



Festival Budaya Tionghoa untuk Meningkatkan Ekonomi dan Pariwisata Kawasan Pecinan Jamblang

Elizabeth Susanti^{1*}, Tessa Eka Darmayanti¹, Krismanto Kusbiantoro¹,
Cindrawaty Lesmana²

¹Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha

²Fakultas Teknik, Universitas Kristen Maranatha

e-mail: elizabeth.susanti@art.maranatha.edu

Received: 26 November 2022; Revised: 13 December 2022; Accepted: 19 December 2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.2.4.1277-1286.2022>

Abstrak

Kawasan Pecinan Jamblang sudah dinyatakan sebagai destinasi wisata oleh Pemerintah Kabupaten Cirebon pada tahun 2019, namun kawasan ini tidak serta merta menjadi ramai dikarenakan infrastruktur dan narasi pariwisata Jamblang belum terbangun dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan pengembangan wisata melalui pemahaman dan pemberdayaan masyarakat dengan potensi lokal. Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam program Kampung Bangkit adalah menggandeng dua mitra yaitu Pokdarwis Desa Jamblang dan Yayasan Dana Setia Bakti, dan memberikan workshop penyuluhan mengenai potensi pariwisata dan ekonomi kreatif dengan warga Jamblang, serta edukasi pariwisata dan budaya Pecinan Jamblang kepada siswa BPK Penabur Jamblang. Hasil dari kegiatan ini adalah masyarakat memahami potensi yang dimiliki dalam mengembangkan ekonominya melalui produk souvenir dan makanan khas lokal, selain itu juga meningkatkan “*sense of belonging*” dengan terlibat dalam kegiatan yang bertemakan budaya Tionghoa.

Kata Kunci: Jamblang, kegiatan kampung bangkit, pengabdian masyarakat, pariwisata, pemahaman budaya

Abstract

The Jamblang Chinatown area was declared a tourist destination by the Cirebon Regency Government in 2019. However, this area does not necessarily become crowded because the infrastructure and narrative of Jamblang tourism have yet to be well developed. The purpose of this research is to improve tourism development through understanding and empowering communities with local potential. The method used in Community Service activities in the Kampung Bangkit program is collaborating with two partners, namely Pokdarwis Jamblang Village and the Dana Setia Bakti Foundation, and providing outreach workshops on the potential of tourism and the creative economy with Jamblang residents, as well as education on tourism and Jamblang Chinatown culture to BPK Penabur students in Jamblang. The result of this activity is that the community understands their potential to develop their economy through souvenir products and local specialties while also increasing the sense of belonging by being involved in activities themed on Chinese culture.

Keywords: Jamblang, village awakening activities, community service, tourism, cultural understanding

Pendahuluan

Desa Jamblang berada di tepi Sungai Jamblang di kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon, yang memiliki sejarah permukiman komunitas Tionghoa yang cukup panjang. Terlihat dari deretan-deretan bangunan yang menampilkan gaya arsitektur Tionghoa jaman dahulu namun kurang terawat. Kawasan ini menunjukkan kejayaan masa silam, kawasan Pecinan yang ramai dengan area komersial dan keberadaan rumah-rumah besar dengan halaman yang luas. Sejak tahun 2000an kawasan Pecinan Jamblang menjadi sepi karena banyak warga sudah pindah ke luar kota dan membiarkan rumahnya kosong (Masithoh, 2022).

Permasalahan tersebut menjadikan Jamblang menjadi kota mati, oleh karena itu, membangkitkan dan menghidupkan kembali dan menjadikan Jamblang sebagai destinasi wisata adalah sebuah tujuan penting. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), Universitas Kristen Maranatha Bandung bekerja sama dengan Pokdarwis Bina Lestari dan Yayasan Vihara Dharma Rakhita, Jamblang dengan didanai oleh hibah insentif pengabdian kepada masyarakat program Kegiatan Kampung Bangkit (KKB) dari Kemendikbud Ristek mengadakan berbagai kegiatan edukasi kreatif berupa penyuluhan, workshop dan mini festival di Desa Jamblang pada tanggal 10-12 Desember 2022. Kegiatan tersebut melibatkan empat dosen dan sebelas mahasiswa lintas Fakultas dan Program Studi dari Universitas Kristen Maranatha. Kegiatan ini dilakukan dengan harapan masyarakat Jamblang dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari penyuluhan, workshop dan mini festival untuk perkembangan Desa Jamblang sebagai destinasi wisata.

Metode Pelaksanaan

Metode praktik dan pendampingan merupakan pendekatan yang digunakan pada kegiatan pengabdian yang melibatkan langsung antara tim pengabdian, dan peserta penyuluhan serta festival (Aryani, et al, 2023). Kegiatan PKM dilaksanakan selama tiga hari, mulai dari persiapan dihari pertama pada tanggal 10 Desember 2022 dengan tim dari Universitas Kristen Maranatha berangkat dari Bandung menuju Jamblang, Cirebon. Setelah sampai ke lokasi, semua dipersiapkan untuk kegiatan dua hari ke depan. Hari Minggu, 11 Desember 2022 diadakan presentasi dari mahasiswa mengenai revitalisasi dan perancangan bangunan bersejarah yang ada di Desa Jamblang, kemudian disambung dengan pemaparan lukisan bersejarah di dinding Vihara sebagai ikon Desa Jamblang. Kegiatan penyuluhan dan workshop membuat kemasan makanan khas Jamblang sebagai penutup hari kedua kegiatan PKM. Hari terakhir kegiatan pada 12 Desember 2022 merupakan acara yang melibatkan siswa dan siswa TK serta SD BPK Penabur Jamblang. Pada hari tersebut dosen dan mahasiswa terbagi ke dalam berbagai kegiatan pada satu waktu. Terdapat beberapa aktivitas yang menghidupkan Desa Jamblang seperti pengenalan bahasa Mandarin, pengenalan serta pembuatan ronde sebagai makanan tradisional, kegiatan membuat kaligrafi Tionghoa, dan kegiatan melukis lampion.

Hasil dan Pembahasan

Pada tanggal 10 Desember 2022, tim pengabdian tiba di Jamblang, mempersiapkan seluruh perangkat untuk seluruh kegiatan PKM. Pada hari pertama fokus pada persiapan presentasi, penyuluhan dan workshop yang akan diadakan hari berikutnya. Berbagai panel pendukung yang berisi hasil riset tim dosen dan mahasiswa mengenai potensi

pengembangan kawasan pariwisata dan potensi ekonomi kreatif berupa produk souvenir wisata yang bisa dikembangkan.



Gambar 1 Persiapan Panel-Panel Hasil Riset Potensi Pariwisata Jamblang

Pada tanggal 11 Desember 2022 dilakukan kegiatan penyuluhan kepada warga Jamblang untuk meningkatkan kesadaran akan potensi wisata yang dimiliki di daerah tersebut. Diawali dengan presentasi dari mahasiswa MBKM lintas program studi, Fakultas Seni Rupa dan Desain serta Fakultas Teknik, program studi Teknik Sipil yang menjelaskan mengenai revitalisasi kawasan. Desa Jamblang memiliki banyak bangunan tua bersejarah dengan gaya arsitektur Tionghoa, hanya saja kondisi bangunan kurang terurus (Ghozali, Andana, dkk., 2022). Revitalisasi bangunan perlu dilakukan agar potensi daerah dapat dimaksimalkan. Kemudian, penyuluhan tentang Narasi Kawasan Wisata Lukisan Dinding Vihara Dharma Rakhita yang menjadi bagian dari sejarah di Jamblang oleh Elizabeth Susanti, Ph.D. Kedua kegiatan tersebut diakhiri dengan diskusi, sehingga terjadi komunikasi dua arah dan masing-masing pihak menerima masukan yang bermanfaat. Penyuluhan ini memberikan pemaparan mengenai pentingnya narasi kawasan untuk mengemas suatu kawasan wisata menjadi destinasi wisata yang menarik dan unik. *Storynormic tourism* adalah mengandalkan narasi cerita yang menarik, konten yang kreatif sebagai strategi ekonomi untuk meningkatkan pariwisata (McKee and Gerace, 2018). Pemerintah juga telah mengusung strategi ini untuk pariwisata Indonesia sejak tahun 2021. Keunikan suatu wilayah, dalam hal ini adalah lukisan dinding vihara, juga dapat dimanfaatkan dalam pembuatan produk-produk cinderamata, seperti kartu pos, botol minum, kaos, tas, topi, scarf yang bertemakan Jamblang, sehingga bisa mendukung pariwisata dan digunakan untuk meningkatkan ekonomi setempat. Adanya beragam produk yang dapat dibawa pulang oleh para wisatawan kelak memberikan memori tentang pengalaman di Jamblang. Jika sudah melibatkan pengalaman, maka seseorang dapat terikat dengan suatu tempat sehingga menciptakan ikatan dengan tempat tersebut atau *place engagement*, dengan begitu kegiatan pariwisata dapat berlangsung dengan baik. Pengalaman dan memori adalah suatu hal positif karena melahirkan *sense of place* dari tempat tersebut yang berikan sebuah kenangan terhadap sesuatu (Darmayanti, 2022).



Gambar 2 E-poster Kegiatan Pengabdian Tanggal 11-12 Desember 2022



Gambar 3 Kegiatan Presentasi Revitalisasi dan Potensi Pariwisata Jamblang



Gambar 4 Cinderamata Khas Jamblang: Tas (kiri), Kaos (tengah), Tumblr (kanan), Stiker Makanan (bawah)

Di hari yang sama, diadakan pula kegiatan penyuluhan kepada 20 pengrajin kuliner Jamblang mengenai macam-macam desain kemasan yang dapat membantu meningkatkan nilai produk kuliner sebagai salah satu strategi pengembangan desa wisata Jamblang dengan narasumber Tessa Eka Darmayanti, Ph.D. Kegiatan tersebut sejalan dengan Han (2005) bahwa kemasan berperan penting dalam membujuk seseorang membeli produk tersebut dan mempertahankan kualitas produk. Hal tersebut tentu saja sangat berpengaruh pada keberlangsungan suatu kawasan sebagai destinasi wisata, dalam hal ini adalah Desa Jamblang.



Gambar 5 Penyuluhan Peran Kemasan Makanan Khas Jamblang untuk Peningkatan Nilai Produk

Pada tanggal 12 Desember 2022, tim pengabdian sudah berkoodinasi dengan pihak BPK Penabur Jamblang untuk mengadakan berbagai workshop kepada 120 siswa siswi TK dan SD BPK Penabur Jamblang. Dalam membuat suatu workshop, sangat penting dicari latar belakang pesertanya berkaitan dengan materi yang akan disampaikan. Siswa siswi ini tidak pernah mendapatkan pelajaran Bahasa Mandarin di sekolahnya, sehingga festival ini adalah pengalaman pertamanya dalam berinteraksi dengan materi Bahasa dan budaya Tionghoa. Workshop terdiri dari 4 pos, yaitu: pengenalan hari ronde dan pembuatan ronde oleh tim dari Pusat Bahasa Mandarin, Universitas Kristen Maranatha; pengenalan Bahasa Mandarin dasar; workshop mewarnai lampion oleh Tessa Eka Darmayanti, Ph.D.; dan workshop kaligrafi Tionghoa oleh Elizabeth Susanti, Ph.D. Untuk menyiasati banyaknya jumlah peserta, maka siswa dibagi menjadi 4 kelompok, dan berkeliling mengunjungi pos secara bergiliran sehingga setiap anak dapat dipandu secara lebih dekat.

Pengenalan Hari Ronde dan Pembuatan Ronde

Kegiatan-kegiatan bertema budaya Tionghoa ini bertepatan untuk menyambut berlangsungnya Hari Ronde yang jatuh pada tanggal 22 Desember 2022, sehingga anak-anak dapat lebih memaknai salah satu hari raya Budaya Tionghoa. Masyarakat Tionghoa biasanya memperingati perayaan ini dengan tradisi kumpul keluarga, membuat dan makan ronde. Ronde adalah makanan berbahan dasar tepung ketan sehingga memiliki tekstur yang lengket, melambangkan kekerabatan dan eratnya tali kekeluargaan (Aisyah, 2020).



Gambar 6 Ceramah Festival Ronde dan Membuat Ronde Bersama

Pengenalan Bahasa Mandarin Dasar

Setelah diketahui bahwa tidak adanya siswa yang mendapat pelajaran Bahasa Mandarin di sekolahnya, materi kegiatan ini disusun secara sederhana namun dapat diimplementasikan. Kata-kata yang paling dasar adalah menyapa dengan bahasa mandarin dengan intonasi yang tepat, dikarenakan Bahasa Mandarin memiliki beragam intonasi yang akan mempengaruhi arti. Kata-kata yang dapat diajarkan untuk pemula

misalnya: halo (*nihao*), nama saya .. (*wo jiao..*), umur saya.. (*wo jinnian...sui*), angka 1-10 (*yi er san si wu liu qi ba jiu shi*), terima kasih (*xiexie*).

Workshop Mewarnai Lampion

Kegiatan mewarnai lampion ini dilakukan secara berkelompok sehingga siswa-siswi dapat bereksplorasi dengan cat air dan spidol bersama-sama. Eksplorasi dengan warna dan bentuk dapat menjadi bagian pembinaan kreativitas karena mengasah proses imajinasi dalam berkarya dan belajar (Tabrani, 2015). Setelah selesai, anak-anak diminta untuk menuliskan #SaveJamblang untuk mengkampanyekan keberadaan Jamblang sebagai tempat yang harus dilestarikan. Hasil akhir dari lampion-lampion ini dimanfaatkan sebagai ornamen penerangan dan memperindah Desa Jamblang.



Gambar 7 Workshop Mewarnai Lampion

Workshop Kaligrafi Tionghoa

Kaligrafi Tionghoa dapat ditulis seperti menggambar, sesuai dengan sejarah pembentukan Huruf Mandarin yaitu huruf piktograf (huruf gambar). Tanpa adanya pemahaman bahasa, huruf Mandarin dapat ditulis sebagai suatu gambar, caranya adalah memandu dengan langkah yang terstruktur mengenai bentuk-bentuk yang mereka pahami (Susanti, 2013). Pertama-tama adalah membagikan kertas kaligrafi merah. Warna merah dalam budaya Tionghoa dipercaya membawa rejeki. Pada huruf Mandarin fu (福) ini, anak-anak bisa memulai dari sebelah kiri atas, dengan menorehkan tanda titik (丶), garis yang menyerupai angka tujuh (七), garis lurus ke bawah (丨), titik (丶). Lalu dilanjutkan dengan bagian kanan dengan mengkorelasikan dengan bentuk-bentuk yang diketahui anak-anak. Pertama adalah garis (一), dilanjutkan dengan bentuk yang menyerupai kotak (口), dan bentuk yang seperti jendela (田). Walaupun setiap guratan tidak sempurna sesuai kaidah kaligrafi China, namun ini adalah pengalaman pertama hingga membuat sebuah karya yang dapat di pajang di rumah masing-masing. Huruf yang ditulis adalah fu yang memiliki makna anugerah, berkat. Bertepatan dengan 1 bulan menjelang imlek (21 Januari 2023), masyarakat Tionghoa juga biasanya menghias rumah dengan kertas berwarna merah dan tulisan fu (anugerah). Terkadang tulisan ini juga dipasang secara

terbalik, bukan karena masyarakat Tionghoa Indonesia tidak lagi memahami cara membaca huruf Mandarin, melainkan adanya filosofi dalam Bahasa Mandarin: fu terbalik (fu dao le 福倒了) berbunyi sama dengan fu (anugerah) sudah sampai (福到了). Penempatan huruf Mandarin dalam lingkungan yang tidak bisa berbahasa mandarin, tetap dapat memberikan atmosfir budaya Tionghoa (Gunawan, Haswanto, & Achmad, 2011).



Gambar 8 Workshop Kaligrafi

Simpulan

Keseluruhan kegiatan ini telah mendukung program pemerintah Kabupaten Cirebon dalam mengangkat kembali Jamblang sebagai destinasi wisata Pecinan Kota Tua, dapat memberikan kesadaran masyarakat Jamblang akan potensi pariwisata dan ekonomi yang bisa dilakukan dalam mendukung majunya pariwisata Jamblang. Sedangkan, kegiatan festival dan workshop kreatif-budaya memberikan edukasi dan wawasan baru bagi masyarakat, pemegang kebijakan daerah, serta guru sekolah untuk mengorganisir kegiatan serupa sehingga dapat menciptakan skema dan atmosfir positif kota tua Jamblang. Pengenalan kreativitas, sejarah dan budaya melalui kegiatan PKM juga memberikan pengalaman dan perasaan dekat dengan budaya yang ada sehingga secara tidak langsung dan perlahan membangun ikatan dan rasa memiliki pada kawasan wisata Jamblang, Cirebon.

Daftar Pustaka

- Aisyah, Y. (2020, December 21). Sejarah Hari Wedang Ronde, Perayaan Terakhir Penanggalan Imlek. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/food/read/2020/12/21/080300075/sejarah-hari-wedang-ronde-perayaan-terakhir-penanggalan-imlek?page=all>
- Aryani, D. I., Natanael, I. N., Darmayanti, T.E. (2023). Redesain Poster Digital Program Kegiatan Sosial Yayasan Arrahman Magelang untuk Media Sosial. *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 17-24.



- Darmayanti, T.E. (2022). The Sense of Place Transformation before and during Pandemic Era in Public Space: Masjid Al-Malik Khalid, USM, Penang, Malaysia. *Proceedings of the 1st International Conference on Social, Science, and Technology*. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.25-11-2021.2318853>
- Ghozali, A.A., Andana, B. T., Santoputri, C. D., Azizah, L. N., Nurzaqi, D. V., Rachmat, M. N., Sofwan, G. I., Roswati, Lodhita, F., Lesmana, C., Djakaria, E., Nurrachman, I., Santoso, M. E., Darmayanti, T. E., Kusbiantoro, K., Leonardo, Sugata, F. (2022). Pemetaan Digital Untuk Mendukung Pengembangan Kawasan Wisata Pecinan Jamblang. *Servirisma: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 147-165. <https://doi.org/10.21460/servirisma.2022.22.29>
- Gunawan, E. S., Haswanto, N., & Achmad, D. (2011). Keberfungsian Desain Penanda Identitas Berhuruf Cina pada Restoran dan Cafe Di Bandung. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(1), 61-76.
- Han, J. H. (Ed.). (2005). *Innovations in food packaging*. Elsevier.
- Masithoh, S. (2022, September 13). Metropolitan Cirebon Tempo Dulu, Kini Jadi Kota Mati. *Dialog Indonesia*. <https://dialogindonesia.com/kawasan-pecinan-jamblang-cirebon-sepi>
- McKee, R. (2018). *Storynomics, Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World*, Twelve, New York-Boston.
- Susanti, Elizabeth. (2013). Strukturalisme Seni dan Filosofi Keabstrakan Kaligrafi China di Luar Pemahaman Bahasa. *Chinese-Indonesians: Their Lives and Identities*, 205.
- Tabrani, Primadi. (2015). Pendidikan Seni, Hubungannya dengan Ambang Sadar, Imajinasi dan Kreativitas serta Manfaatnya untuk Proses Belajar yang Bermutu. *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(1), 1-18.



Volume 01, (1), Maret 2021

<http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>