisata “LOKANANTA PACKAGE”. Bentuk kerjasamanya berupa penawaran paket bagi tamu menginap akan ditawarkan paket wisata beraktivitas di Lokananta mulai dari melihat-lihat koleksi sampai membuat rekaman pribadi. Paket tersebut ditawarkan Rp.750.000/pack (sudah termasuk menginap di Hotel Sunan). Meskipun belum banyak wisatawan yang tertarik untuk membeli paket tersebut, akan tetapi keuntungan yang dirasakan dengan adanya kerjasama tersebut jumlah kunjungan ke Lokananta mulai mengalami peningkatan, walaupun belum banyak tetapi rata-rata jumlah kunjungan per hari 4-10 tamu baik rombongan maupun perorangan. Tujuan mereka bervariasi mulai dari hanya sekedar melihat-lihat dan foto-foto, studi banding, mencari data penelitian, atau bahkan melakukan rekaman.

Beberapa event besar yang pernah dilaksanakan di Lokananta antara lain :

- (1) *Record Store Day*, merupakan sebuah acara penjualan kaset dan beberapa barang yang berkaitan dengan musik, piringan hitam yang telah *digitalisasi* berupa CD atau DVD. Kegiatan tersebut dilaksanakan tahun 2015
- (2) *Lokananta Fest*, perayaan hari jadi Lokananta yang dihadiri oleh grub band indie dan bagi yang hadir diperbolehkan merekam lagu mereka. Kegiatan tersebut dilaksanakan tahun 2014
- (3) Lokananta Musik Forum, kegiatan yang dilaksanakan tahun 2014 ini sebagai forum diskusi para pencinta musik se Indonesia
- (4) *Event Live* Konser antara lain *Orthofest*, Band Payung Teduh, *Live Season*, Proklamasi Lokananta yang selenggarakan tahun 2015
- (5) Kegiatan kompetisi musik, antara lain Lomba Keroncong, Lomba *Speling be*

- (6) *Recording* antara lain; lagu Indonesia Raya 3 Stanza, Orkes Tabuhan Nusantara, Produk DVD Murottal dari UMS Surakarta, dan perekaman album lagu Glenn Fredly serta grub band SLANK
- (7) Kunjungan dari Sekolah Musik Yogyakarta, Travel Agent Seluruh Indonesia, Mahasiswa UNY Yogyakarta, SDN 16 Surakarta, dan kunjungan pendidikan yang lain (Fachri Zakaria, 2016)

Gagasan untuk menjadikan Lokananta sebagai Destinasi Wisata Sejarah di Surakarta karena menyadari besarnya potensi yang dimiliki serta adanya sarana prasarana yang mendukung, antara lain:

- (1). Lokananta merupakan label rekaman pertama dan satu-satunya milik negara.
- (2). Gedung dengan arsitektur klasik dan lahan yang sangat luas dengan beberapa bangunan yang sangat potensial untuk dijadikan sarana penunjang tempat tujuan wisata seperti ruang audio visual, spot selfy, kafe dan homestay
- (3). Memiliki enam ruangan koleksi, yaitu Ruang *Mastering*, Ruang Studio *Gamelan*, Ruang Alat Pencetak Piringan Hitam, Ruang Penyimpanan Piringan Hitam, Ruang Penjualan Kaset
- (4). Studio rekaman yang lengkap dengan peralatan klasik (masih sangat terawat) dan menjadi salah satu studio rekaman terbesar di Indonesia (daya tampung 700 orang)
- (5). Koleksi pita kaset (master pita reel) sebanyak 5000 buah dan 30.000 keping piringan hitam yang sudah tertata serta 20.000 keping dalam penyimpanan.
- (6). Menyimpan rekaman penting bersejarah seperti master pita pidato Proklamasi, rekaman resmi lagu Indonesia Raya versi 3 stanza, dan pidato Bung Karno
- (7). Koleksi rekaman lagu tradisional dari berbagai daerah, lagu-lagu populer, rekaman religi, dll.
- (8). Memiliki lebih dari 20 koleksi gramofon
- (9). berada di jalur Solo-Yogya-Semarang atau jalur strategis destinasi wisata di Kota Surakarta. Satu jalur dengan Stadion Manahan, Pusat Perbelanjaan Solo Square, Kawasan Perhotelan, Kawasan Sungai Tirtonadi, Balai Kambang, dsb.

- (10). Terdapat ruang show room yang menjual aneka souvenir Lokananta, seperti kaos, tas, buku, dan kaset.

Bagi tamu yang berkunjung maka akan diterima oleh penjaga showroom karena letaknya berada paling depan dekat lobby. Berkunjung ke Lokananta juga tidak dipungut biaya kecuali akan melakukan aktifitas rekaman atau membeli produk. Aktifitas yang bisa dilakukan pengunjung adalah mengunjungi enam ruang koleksi dan melakukan perekaman di studio utama.

Di sekitar area Lokananta terdapat *speaker* yang digunakan untuk menyajikan musik-musik yang diproduksi oleh Studio Rekaman Lokananta, hal ini untuk menciptakan suasana nyaman dan menyatu dengan suasana di Lokananta.

**Modal** bagi pengembangan sebuah destinasi wisata dapat berupa modal sosial berupa dukungan secara kelembagaan, dalam hal ini Perum Percetakan Negara RI dan Pemkot Surakarta. Selain itu membutuhkan dukungan finansial untuk pengembangan dari Pemerintah

**Sumber Daya Manusia** dari Lokananta cukup memadai akan tetapi masih memerlukan pendampingan dan pelatihan untuk menciptakan kepercayaan diri dan keahlian dalam manajemen pengembangan pariwisata sehingga mampu mewujudkan sebuah destinasi wisata yang menarik.

**Kerjasama atau jalinan kemitraan** sangat dibutuhkan terutama dengan Lembaga Akademik dan ASITA. Kerjasama yang dilakukan diharapkan mampu membantu perluasan kemitraan bagi pengembangan destinasi wisata sejarah di Lokananta.

**Makna eksistensi Lokananta** bagi masyarakat Indonesia sangat tinggi, karena Lokananta menjadi saksi sejarah dari banyak peristiwa penting di Indonesia. Berikut analisis SWOT Destinasi Wisata Sejarah di Lokananta:

- a. *Strength* (kekuatan) Lokananta yaitu: Lokananta menjadi simbol sejarah dan budaya Kota Surakarta; Lokananta ditetapkan sebagai Bangunan Cagar Budaya Surakarta Berdasarkan Penetapan Pemerintah Kota Surakarta Melalui Keputusan Kepala Dinas Tata Ruang Kota No.

646/40/I/2014; Lokananta berada di jalur Solo-Yogya-Semarang atau jalur strategis destinasi wisata di Kota Surakarta.

- b. *Weakness* (Kelemahan) Lokananta yaitu: Kurangnya minat wisatawan lokal/domestik terhadap wisata sejarah; Pengawasan terhadap benda-benda koleksi yang memiliki nilai sejarah tinggi sangat terbatas dan rawan akan kehilangan; Belum ada papan nama dan papan penunjuk jalan; dan Promosi yang belum maksimal masih *door to door* dan website sulit diakses.
- c. *Opportunity* (peluang) untuk mengembangkan Lokananta yaitu Pesatnya perkembangan pariwisata yang ditandai dengan peningkatan terus menerus wisatawan domestik ketika libur nasional; Minat wisatawan asing yang cukup tinggi terhadap jenis wisata sejarah dan budaya; Mewujudkan branding Kota Surakarta sebagai Kota Piringan Hitam atau *City History of Black Disk*.
- d. *Threat* (ancaman) bagi pengembangan Lokananta yaitu: persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya Museum yang letaknya berdekatan di Surakarta (Museum Keris, Museum Batik Danar Hadi, Museum Radya Pustaka, Museum Mangkunegaran).

### 3. Permasalahan Mitra

Kegiatan pengabdian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan tema Model Pengembangan Wisata Sejarah Melalui Audio Visual Di Lokananta Surakarta. Penelitian tersebut telah dipublikasikan pada tahun 2018 oleh [KnE Social Sciences](#) | [The 1st International Conference on South East Asia Studies \(ICSEAS 2016\)](#) | pages: 532–550 dengan judul *Heritage Tourism Development Model Through an Audio Visual Concept in Lokananta, Surakarta - Indonesia*

Berdasarkan diskusi dan survey langsung ke lokasi, maka tim pengabdian menetapkan Lokananta memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata sejarah di Kota Surakarta. Permasalahan yang ada terkait dengan upaya pengembangan atraksi wisata di Lokananta, antara lain:

- (1) Mitra membutuhkan pendampingan dalam manajemen atraksi dan SDM-nya. Belum adanya tim khusus untuk mengelola Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah.

- (2) Mitra sangat membutuhkan pendampingan untuk penataan ruang koleksi Sehingga mampu menarik orang untuk berkunjung ke Lokananta.
- (3) Belum adanya ikon yang identik dengan Lokananta
- (4) Belum adanya souvenir khas Lokananta
- (5) Lokasi Lokananta berada di jalur Solo-Yogya-Semarang atau jalur strategis destinasi wisata di Kota Surakarta akan tetapi belum adanya sarana untuk mempermudah pengunjung menemukan lokasi seperti papan penunjuk jalan dan papan nama di depan jalan masuk ke lokasi tidak terlihat.
- (6) Membutuhkan penataan lingkungan khususnya area halaman depan Lokananta dan penambahan atraksi wisata identik dengan Lokananta.
- (7) Masih terdapat gedung dan bangunan kosong di komplek halaman depan yang layak dijadikan sebagai penunjang sarana prasarana/amenitas seperti *kafe* dan *homestay*.
- (8) Sarana dan langkah promosi sudah cukup lengkap mulai dari promosi manual (dari mulut ke mulut/*door to door* ke instansi) hingga melalui media sosial dan website. Akan tetapi masih perlu membutuhkan pendampingan agar lebih optimal.
- (9) belum adanya kerjasama untuk pengembangan destinasi wisata sejarah dengan biro perjalanan, ASITA, Dinas Pariwisata Surakarta dan Lembaga Akademik (UNS)

Dari kondisi yang ada di Lokananta, maka tim pengabdian melakukan pendampingan dan pembinaan sesuai dengan permasalahan yang ada, yaitu: persiapan SDM, pembenahan atraksi, penataan lokasi, menambah desain produk souvenir, dan strategi pemasaran.

### METODE

Pada kegiatan pengabdian ini, metode yang digunakan dalam implementasi antara lain metode observasi, diskusi, pelatihan, operasional kerja, dan pendampingan secara langsung. Dalam setiap aktifitas yang dilakukan, rincian implementasi metodenya sebagai berikut:

- 1). Manajemen Sumber Daya Manusia, meliputi kegiatan: a. Diskusi Serap Aspirasi; b. Diskusi bersama tentang Sadar Wisata dan Sapta Pesona; c. Mengadakan Pelatihan Guiding Lokal dan Psikologi

Pelayanan Pariwisata; dan d. Pelatihan tentang manajemen atraksi wisata.

Implementasi kegiatannya adalah sebagai berikut:

- (1) Tim pengabdian menyampaikan beberapa usulan kegiatan untuk meninjau kembali program kerja yang sudah dijalankan, membentuk, mengatur dan mendistribusikan kerja Divisi pengembangan wisata sejarah.
- (2) Tim pengabdian memberikan draft kegiatan dan menyerahkan kepada Divisi pengembangan wisata sejarah untuk menyampaikan usulan atau perubahan.
- (3) Tim bersama Divisi pengembangan wisata sejarah menentukan jadwal kegiatan secara bertahap dan mempersiapkan kegiatan bersama.

2). Manajemen Atraksi Wisata, kegiatannya meliputi:

- a. Penataan ruangan koleksi
- b. Pembuatan MONUMEN PIRINGAN HITAM
- c. Pembuatan spot foto “LOKANANTA DI HATIKU”
- d. Pembuatan ruang audio visual untuk memutar film
- e. Pembuatan souvenir “Piringan Hitam Lokananta”

Implementasinya:

- (1) Tim Pengabdian mengajak Divisi Pengembangan Wisata Sejarah untuk melakukan inventarisasi potensi Lokananta. Dari hasil inventarisasi tersebut, tim mengusulkan penataan atraksi dan perlunya penambahan atraksi wisata.
- (2) Tim pengabdian membuat rancangan masing-masing kegiatan yang diusulkan.
- (3) Hasil rancangan konsep tersebut didiskusikan dengan Divisi Pengembangan Wisata dan tim merevisinya.
- (4) Konsep yang sudah jadi diserahkan kembali kepada Divisi Pengembangan Wisata untuk dilaksanakan.

3). Persiapan Sarana Pendukung (asesibilitas dan amenities) meliputi papan penunjuk jalan dan penataan home stay.

- (1) Tim pengabdian memberikan usulan tentang beberapa sarana pendukung yang sangat

dibutuhkan untuk mempermudah pengunjung menemukan lokasi dan meningkatkan pelayanan.

- (2) Tim pengabdian membuat desain dan mendiskusikan dengan Divisi Pengembangan Wisata.
- (3) Hasil desain yang sudah direvisi diserahkan kepada Divisi Pengembangan Wisata untuk direalisasikan.

4). Promosi dan membangun jaringan kerjasama. Kegiatan ini dilakukan dengan cara:

- (1) Tim pengabdian berdiskusi dengan Divisi Pengembangan Wisata untuk menentukan sasaran dan bentuk promosi yang akan dilakukan serta memperhitungkan kesulitan yang akan dihadapi.
- (2) Tim pengabdian memberikan alternatif peningkatan promosi seperti pengadaan operator website, memperluas kerjasama dengan Lembaga akademik biro perjalanan wisata.
- (3) Usulan tersebut didiskusikan bersama pengurus dan selanjutnya tim membuat berbagai desain yang diusulkan secara bertahap.
- (4) Desain didiskusikan dengan pengurus dan tim merevisi
- (5) Komponen untuk perlengkapan promosi siap dicetak dan digunakan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sejarah industri rekaman di Indonesia berawal dari dua tempat, yaitu Lokananta di Surakarta dan Irama di Menteng Jakarta. Lokananta milik pemerintah dan banyak melahirkan lagu-lagu daerah, sementara Irama milik Mas Yos melahirkan lagu-lagu hiburan, yang sekarang dikenal dengan lagu pop. Lokananta adalah perusahaan rekaman pertama yang didirikan pada tanggal 29 Oktober 1956. Diresmikan oleh Menteri Penerangan R.I Soedidjo dengan nama Pabrik Piring Hitam Lokananta, Jawatan Radio Kementerian Penerangan Republik Indonesia di Surakarta.

Lokananta merupakan perusahaan rekaman musik milik Pemerintah Indonesia. Berbagai potensi yang dimiliki Lokananta seperti bangunan fisik, berbagai macam koleksi peralatan musik dan kaset audio, duplikasi piringan hitam, dan koleksi film,

menjadikan Lokananta berpeluang untuk dapat dikembangkan menjadi salah satu tujuan wisata sejarah di Kota Surakarta dengan mengungkap konsep yang lebih modern. Kota Surakarta menggunakan *branding* “Solo The Spirit of Java” sebagai upaya merevitalisasi pada nilai-nilai, filosofi atau pandangan hidup sebagai upaya melakukan pencitraan dengan memberi penguatan pada simbol atau penanda tertentu. Simbol dan penanda (*sign*) disadari sangat penting dalam menentukan sebuah tempat sebagai destinasi wisata karena simbol ini terkait dengan citra sebuah tempat di benak para wisatawan. Salah satu simbol dan *sign* kekayaan budaya Kota Surakarta adalah keberadaan perusahaan rekaman musik yang bernama Lokananta.



Lokananta, studio musik tertua di Indonesia ini menjadi tonggak penting dalam perkembangan musik Nusantara. Nama-nama beken seperti Titiek Puspa, Waldjinhah, Gesang, Bing Slamet, dan Sam Saimun lahir dari studio yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 387, Solo ini. Sejak awal berdiri pada 29 Oktober 1956, Lokananta mempunyai dua tugas besar yakni produksi dan duplikasi piringan hitam. Mengikuti perkembangan zaman, studio kemudian memproduksi VHS, kaset audio, yang berlanjut ke compact disk. Album dari penyanyi keroncong Waldjinhah menjadi kaset pertama yang diproduksi oleh Lokananta. Dekade 1970-an hingga 1980-an merupakan era keemasan bagi Lokananta.

Pada era 1990-an, Lokananta memasuki masa kelam lantaran mulai muncul pembajakan di industri musik. Namun titik terendah terjadi ketika Departemen Penerangan dibubarkan. Setelah dilikuidasi, di tahun 2004 Lokananta diakuisisi Perum Percetakan, dan resmi menjadi kantor cabang di Solo dengan nama ‘Perum Percetakan Negera RI Cabang Surakarta –Lokananta’.

Untuk meningkatkan daya saing Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah di Surakarta, tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan. Kegiatan pertama berkaitan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia. Di Lokananta belum ada divisi pengembangan wisata sejarah, jumlah guide hanya satu orang dan belum ada pembekalan dan pelatihan sapta pesona dan guiding. Tim Pengabdian melakukan Sosialisasi Sadar Wisata dan Sapta Pesona tanggal 28 Mei 2019 yang diikuti oleh pegawai Lokananta untuk memberikan kesadaran tentang sapta pesona dan jumlah guide utama bisa meningkat menjadi empat orang.



Kegiatan berikutnya adalah Penataan Ruang pameran koleksi Lokananta. Kegiatan ini dilakukan bekerja sama dengan bekerja sama Prodi Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain UNS, dengan narasumber Mulyadi. Pada pengunjung memasuki gedung utama, sejumlah pita master rekaman dengan berbagai ukuran menggantung di dinding. Di sini, pengunjung bakal diminta tiket masuk senilai Rp25.000, termasuk merchandise berupa stiker, gantungan kunci, booklet, dan tas kanvas kecil. Keluar dari lorong ini, pengunjung lantas disambut taman hijau lengkap dengan air mancurnya. Irama lagu Jawa dari pengeras suara menemani sepanjang eksplorasi ruang demi ruang. Ruang pertama yang disinggahi adalah tempat menyimpan gamelan bernama Kyai Sri Kuncoro Mulyo. Gamelan ini dibuat pada zaman Pangeran Diponegoro yang sudah ada sejak 1920. Ruang berikutnya adalah ruang koleksi mesin-mesin yang pernah digunakan di Lokananta. Di antaranya mesin duplikasi kaset audio, VHS, mesin pemotong pita kaset, pemutar piringan hitam dan sebagainya. Mesin-mesin itu mayoritas produksi 1960an-1990an. Di sebelahnya terdapat koleksi piringan hitam lawas yang seluruhnya diproduksi oleh Lokananta. Salah satunya, souvenir piringan hitam bagi negara peserta ASIAN Games 1962. Seluruh koleksi itu masih bisa diputar sampai saat ini.

Berpindah ke ruang selanjutnya, studio rekaman yang berbeda gedung. Sama seperti studio rekaman pada umumnya, ini adalah ruang kedap suara. Di dalamnya terdapat alat-alat rekaman lawas, termasuk konsol musik yang hanya ada dua di dunia, satu di Lokananta dan satu lagi di London. Sampai saat ini, Studio Rekaman Lokananta masih digunakan untuk merekam musik, khususnya dari band-band indie. Mereka masih memproduksi rilisan fisik bagi penggemarnya di tengah gempuran rilisan digital.



Kegiatan berikutnya adalah Melakukan Manajemen Atraksi Wisata. Wisatawan yang berkunjung di Lokananta dapat melihat koleksi asli dari Lokananta berupa alat pencetak piringan hitam atau kaset, dan wisatawan dapat melakukan recording. Untuk dapat meningkatkan daya saing Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah Tim Pengabdian melakukan kegiatan penataan lokasi, penambahan atraksi wisata sehingga Pengunjung dapat melakukan recording dan melihat proses pembuatan rekaman sampai menjadi CD atau DVD, Wisatawan dapat menikmati hasil dari perekaman di Lokananta melalui sebuah *headset* di “Ruangan Musik Saya”, Pembuatan MONUMEN PIRINGAN HITAM, Pembuatan spot foto “LOKANANTA DI HATIKU”. Kegiatan dilaksanakan tanggal 29-30 Juli 2019, sehingga wisatawan dapat menikmati suasana jaman dulu dengan diiringi musik koleksi lokananta. Tanggal 9 Agustus 2019 Tim Pengabdian melaksanakan diskusi bersama staff Lokananta dengan tema “Merancang Lokananta sebagai Destinasi Sejarah Perspektif Multikulturalisme”. Hal ini karena Lokananta sebagai perusahaan rekaman menunjukkan peran sebagai pengemban multikulturalisme. Multikulturalisme adalah paham yang mengakui kesederajatan baik secara individu maupun

kebudayaan. Dalam masyarakat multikultural perbedaan budaya, etnis, lokalitas, ras dan lain-lain dilihat sebagai mozaik yang memperindah masyarakat. Lokananta sebagai perusahaan rekaman telah merekam berbagai jenis musik, berbagai artis, langgam, gamelan, dangdut, pop, dan lain-lain. Strategi pengembangan Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah berperspektif multikulturalisme dilakukan dengan: (1) Interpretasi budaya yang berbeda berdasar kesamaannya yang dituangkan dalam *story line* dan *story telling*; (2) membuat hubungan dan perbandingan lintas budaya yang tercermin dari koleksi yang dipamerkan; (3) Berupaya untuk menyeimbangkan antara *style* dan interpretasi serta menjelaskan keuntungan dan kerugian pendekatan tersebut. Kegiatan selanjutnya Diskusi bersama untuk menyusun *Story telling* dilaksanakan tanggal 12 Agustus 2019.



Kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Tim Pengabdian yaitu Membangun Jejaring Kerjasama untuk mewujudkan branding Surakarta Kota Piringan Hitam “*City History of Black Disk*”. Kerjasama dilakukan dengan Dinas Pariwisata Kota Surakarta, Lembaga Akademik (UNSAHID & UNS), dan Biro Perjananan ASITA.

## KESIMPULAN

Lokananta adalah perusahaan rekaman musik (label) pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 1956. Lokasinya di Solo, Jawa Tengah. Awalnya, Lokananta berkembang dari sekadar pabrik piringan hitam menjadi bank sentral kekayaan musik Indonesia. Selain koleksi lagu-lagu daerah, perusahaan rekaman yang diprakarsai oleh tokoh nasional R. Maladi bersama dua rekannya

yaitu R. Oetojo Soemowidjojo dan R. Ngabehi Soegoto Soerjodipoero ini juga menyimpan rekaman penting sejarah perjalanan bangsa Indonesia.

Lokananta memasuki masa kelam lantaran mulai muncul pembajakan di industri musik. Namun titik terendah terjadi ketika Departemen Penerangan dibubarkan. Untuk meningkatkan daya saing Lokananta sebagai destinasi wisata sejarah, tim pengabdian melakukan pendampingan manajemen SDM, penataan koleksi Lok Penataan Ruang pameran koleksi Lokananta, pendampingan Manajemen Atraksi Wisata, Membangun Jejaring Kerjasama untuk mewujudkan branding Surakarta Kota Piringan Hitam “*City History of Black Disk*”, Tim Pengabdian juga melakukan diskusi bersama staff Lokananta dengan tema merancang Lokananta sebagai destinasi sejarah perspektif multikulturalisme dan menyusun *story telling*.

## REFERENSI

- Fakhri Zakaria, dkk. 2016. *Lokananta*. Surakarta: Cahaya Timur Offset
- Pitana, I Gde, Gayatri, dan Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Penetapan Pemerintah Kota Surakarta Melalui Keputusan Kepala Dinas Tata Ruang Kota No. 646/40/I/2014
- Siswanto. 2007. “Pariwisata dan Pelestarian Warisan Budaya”. *Majalah Berkala Arkeologi Tahun XXVII* Edition No. 1 / Mei 2007.
- UU RI No. 11/2010 tentang Cagar Budaya
- U. Yuliati, A. Saeroji, Y. Sasanti Dadtun. “Heritage Tourism Development Model Through an Audio Visual Concept in Lokananta, Surakarta – Indonesia” *KnE Social Sciences The 1st International Conference on South East Asia Studies (ICSEAS 2016)*.. pages: 532–550