

# EKSPRESI SENI

ISSN: 1412-1662

Volume 15,

Nomor 1,

Juni 2013

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni

**Alfalah**

**PERKEMBANGAN TALEMPONG TRADISI MINANGKABAU  
KE TALEMPONG GOYANG DI SUMATERA BARAT**

**Desi Susanti**

**PESTA PARA PENCURI KARYA TEATER  
JEAN ANNOULLIH SADURAN RAHMAN SABUR**

**Ferawati**

**MOTIF KERAWANG GAYO PADA BUSANA ADAT PENGANTIN  
DI ACEH TENGAH**

**Hendrizar**

**STUDI ANALISIS : NILAI-NILAI ESTETIKA LOKAL DALAM MUSIK GAMAT**

**Indra Jaya**

**PADO-PADO DUA DIMENSI : EKSPRESI MUSIK KEKINIAN**

**Izan Qomarats**

**PESONA RANCANG-BANGUN RANAH MINANG: DESTINATION BRANDING**

**Leni Efendi, Yalesvita, dan Hasnah**

**TINJAUAN TERHADAP HAL YANG MEMPENGARUHI TEATER TUTUR  
TUPAI JANJANG MASYARAKAT KERINCI JAMBI**

**Muhammad Zulfahmi**

**FAKTOR PENYEBAB INSTRUMEN BIOLA MENJADI BAGIAN INTEGRAL  
KEBUDAYAAN MUSIK ETNIK MELAYU PESISIR TIMUR SUMATERA UTARA**

**Maryelliwati**

**PERAN SANGGAR SENI AGUANG DALAM PENGEMBANGAN-  
PELESTARIAN SENI BUDAYA DI PADANGPANJANG**

**Rosta Minawati**

**KOMODIKASI: MANIPULASI BUDAYA DALAM (AJANG) PARIWISATA**

**EKSPRESI  
SENI**  
Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni

Vol. 15

No.1

Hlm. 1-133

Padangpanjang,  
Juni 2013

ISSN  
1412-1662

Diterbitkan  
Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang



# JURNAL EKSPRESI SENI

**Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni**

ISSN: 1412 – 1662 Volume 14, Nomor 1, Juni 2012, hlm. 1 - 147

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Nopember. Mulai Vol. 15, No. 1. Juni 2013, Pengelola Jurnal Ekspresi Seni merupakan sub-sistem Unit Pelayanan Teknis (UPT) Pusat Informasi Dokumentasi (PUSINDOK) Seni Budaya Melayu Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang.

## **Pengarah**

Rektor ISI Padangpanjang  
Prof. Dr. Mahdi Bahar, S.Kar., M.Hum.

## **Penanggung Jawab**

Kepala PUSINDOK Seni Budaya Melayu  
Ahmad Bahrudin, S.Sn., M.Sn.

## **Editor/Pimpinan Redaksi**

Arga Budaya, S.Sn., M.Pd.

## **Tim Editor**

Dr. Ediwar, S. Sn., M.Hum.  
Dr. Nursyirwan S.Pd., M.Sn.  
Dr. Rosta Minawati, S.Sn., M.Si.  
Hartitom, S.Pd. M.Sn.  
Adi Krishna, S.S. *M.Ed.*  
Drs. Hajizar, M.Snn., M.Sn.  
Sulaiman Juned, S.Sn., M.Sn.

## **Desain Grafis/Fotografi**

Wisnu Prastawa, S.Sn., M.Sn.  
Ezu Oktavianus, S.Sn., M.Sn.

## **Sekretariat**

Wira Darma Prasetia, S.Kom.  
Ilham Sugesti, S.Kom.  
Delfi Herif, S.Sn.  
Iskandar Tois, A. Md.

Alamat Pengelola Jurnal Ekspresi Seni: UPT PUSINDOK, Lantai Satu Gedung Pascasarjana (S2) ISI Padangpanjang Jalan Bahder Johan Padangpanjang 27128, Sumartera Barat; Telepon (0752) 82077 Fax. 82803; e-mail; [isi@isi-padangpanjang.ac.id](mailto:isi@isi-padangpanjang.ac.id). Website: [www.isi-padangpanjang.ac.id](http://www.isi-padangpanjang.ac.id)

**Catatan.** Isi/Materi jurnal adalah tanggung jawab Penulis.

Dicetak di Percetakan Visigraf Padang



# JURNAL EKSPRESI SENI

Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni

ISSN: 1412-1662 Volume 15, Nomor 1, Juni 2013, hlm. 1-127

## DAFTAR ISI

PENULIS	JUDUL	HALAMAN
<b>Alfalah</b>	Perkembangan <i>Talempong</i> Tradisi <i>Minangkabau</i> Ke " <i>Talempong Goyang</i> " Di Sumatera Barat	1-11
<b>Desi Susanti</b>	Pesta Para Pencuri Karya Teater <i>Jean Annoulih</i> Saduran <i>Rahman Sabur</i>	12-28
<b>Ferawati</b>	Motif Kerawang Gayo Pada Busana Adat Pengantin Di Aceh Tengah	29-39
<b>Hendrizar</b>	Studi Analisis: Nilai-Nilai Estetika Lokal Dalam <i>Musik Gamat</i>	40-50
<b>Indra Jaya</b>	<i>Pado-Pado</i> Dua Dimensi: Ekspresi Musik Kekinian	51-59
<b>Izan Qomarats</b>	Pesona Rancang-Bangun Ranah Minang: <i>Destination Branding</i>	60-72
<b>Leni Efendi, Yalesvita, dan Hasnah Sy</b>	Tinjauan Terhadap Hal Yang Mempengaruhi Teater Tuter <i>Tupai Janjang</i> Masyarakat Kerinci Jambi	73-89
<b>Muhammad Zulfahmi</b>	Faktor Penyebab Instrumen Biola Menjadi Bagian Integral Kebudayaan Musik Etnik Melayu Pesisir Timur Sumatera Utara	90-105
<b>Maryelliwati</b>	Peran <i>Sanggar Seni Aguang</i> Dalam Pengembangan-Pelestarian Seni Budaya Di Padangpanjang	106-116
<b>Rosta Minawati</b>	Komodifikasi: Manipulasi Budaya Dalam ( <i>Ajang</i> ) Pariwisata	117-127

Berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 49/Dikti/Kep/2011 Tanggal 15 Juni 2011 Tentang Pedoman Akreditasi Terbitan Berkala Ilmiah. Jurnal *Ekspresi Seni* Terbitan Vol. 14, No. 1 Juni 2012 Memakaikan Pedoman Akreditasi Berkala Ilmiah Tersebut.

# KOMODIFIKASI: MANIPULASI BUDAYA DALAM (AJANG) PARIWISATA

Rosta Minawati

ISI Padangpanjang, Jl. Bahder Johan Padangpanjang 27128 Sumatera Barat  
Hp.: 081236030852, E-mail: rostaminawati@yahoo.com

## **Komodifikasi: Manipulasi Budaya Dalam (Ajang) Pariwisata.**

**Abstrak:** Manipulasi budaya dalam ajang pariwisata mengangkat realitas lapangan yang empirik berkaitan dengan komodifikasi. Fenomena manipulasi budaya menjadikan budaya sebagai objek yang memiliki nilai tukar atau nilai jual melalui industri budaya dan jasa sebagai komoditas. Secara umum, gejala komodifikasi terperangkap dalam dialektika sakral ke profan, memunculkan atraksi kemunduran aspek ritual, kontestasi dan pertentangan konsep dan ideologi sehingga memunculkan mitos baru (mitos *modern*). Praktik tersebut memunculkan kriminal baru yang tidak terlepas dari peran kapitalis.

**Kata Kunci:** Komodifikasi, manipulasi budaya, fenomena pariwisata.

## **PENDAHULUAN**

Budaya adalah merupakan suatu produk yang dijadikan atau menjadi wadah mengembangkan pariwisata. Terlepas dari apakah budaya tersebut sebagai sebuah produk barang (artefak/karya seni), perilaku masyarakat (budaya itu sendiri), atau keindahan alam. Menurut Smith pariwisata dapat diidentifikasi berdasarkan lima tipe pariwisata, yakni sebagai berikut. (1) pariwisata etnik, (2) pariwisata budaya, (3) pariwisata sejarah, (4) pariwisata lingkungan, dan (5) pariwisata

rekreasi.<sup>1</sup> Saat ini konsep pariwisata telah mengalami perubahan di mana pariwisata bukan hanya dilakukan oleh kalangan atas, akan tetapi telah merangkul orang-orang dari kelas rendah. Dengan demikian, kelas tidak lagi relevan atau menjadi indikator dalam berwisata.

Budaya sebagai aset yang dimiliki masyarakat dimanfaatkan sebagai wahana pariwisata. Dengan demikian, akan terbuka luas ruang bagi kapitalisme yang memiliki prinsip nilai tukar bukan nilai guna. Istilah

---

<sup>1</sup>Yekti Maunati. *Identitas Dayak: Komodifikasi dan Politik Identitas*. Yogyakarta: LkiS, 2006:237.

kapitalisme sendiri muncul pada abad ke-12 dan 13, yakni berasal dari bahasa Latin dari asal kata *caput* yang berarti kepala yang artinya dana, persediaan barang, sejumlah uang, dan bunga uang pinjaman. Secara lengkap, Marx mendefinisikan kapitalisme sebagai suatu sistem ekonomi yang memberikan ruang kepada individu untuk menguasai sumber daya produksi vital yang digunakan untuk meraih keuntungan maksimal.<sup>2</sup> Hal yang sama juga dinyatakan oleh Braundel, bahwa kapitalisme sebagai pemegang monopoli dan memperoleh keuntungan besar tanpa menanggung resiko.<sup>3</sup> Oleh karena itu, kapitalisme pun berkembang sebagai sebuah isme dan ideologi bagi orang-orang tertentu. Namun dalam konsep kapitalis yang disebut Marx adalah kapital produktif atau cara produksi. Dengan demikian, sebagaimana yang dimaksud Marx istilah tersebut terkesan sangat sempit bila ditinjau teori-teori kapitalis yang menjelaskan pola dan pemikiran para

---

<sup>2</sup>Stephen K. Sanderson. *Makro Sosiologi, Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial* (terjemahan). Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003:160.

<sup>3</sup> Yoshihara Kunio. *Kapitalisme Semu Asia Tenggara* (terjemahan). Jakarta: LP3ES, 1990: 3.

kapitalis. Namun dalam karya Smith, kapitalisme dijelaskan sebagai kata benda, sedangkan kapitalisme dalam karya Sombart sebagai lawan kapitalisme. Pandangan tersebut secara etimologi menyimpulkan bahwa fenomena kapitalisme berakar pada uang, dan secara khusus mengelola produksi.<sup>4</sup>

## PEMBAHASAN

### **Komodifikasi Budaya: Manipulasi dalam Pariwisata.**

Kebudayaan diartikan sebagai sesuatu yang dipelajari secara turun-temurun. Ia ( kebudayaan) menyangkut aspek pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, serta segala kebiasaan masyarakat yang tidak lagi disampaikan secara oral atau langsung namun telah dilakukan melalui jaringan teknologi maupun media massa. Dalam hal ini, proses enkulturasi, akulturasi, maupun imitasi (peniruan) tidak selalu dilakukan secara turun-temurun/secara langsung. Akan tetapi, kebudayaan dapat dipelajari melalui keterbukaan dunia global. Menurut Emanuel Richter globalisasi adalah jaringan global yang

---

<sup>4</sup>Peter. L. Berger. *Revolusi Kapitalis* (terjemahan). Jakarta: LP3ES, 1990.

secara bersamaan menyatukan masyarakat yang sebelumnya terpecah-pecah dan terisolasi dalam planet bumi ke dalam ketergantungan yang saling menguntungkan.<sup>5</sup> Praktik pemadatan kultural dikuasai oleh prinsip kecepatan dan percepatan. Sehingga praktik komodifikasi tidak dapat dihindarkan. Sebagaimana dikatakan Fairclough bahwa komodifikasi dapat dipahami sebagai suatu proses produksi komoditas yang tidak terbatas pada lingkup ekonomi, akan tetapi dapat mengacu kepada pengorganisasian dan konseptualisasi pada produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas<sup>6</sup>.

Fenomena komodifikasi dan manipulasi budaya pun tidak dapat dihindarkan, terutama terjadi pada sektor pariwisata. Wilayah kegiatan pariwisata selain sebagai sumber ekonomi, lapangan kerja, pariwisata juga membawa kemajuan perubahan masyarakat setempat, pariwisata juga dapat memberi efek kepada

peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, pariwisata selain menjual keindahan alam juga menjual budaya masyarakat. Artinya wisatawan mengunjungi suatu daerah atau negara untuk melihat keindahan alam, keunikan seni dan budaya, seperti misalnya perilaku masyarakatnya, kegiatan menenun tradisional, upacara adat, dan atraksi berbagai kesenian yang dimiliki masyarakat. Akan tetapi tidak jarang kedatangan wisatawan akan membawa dampak perubahan kepada masyarakat di daerah tujuan wisata tersebut. Hal itu oleh karena adanya pembauran dengan masyarakat setempat, sehingga akulturasi budaya pun sulit untuk dihindarkan. Sebagaimana dikatakan Smith bahwa semakin banyak wisatawan yang berkunjung dengan berbagai asal akan memberi pengaruh yang lebih besar bagi daerah yang dikunjunginya.<sup>7</sup> Akan tetapi, menurut Pitana sisi positif kegiatan pariwisata dapat dilihat secara sosial budaya di mana akan terjadi *cultural inovation, conservation,*

---

<sup>5</sup>Emanuel Richter dalam Suhanadji dan Waspodo TS. *Modernisasi dan Globalisasi: studi Pembangunan dalam Perspektif Global*. Yogyakarta: PT Insan Cendikia, 2004:93.

<sup>6</sup>Fairclough. *Discourse and Social Change*. Chambridge: Polity Press, 1995:207.

---

<sup>7</sup>Valene Smith, Host and Guests. *The Antropology of Tourism Philadelphia*. Yogyakarta: Kanisius, 1989.

penguatan ikatan tradisional, dan mendorong kreativitas.

Oleh karena fenomena pariwisata menjadi lahan ideal saat ini, maka berbagai keperluan wisatawan, baik dalam maupun luar negeri maka disiapkan industri pariwisata. Dalam hal ini, sektor industri pariwisata yang bergerak dibidang jasa bertindak sebagai pemberi pelayanan. Berkaitan dengan hal tersebut, Spillane menyatakan bahwa industri pariwisata dapat dibagi dalam lima bidang, seperti: (1) *tour* dan *travel*, (2) hotel dan restoran, (3) transportasi, (4) pusat wisata dan souvenir (5) bidang pendidikan pariwisata. Selain itu, Spillane juga menyatakan pentingnya berbagai pelayanan jasa yang berkaitan dengan industri pariwisata, misalnya perbankan/*maney changer*, diskotik, dan telekomunikasi dan asuransi.<sup>8</sup> Komodifikasi budaya menjadi tuntutan industri pariwisata di sejumlah daerah wisata. Dalam kaitan ini, yang dimaksud dengan komodifikasi pariwisata adalah proses mengemas dan menjual produk dari berbagai

macam gaya hidup masyarakat.<sup>9</sup> Proses komodifikasi juga bukan hanya melibatkan pemerintah, akan tetapi juga masyarakat sebagai pendukung dari budaya tersebut. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan Theodor Adorno bahwa komodifikasi tidak saja merujuk barang-barang kebutuhan konsumen, akan tetapi telah merambat pada bidang seni dan budaya pada umumnya.<sup>10</sup>

Masyarakat sebagai pemilik budaya dan budaya itu sendiri entah itu tampilannya sebagai produk hidup atau mati, aktif atau pasif, akan masuk pada wacana komodifikasi. Komodifikasi yang dimunculkan tidak jarang terjebak kepada hal-hal penggerusan nilai-nilai yang menghilangkan atau melunturkan dan menjauhkan dengan filosofi dari budaya tersebut berasal. Sebagaimana yang disampaikan Felix Wiltren di mana ideologi globalisasi penampilannya sangat cantik dan menarik dengan janji yang mempesona. Namun sesungguhnya globalisasi memberi ruang pentas kolonial yang didalamnya terdapat praktik hegemoni. Sebagai

---

<sup>8</sup>James Spillane. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius, 1999:47.

---

<sup>9</sup>*Ibid*, p 245.

<sup>10</sup>“Pariwisata Mengkomodifikasi Seni” dalam *Jurnal Kajian Budaya*, volume 2, nomor 4 Juli, Universitas Udayana, 2004.

ilustrasi, dahulu orang Bali cenderung bermata pencaharian bertani dalam kehidupannya. Dalam pengembangan pariwisata dapat merubah pola kehidupannya, apa lagi setelah ke (tenar) an Bali sebagai pusat pariwisata Indonesia bahkan di dunia. Sebagai ikon wisata, Bali menjadi sentral masuknya segala bentuk impor budaya.

Kepentingan kapitalis, apakah itu pemerintah, pengusaha, seniman atau berbagai *steakholders* akan menjadi mitra masyarakat sebagai memiliki budaya menjadikan produk tersebut sebagai nilai jual. Dalam hal ini, akan terdapat praktik tiga pilar seperti yang terdapat pada komodifikasi akan memiliki produksi, distribusi, dan konsumen. Dapat diberikan penjabaran dalam praktik tersebut, di mana produksi adalah masyarakat yang memiliki produk budaya tersebut dan produksi dan distributor dapat dilakukan oleh pemerintah dan berbagai *steakholders*, serta konsumen adalah para pengunjung sebagai tamu wisata. Menurut Maunati pariwisata adalah medium bertemunya berbagai latar belakang kebudayaan, termasuk orang-orang dari Barat (sebagai wisatawan) dan orang-orang dari Dunia

Ketiga (wisatawan dalam negeri, elit setempat, pejabat dan petugas pemerintah setempat, dan penduduk asli).<sup>11</sup> Akan tetapi hal berbeda dengan definisi tentang wisatawan sebagaimana yang disampaikan oleh *Internasional Union of Official Travel Organization* (IUOTA) yang kemudian mengubah nama dengan sebutan *World Tourism Orgnization* (WTO). Definisi tersebut berbunyi sebagai berikut.

“seorang wisatawan adalah seorang yang melakukan perjalanan untuk bisnis atau kesenangan sepanjang orang tersebut tidak menerima uang dari negara yang dikunjungi, akan tetapi PBB menambahkan bahwa apabila pengunjung tersebut hanya berkunjung kurang dari 24 jam, orang tersebut hanya disebut sebagai pengunjung satu hari. Sehingga menurut R.M. Soedarsono bila wisatawan tersebut tinggal dalam waktu yang relatif singkat maka sering kali yang dicari adalah warisan budaya setempat, seperti pertunjukan kemasam yang disesuaikan dengan koceknnya”.<sup>12</sup>

Dalam hal ini, dapat dibagi apakah wisata luar negeri atau dalam negeri. Produk yang dijadikan sebagai objek pariwisata dapat dilihat tempat-

---

<sup>11</sup>Yekti Maunati. *Identitas Dayak: Komodifikasi dan Politik Identitas*. Yogyakarta: LkiS, 2006:233.

<sup>12</sup>R.M. Soedarsosno. *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002:273.



tempat yang menjadi legendaris, mitos, nyata atau dongeng. Misalnya museum sebagai bukti perjuangan, apakah alat-alat berperang, busana, patung atau gambar yang dianggap menjadi tokoh pada waktu itu. Pariwisata tersebut adalah merupakan sebuah wisata yang sering dikunjungi masyarakat, baik untuk kepentingan menambah wawasan maupun pengetahuan. Yang didatangi oleh masyarakat umum maupun ditingkat lembaga pendidikan. Menjelaskan fenomena tersebut, Friedman menegaskan bahwa eksistensi pariwisata bersekala besar memiliki kaitan dengan trend yang muncul sebagai sesuatu yang konsumsi.<sup>13</sup> Dalam hal ini, komodifikasi kebudayaan kerap terjadi, di mana kebudayaan kerap diubah menjadi sebuah komoditi dan direproduksi bagi kebutuhan wisatawan.

Akan tetapi tempat-tempat wisata yang berbentuk dongeng, legenda, mitos dapat berupa kuburan yang dianggap sakti, kejadian tempat tertentu, kejadian suku atau manusia

tertentu, atau peralatan-peralatan yang dipercaya oleh masyarakat tertentu, goa, rumah, sungai, pegunungan, danau dan lain-lain dijadikan sebagai produk budaya dengan menjual ideologi yang memiliki kontroversi bila dilihat dari azas kebenarannya. Nilai-nilai kebenaran yang disampaikan penuh dengan kontroversi, oleh karena hal yang menjadi ideom tersebut telah berubah berdasarkan ruang dan waktu, pemahaman generasi, pandangan dengan nilai tersebut, dan sebagainya. Mitos, dongeng atau legenda adalah sebuah cerita fiksi yang dibangun oleh masyarakat sebagai pengetahuan yang dibagikan kepada generasinya dengan tujuan menghubungkan nilai-nilai filosofi leluhur dengan generasi berikutnya. Tidak jarang hal tersebut dipercaya oleh masyarakat/generasi yang mungkin sudah masuk kepada turunan entah ke berapa. Hal tersebut dijadikan pemerintah dan masyarakat sebagai objek wisata dan tempat yang dikunjungi oleh orang lain untuk menjelaskan daerah tersebut, suku tersebut, tempat tersebut, kepercayaan yang dimiliki, dan sebagainya. Akan tetapi, secara budaya hal tersebut memiliki keraguan dan kontroversi dari

---

<sup>13</sup>Jonathan Friedman. *Cultural identity and Global Process*. Londe, Thousand Oaks, and New Delhi: Sage Publications, 1994:202.

segi kebenarannya. Tetapi untuk kepentingan kali ini, hal tersebut hanya dibangun oleh karena kesepakatan masyarakat.

Tetapi hal ini, harus lebih dipahami, baik bagi yang menyelenggarakan maupun yang datang agar lebih kritis bahwa ditingkat mana produk-produk yang dilihat dan disampaikan oleh instruktur pariwisata. Kadang kala, para instruktur tersebut juga tidak mengetahui dengan pasti apa sesungguhnya yang terjadi. Semua refrensi yang disampaikan hanya juga oleh karena di dengar dari mulut ke mulut, setelah beberapa generasi, oleh karena sistem penyampaianya melalui oral, tentu saja tidak akan dipungkiri akan pasti banyak yang berubah informasi, pemahamannya, penginterpretasinya, dan strategi penyampaikannya. Tidak jarang demi kepentingan pariwisata banyak sekali dibangun wacana agar wisatawan tertarik dengan cerita-cerita yang sengaja direkayasa (manipulasi). Misalnya dikatakan kuburan tersebut keramat yang pernah satu malam berpindah oleh karena kesaktian seseorang. Bahkan cerita-cerita tersebut

banyak yang dilebih-lebihkan agar menjadi sangat menarik. Praktik tersebut yang akan menimbulkan manipulasi budaya yang diwacanakan kepada masyarakat dan kepada publik. Cerita-cerita objek yang tidak diketahui kebenarannya dan bahkan kadang berubah-ubah. Dari objek tersebut belum tentu isiannya sesuai dengan apa yang diwacanakan. Dengan demikian, dinas pariwisata (pemerintah) kerjasama dengan masyarakat (pendukung) dan pihak lainnya sebagai distributor telah melakukan pembohongan publik dan generasi berikut. Bila terjadi pembohongan publik, pengkoropsian nilai-nilai budaya akan berdampak kepada masyarakat dan generasi penerus.

### **Dampak Pariwisata.**

Kepentingan budaya sebagai sebuah objek, memunculkan berbagai wacana-wacana terkait manipulasi benda-benda secara tidak disadari yang berakibat manipulasi budaya. Dampak positif dalam pengembangan pariwisata adalah (1) perluasan lapangan kerja, (2) tumbuhnya motivasi meningkatnya kegiatan kesenian, (3) perluasan sosio-kultural masyarakat melalui pariwisata

dengan perjumpaan berbagai kebudayaan.<sup>14</sup>

Benda-benda sebagai identitas sosial dan pembawa makna sosial, misalnya dalam pemanfaatan dalam upacara, benda-benda sebagai sarana yang mampu menciptakan dan mengerakkan asumsi dan keyakinan budaya, menjadikan keyakinan tersebut sebagai realitas, fakta, yang oleh Douglas dan Isherwood disebut sebagai kekonkritan (*concreteness*).<sup>15</sup> Benda-benda tersebut memiliki petanda atau penampilan identitas. Bagi Douglas dan Isherwood tidak memasukkan pertimbangan sistem produksi, publikasi, dan komunikasi modern, seperti: tv, film, iklan, yang mempengaruhi penilaian individu. Benda sebagai media sederhana dijadikan sebagai media “non verbal” untuk kemampuan kreatif manusia.<sup>16</sup> Dengan demikian, berbagai cara individu maupun masyarakat memberikan dan membuat pemaknaan

sosial bagi benda-benda tersebut, di mana benda-benda tersebut sesungguhnya telah memiliki kehidupan sosialnya sendiri. (benda bersifat sosial dan budaya).

Oleh karena praktik kapitalis tidak jarang masyarakat sebagai korban kemiskinan, terutama di Dunia Ketiga. Berbeda dengan konsep masyarakat miskin tidak berharta, serba kekurangan, berpenghasilan rendah dan sebagainya. Akan tetapi menurut pandangan kapitalis internasional di Dunia Ketiga di mana memiliki karakteristik sebagai berikut. (1) memiliki *image of limited good* yang serba terbatas, (2) rapuh dalam prakarsa dan kemampuan untuk mencipta atau melahirkan sesuatu yang baru, (3) memiliki pandangan yang bergantung pada nasib, (4) berada pada struktur yang sempit, diremehkan harkat dan martabatnya, dan (5) terkungkung dalam jebakan miskin. Semua itu bukan kesalahan masyarakat, akan tetapi oleh karena kapitalisme yang berkuasa. Masyarakat dimiskinkan, baik dari segi kultural, sosial, ekonomi, dan politik. Masyarakat dimiskinkan oleh komodifikasi pariwisata yang

---

<sup>14</sup>Wayan Geriya. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global: Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Upada Sastra, 1995:12.

<sup>15</sup>Douglas dan Isherwood dalam Celia Lury. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998:17.

<sup>16</sup>*Ibid*, p. 20.

mengakibatkan mereka dimiskinkan, baik secara struktural maupun kultural. Yang dimaksud dengan miskin secara struktural adalah di mana masyarakat tidak mendapatkan apa-apa, baik fasilitas atau peluang sebagai sumber pendapatan. Sedangkan miskin kultural di mana masyarakat secara umum akan dimiskinkan dengan keaburan identitas. Dampak dari pariwisata dan komodifikasi dan manipulasi budaya akan membangun mitos baru atas budaya di masyarakat. Hal demikian akan mengaburkan identitas ataupun memutuskan rantai/hubungan antar generasi pada masyarakatnya.

## **PENUTUP**

Di era globalisasi, pariwisata tidak hanya menjadi kebutuhan orang-orang tertentu. Pariwisata menjadi kebutuhan, tergantung kepentingan, jangkauan, dan kebutuhan para pengunjungnya (*visit*). Tampaknya pariwisata menjadi suatu lahan industri yang cukup menjanjikan, baik kepada pemerintah maupun masyarakat. Tidak dipungkiri berapa besar pemasukan yang dikantongi melalui industri pariwisata. Ekonomi dan kesejahteraan dapat dijadikan sebagai ukuran

minimal yang dicapai. Lapangan pekerjaan, hotel, market lokal, dapat dihidupkan yang serta merta dapat meningkatkan pembangunan ekonomi setempat.

Namun tidak dapat dipungkiri dibalik hal-hal yang positif tersebut terdapat juga hal-hal yang dianggap negatif. Perubahan, pergeseran ideologi masyarakat dapat juga menjadi lahan kapitalis. Semua berkembang menjadi produk industri yang memiliki nilai jual. Tidak tertutup kemungkinan segala sesuatu menjadi ladang komodifikasi, apakah barang, misi, visi, tubuh, ideologi, kepercayaan, dan adat istiadat masyarakatnya. Dengan demikian, kematian atau yang lebih tepatnya disebut sebagai kemunduran filosofi akan terjadi oleh karena manipulasi (pendauran ulang) demi kepentingan ekonomis. Komodifikasi yang dilakukan tidak jarang terjebak apada terjadinya manipulasi yang berakibat pada pengkerdilan nilai budaya lokal, dan pembohongan publik.

Dalam pengembangan pariwisata budaya agar lebih dilakukan pembinaan terkait pelayanan yang bersifat trampil dan jujur. Bagi pihak

penyelenggara pariwisata, seperti pemerintah (dinas pariwisata) agar memberikan worksop terkait dengan pelayanan. Pemerintah kerjasama dengan pariwisata agar lebih membina masyarakat penyelenggar untuk lebih cerdas dalam pengembangan wacana-wacana yang menjauhkan praktik yang berisi manipulasi publik.

Bagi pemerintah daerah agar lebih mengembangkan pariwisata budaya, baik historis, etnik, alam, lingkungan sebagai ikon/identitas budaya lokal. Perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah, baik secara konseptual maupun kontekstual, arah, isian dan muatan wisata lokal yang dimiliki agar lebih berkarakter. Pentingnya mewacanakan pariwisata yang berlandaskan pariwisata kerakyatan. Artinya dalam pengembangan tersebut masyarakat benar-benar dilibatkan sebagai patner pemerintah dalam pengembanagn pariwisata daerah. Dalam arti sempit partisipasi masyarakat diartikan sebagai keikutsertakaan dalam pengembangan ataupun pemanfaatan hasil-hasilnya. Dalam pandangan yang lebih luas, partisipasi dapat berarti *partnership* atau kemitraan, baik dengan

pemerintah, masyarakat maupun berbagai *steakholder*.

Pemerintah dalam hal ini patut berperan aktif membagun infrastruktur maupun pengembangan litbang. Sektor pariwisata harus memiliki hubungan kerjasama dengan lembaga pendidikan pariwisata dalam meningkatkan pengetahuan yang proposisinya jauh lebih besar karena nilai jual adalah jasa sehingga aktivitasnya tidak perlu mengeksploitasi alam apabila unggulannya adalah produk pariwisata budaya. Keunggulan yang dimiliki hendaknya dikembangkan bukan lapisan luarnya saja, tetapi juga karakternya, nilai-nilai yang dimiliki yang positif bagi pencitraan budaya lokal maupun bangsa.

## BIBLIOGRAFI

- Douglas dan Isherwood dalam Celia Lury. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Emanuel Richter dalam Suhanadji dan Waspodo TS. 2004. *Modernisasi dan Globalisasi: studi Pembangunan dalam Perspektif Global*. Yogyakarta: Insan Cendikia.
- Fairclough. 1995. *Discourse and Social Change*. Chambridge: Polity Press.
- James Spillane. 1999. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan*

- Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Jonathan Friedman. 1994. *Cultural identity and Global Process*, Londe, Thousand Oaks, and New Delhi: Sage Publications.
- Peter. L. Berger. 1990. *Revolusi Kapitalis* (terjemahan), Jakarta: LP3ES.
- Pitana. 2004. "Pariwisata Mengkomodifikasi Seni", dalam *Jurnal Kajian Budaya*, Volume 2, Nomor 4, Universitas Udayana, Juli.
- R.M. Soedarsosno. 2002. *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Stephen K. Sanderson. 2003. *Makro Sosiologi, Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial* (terjemahan). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Valene Smith, Host and Guests. 1989. *The Antropology of Tourism Philadelphia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wayan Geriya. 1995. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global: Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Upada Sastra.
- Yekti Maunati. 2006. *Identitas Dayak: Komodifikasi dan Politik Identitas*. Yogyakarta: LKIS.
- Yoshihara Kunio. 1990. *Kapitalisme Semu Asia Tenggara* (terjemahan). Jakarta: LP3ES.

# EKSPRESI SENI

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni

ISSN: 1412-1662  
Volume 14,  
Nomor 2,  
November 2012

**Abadih**  
TERGUGAT EKISTENSI DENDANG-DENDANG  
CUPAK-SOLOK DI ERA GLOBALISASI!

**Agus Setiyo**  
PENGALAMAN PEMBELAJARAN MUSIK MELAYU  
DI ISIPADANGPANJANG

**Andi Sidiq**  
SALUANG SIRIMPAN: ALAT MUSIK TIUP TRADISIONAL  
DI MINANGKABAU TERISOLASI

**Arifandi**  
PERKEMBANGAN KESENIAN KUDA KEPANG  
DI SARAWAKUNTU BIRANGKABAU

**Harjanto**  
KONSEP SEMIOLOGI VERBALISASI MAKNA MUSIKAL  
DALAM MASYARAKAT MULTIKULTURAL

**Pramono Nugroho**  
KESENIAN TRADISIONAL DAN REVITALISASI

**Edyono**  
DIMENSI ESTETIKA PERTUNJUKAN SAMAUNG DENDANG  
DI MINANGKABAU DALAM SAGURAU

**Endang Nurwati**  
METODE LATIHAN TEATER MELALUI EKSPLOKASI PSIKOLOGIS

**Kurnati**  
SITI MANGSOPON: SEBUAH CATATAN SEJARAH  
DALAM PERTUNJUKAN KARYA SENI TEATER

**Yusuf**  
ORKESTRASI MUSIK SINGKRETIK "KATUMBAR"  
DI NAGARI LIMA PULUH-PARIAMAN

EKSPRESI SENI Vol. 14 No. 2 Hlm. 148-280 Padangpangang November 2012 ISSN 1412-1662

Ditertbitkan oleh:  
Peneliti Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni (JIPUS) Pusat Penelitian dan Dokumentasi (PUSINDOK)  
Seni Budaya Melayu  
Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpangang

# EKSPRESI SENI

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni

ISSN: 1412-1662  
Volume 13,  
Nomor 2,  
November 2011

**Devi Endang**  
INTERDEPENDENSI SENI TARI DAN MUSIK IRINGANNYA

**Imad Yakin**  
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN OBSE SERTA  
IMPLEMENTASINYA TERHADAP TEKNIK PERMAINAN

**Khamrus**  
BONGGOL KAYU SEBAGAI MEDIA EKSPRESI KRIYA LOGAM

**Maria Eliza**  
TEATER TITUP KUKUNG TUPALUJANG  
MENJADI SPIRIT TEATER MODERN

**Sofia Khamati**  
KOMODIFIKASI KESENIAN TRADISIONAL  
WACANA ESTETIKA POSTMODERN DALAM PARWISATA

**Sifika Heman**  
SASTRALISAN LOKAL SEBAGAI PEMBANGUN PELOJOKAN MORAL

**Hidya Fuli**  
ESTETIKA MUSIK TALENIPONG LAGU DENDANG  
DI NAGARI LIMBANANG

**Riza Muliati**  
PERLAWANAN PEREMPUAN DALAM KARYA DUA KOREOGRAFER:  
HARTATI DAN BUSASRITA (ORAVIANI)

**Manop Winthipon**  
PIPU: TRADITION IN MAINLAND SOUTH EAST ASIAN NATIONS:  
TRADITIONAL MUSIC IN THAILAND AND CAMBODIA

**Sasandra Jaya**  
STRUKTUR DALAM RITME:  
DRAMATISASI KEHIDUPAN LAMBA-LAMBA DALAM KOMPOSISI MUSIK INOVATIF

EKSPRESI SENI Vol. 13 No. 2 Hlm. 118-212 Padangpangang November 2011 ISSN 1412-1662

Ditertbitkan oleh:  
Peneliti Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni (JIPUS) Pusat Penelitian dan Dokumentasi (PUSINDOK)  
Seni Budaya Melayu  
Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpangang