

EKSPRESI SENI

ISSN: 1412-1662

Volume 13,
Nomor 2,
Nopember 2011

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni

Delfi Enida

INTERDEPENDENSI SENI TARI DAN MUSIK IRINGANNYA

Imal Yakin

**SEJARAH DAN PERKEMBANGAN OBOE SERTA
IMPLEMENTASINYA TERHADAP TEKNIK PERMAINAN**

Khairunas

BONGGOL KAYU SEBAGAI MEDIA EKSPRESI KRIYA LOGAM

Meria Eliza

**TEATER TUTUR KUNOUNG TUPAI JANJANG
MENJADI SPIRIT TEATER MODERN**

Selvi Kasman

**KOMODIFIKASI KESENIAN TRADISIONAL
WACANA ESTETIKA POSMODERN DALAM PARIWISATA**

Silfia Hanani

SASTRA LISAN LOKAL SEBAGAI PEMBANGUN PENDIDIKAN MORAL

Nadya Fulzi

**ESTETIKA MUSIK TALEMPONG LAGU DENDANG
DI NAGARI LIMBANANG**

Roza Muliati

**PERLAWANAN PEREMPUAN DALAM KARYA DUA KOREOGRAFER:
HARTATI DAN SUSASRITA LORAVIANTI**

Manop Wisuttipat

**PIPAT TRADITION IN MAINLAND SOUTHEAST ASIAN NATIONS:
TRADITIONAL MUSIC IN THAILAND AND CAMBODIA**

Susandra Jaya

“PIAMAN DALAM RITME”

(IRAMA KEHIDUPAN LAKI-LAKI DALAM KOMPOSISI MUSIK INOVATIF)

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

Vol. 13

No.2

Hlm. 118—247

Padangpanjang,
Nopember 2011

ISSN
1412-1662

Pusat Informasi dan Dokumentasi Seni Budaya Melayu
ISI Padangpanjang

Pengarah

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

Penanggung Jawab/Kepala PUSINDOK

Yunaidi, S.Sn., M.Sn.

Pimpinan Redaksi/Ketua Penyunting

Ediwar, S.Sn., M.Hum.

Penyunting Pelaksana:

Dr. Drs. H. Adirozal, M.Si.

Dr. Nursyirwan, S.Pd., M.Sn.

Dr. Rosta Minawati, M.Si.

Hartitom, S.Pd., M.Sn.

Adi Krishna, S.S., M.Ed.

Drs. Hajizar, M.Sn.

Sulaiman Juned, S.Sn., M.Sn.

Mitra Bestari:

Prof. Dr. Mahdi Bahar, S.Kar., M.Hum. (ISI Padangpanjang-Indonesia)

Prof. Dr. Moh. Anwar Omar Din (University Kebangsaan Malaysia)

Prof. Dr. Dwi Marianto, MFA., PhD. (ISI Yogyakarta-Indonesia)

Prof. SP. Gustami, S.U. (ISI Yogyakarta-Indonesia)

Prof. Dr. Endang Caturwati, S.Kar., M.Hum. (STSI Bandung-Indonesia)

Dr. Jenifer Fraser (Illionis Amerika Serikat)

Dr. Suryadi (University Leiden-Belanda)

Fotografi/Disain Grafis:

Kendall Malik, S.Sn., M.Ds.

Ezu Oktavianus, S.Sn., M.Sn.

Sekretariat:

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

Ilham Sugesti, S.Kom.

Erna Roza, BA.

Catatan: Isi/Materi Jurnal adalah tanggung jawab penulis.

PENGANTAR REDAKSI

“*EKSPRESI SENI*”: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang merupakan sebuah tempat pengungkapan pikiran-pikiran pemerhati seni secara ilmiah, baik kajian bidang keilmuan maupun bidang karya seni. Tentu saja kehadiran *EKSPRESI SENI* dihadapan pembaca akan memberi arti tersendiri untuk mendapatkan informasi tentang berbagai problematik seni yang aktual. Dunia kreativitas bidang kesenian secara berkelanjutan berkembang dengan baik, namun banyak yang tidak tahu dengan perkembangan itu. Banyak karya-karya seni yang perlu sentuhan-sentuan kritik dan saran secara ilmiah, tapi karena medianya yang sangat terbatas, pada akhirnya perkembangan kritik seni kurang berkembang. Agaknya *EKSPRESI SENI* salah satu tempat pengungkapan itu.

Pada kesempatan ini *EKSPRESI SENI* Vol. 13 No. 2, Nopember 2011 menghadirkan penulis-penulis yang memperkaya khsanah apresiasi seni pembaca, yaitu: Delfi Enida dengan judul Interdependensi Seni Tari dan Musik Iringannya; Imal Yakin lebih melihat kepada sejarah dan perkembangan oboe serta implementasinya terhadap teknik permainan.

Kemudian penulis tentang seni karya ditulis oleh Khairunas dengan tajuk Bonggol Kayu Sebagai Media Rkspresi Kriya Logam. Sementara dua penulis lainnya melihat seni tradisi dalam hubungannya dengan pengaruh modern dan postmodern, yaitu Meia Eliza melihat teater tutur kunoung tupai janjang menjadi spirit teater modern. Manakala Selvi Kasman membahas komodifikasi kesenian tradisional wacana estetika posmodern dalam pariwisata.

Penulis yang membahas tentang pendidikan karakter yang terkandung dalam karya sastra adalah Silvia Hanani dengan tajuk tulisannya Sastra Lisan Lokal Sebagai Pembangunan Pendidikan Moral. Kemudian penulis yang membahas estetika musik tradisional adalah Nadya Fulzi dengan judul rulisannya Estetika Musik Talempong Lagu Dendang di Nagari Limbanang. Sementara Roza Muliati mengkaji perlawanan perempuan dalam karya dua koreografer antara Hartati dan Susasrita Loravianti. Penulis lainnya yang sengaja datang dari luar negara ialah Manop Wisuttipat yang menginformasikan tentang musik Thailand dan Camboja dalam judul Pipat Tradition in Mainland Southeast Asian Nation: Traditional Music Thailand and Cambodia.

Penulis teakhir dalam jurnal ini ialah Susandra Jaya yang mengetengahkan hasil karya ciptanya dengan judul Piaman Dalam Ritme: Irama Kehidupan Laki-laki Dalam Komposisi Musik Inovatif.

Tentu saja kehadiran penulis-penulis di atas akan dapat memberikan makna tersendiri bagi perkembangan dunia ilmu pengetahaun dan seni. Dewan redaksi *EKPSRESI SENI* selalu menunggu ungkapan pikiran-pikiran dari pembaca.

PIMPINAN REDAKSI,

DAFTAR ISI

Penulis	Judul
Delfi Enida	INTERDEPENDENSI SENITARI DAN MUSIK IRINGANNYA ...118-126 (hal.)
Imal Yakin	SEJARAH DAN PERKEMBANGAN OBOE SERTA IMPLEMENTASINYA TERHADAP TEKNIK PERMAINAN ...127-140 (hal.)
Khairunas	BONGGOL KAYU SEBAGAI MEDIA EKSPRESI KRIYA LOGAM ...141-149 (hal.)
Meria Eliza	TEATER TUTUR KUNOUNG TUPAI JANJANG MENJADI SPIRIT TEATER MODERN ... 150-162 (hal.)
Selvi Kasman	KOMODIFIKASI KESENIAN TRADISIONAL WACANA ESTETIKA POSMODERN DALAM PARIWISATA ... 163-174 (hal.)
Silfia Hanani	SASTRA LISAN LOKAL SEBAGAI PEMBANGUN PENDIDIKAN MORAL ... 175-183 (hal.)
Nadya Fulzi	ESTETIKA MUSIK <i>TALEMPONG LAGU DENDANG</i> DI NAGARI LIMBANANG ... 184-190 (hal.)
Roza Muliati	PERLAWANAN PEREMPUAN DALAM KARYA DUA KOREOGRAFER: HARTATI DAN SUSASRITA LORAVIANTI ... 191-201 (hal.)
Manop Wisuttipat	PIPAT TRADITION IN MAINLAND SOUTHEAST ASIAN NATIONS: TRADITIONAL MUSIC IN THAILAND AND CAMBODIA ... 202-219 (hal.)
Susandra Jaya	“PIAMAN DALAM RITME” (Irama Kehidupan Laki-laki dalam Komposisi Musik Inovatif) ... 220-245 (hal.)

**KOMODIFIKASI KESENIAN TRADISIONAL
WACANA ESTETIKA POSMODERN DALAM PARIWISATA**

Oleh: **Selvi Kasman***

Abstract: Traditional Art as one of tourism sector object especially cultural tourism experience of transformation bearing various artistic form of culture popular. Tourism capitalism, making traditional art become art show of which have experienced of arts is pseudo tradisonal komodification. Where happened (solidarity akulturasi) between its creator folk art value with audience appetite, and reckon economic value because art possible represent product of social which is is strongest to be attributed to economic bases, economic part, action economic and economic production. That artistry relate at traditional from, but its value, its and symbolism of art the taken off, hence term with art of tourist which is special it is true for the consumption of tourist.

Keywords: Art of tradisonal-modification-pseudo-tradisonal art.

*Penulis adalah Dosen Jurusan Seni Musik Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang.

A. PENDAHULUAN

Sebagaimana seluk beluk seni pertunjukan tradisi di Indonesia yang dimaksud untuk kepentingan pariwisata selalu berada dalam bangkai industri pariwisata, seni pertunjukan yang berpujak pada tradisi sebagai salah satu diantara berbagai daya tarik pariwisata tidak jarang ditempatkan dibarisan depan untuk menyongsong kedatangan wisatawan.

Bahwa seni pertunjukan tradisi telah turun ditempatkan didalam aktifitas industri pariwisata terlihat antara lain dari keragaman upaya yang dilakukan menuju kearah itu, berbagai cara dicari dan ditempuh agar dapat seiring dengan kepentingan pariwisata.

Makin kompleksnya industri pariwisata menyebabkan makin kompleknya kesenian yang dipasarkan untuk wisatawan, baik wisatawan manca negara maupun wisatawan nusantara. Ini berarti, ketika tuntutan kebutuhan wisatawan akan kesenian makin tinggi dan *sophisticated* (canggih), makin tinggi dan canggih pula pemenuhannya melalui kesenian tersebut sebagai (salah satu) produk pariwisata. Pada akhirnya, ketinggian dan kecanggihan ini pula secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan komodifikasi sedemikian rupa kesenian itu sendiri. Meskipun etimologi dan semantiknya sampai saat ini tidak ditemukan dikamus-kamus "Komodifikasi" (*commodification*) merupakan istilah yang sering dipakai oleh para penggagas gejala kebudayaan kontemporer yang maksudnya tidak lain semacam "pandangan" atau mengeskplotasi segala hal untuk mencari keuntungan bisnis (KOMPAS, 2 September 2002). Karl Marx dan Georg Simmel menyatakan akibat dari ekonomi uang yang berdasarkan atas semangat menciptakan

keuntungan sebanyak-banyaknya menakibatkan munculnya gejala komodifikasi diberbagai sektor kehidupan (Turner, 1992:155-138).

Komodifikasi kesenian, yang dengan sendirinya melahirkan berbagai bentuk seni budaya populer, dengan demikian, menjadi konsekuensi logis dan aktivitas peristiwa yang makin menonjolkan aspek-aspek bisnis dan ekonominya, hanya diwilayah keilmuan, gejala seperti ini tidak cukup membutuhkan pembahasan estetika konvensional, yakni estetika modernisme, tetapi melewatinya menuju estetika posmodern, hal ini karena, elemen-elemen budaya yang dominan dalam estetika posmodern tersebut menunjukkan pariwisata budaya itu sendiri pada dasarnya merupakan suatu industri posmodern, padahal kenyataan bahwa pariwisata, khususnya pariwisata budaya merupakan industri posmodern yang didalamnya mengandung estetika posmodern belum menjadi kecenderungan umum dikalangan intelektual, lebih-lebih di Dunia ketiga.

Dalam tulisan ini, penulis berupaya membahas komodifikasi kesenian tradisional, khususnya kesenian yang dianggap populer dalam industri pariwisata, melalui analisis estetika *postmodern* sebagaimana yang menjadi tema tulisan ini. Perlu dikemukakan disini bahwa pembicaraan mengenai estetika *postmodernisme* memiliki tingkat kesulitan yang relatif tinggi, terutama kalau dihubungkan dengan keberadaan

industri pariwisata dalam masyarakat *postmodern* yang sering disebut masyarakat konsumen. Disamping itu, bahan-bahan terkait yang tersedia sangat terbatas. Walaupun ada, bahan-bahan tersebut sulit diperoleh di Indonesia karena diskusi filsafat *postmodernisme*, apalagi estetika *postmodernisme*, sampai saat ini belum cukup luas. Hal ini pula yang menyebabkan tidak banyak penulis dan/ atau intelektual seni di Indonesia yang mencoba merambah, secara agak teoritis, wilayah filsafat *postmodernisme* dan estetika serta, lebih-lebih dalam hubungannya dengan aktivitas kepariwisataan. Sepanjang yang penulis ketahui, belum ada satupun tulisan sejenis tentang permasalahan yang dibahas, lebih-lebih dengan menggunakan pendekatan estetika *postmodern* dan teori-teori komodifikasi dan budaya populer dengan bantuan analisis semiotik.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan kajian ini dapat dirumuskan kedalam pertanyaan-pertanyaan: (1) Bagaimana hubungan antara kesenian, pariwisata dan *postmodernisme* yang melahirkan komodifikasi kesenian dengan budaya populernya, (2) Bagaimana penjelasan estetika *postmodern* bagi proses komodifikasi kesenian tradisional yang menjadi produk pariwisata. Untuk itu kajian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: (1) hubungan antara kesenian, pariwisata dan *postmodernisme* yang mengantar ke proses komodifikasi kesenian dengan budaya

populernya, dan (2) penjelasan estetika *postmodern* dan semiotika yang menyertainya, khususnya dalam seni pertunjukan tradisional. Hasil kajian ini diharapkan memberikan manfaat akademis bagi pengembangan cakrawala teoritis mengenai estetika *postmodern* dalam pariwisata melalui sejumlah bentuk kesenian tradisional mengalami proses komodifikasi. Selain itu, manfaat yang diinginkan adalah adanya masukan yang signifikan bagi perencanaan kepariwisataan, baik pemerintah maupun swasta, seluruh komponen industri pariwisata, khususnya objek dan daya tarik wisata yang diupayakan agar makin berdaya, khususnya para pelaku kesenian (seniman); dan wisatawan penikmat kesenian, baik mancanegara maupun nusantara.

Analisis data yang digunakan dalam kajian ini bersifat kualitatif (*qualitative data analysis*), (Wuisman J.J.J.M, 1996:300). Analisis data kualitatif adalah metode pemadatan data dengan cara mengembangkan taksonomi, sistem klasifikasi deskriptif atau klasifikasi kronologis yang mencakup jumlah keterangan yang terkumpul dan menunjukkan keterkaitannya secara sistematis.

B. PEMBAHASAN

1. Kesenian dalam Industri Pariwisata

Telah dijelaskan bahwa kesenian merupakan salah satu produk dari produk-produk

pariwisata, khususnya di daerah tujuan pariwisata budaya. Pada umumnya kesenian menjadi bagian integral dari objek dan daya tarik wisata (*tourist attraction*) yang di Indonesia sering diistilahkan dengan “objek wisata”. “Kesenian” (“daya seni”, atau daya tarik/ atraksi) sendiri dapat dikatakan salah satu bagian objek dan daya tarik wisata. Kesenian yang dimaksud disini adalah kesenian dalam pengertian yang paling kontroversial, khususnya seni pertunjukan, yang dapat dinikmati dengan indera mata dan telinga, sehingga sifatnya audio-visual.

Industrialisasi pariwisata melibatkan berbagai komponen industri pariwisata yang salah satunya adalah objek dan daya tarik wisata. Kesenian tradisional merupakan bagian dari objek dan daya tarik wisata. Selain kesenian, objek dan daya tarik wisata bisa terdiri dari pemandangan atau hal-hal lainnya yang mampu menimbulkan daya tarik atau pesona. Namun, seperti sudah ditegaskan, posisi kesenian dalam pariwisata (maupun dalam objek dan daya tarik wisata) bersifat dominan. Bahkan toko cinderamata pun dapat dianggap salah satu komponen objek dan daya tarik wisata yang melahirkan kesenian, seperti seni rupa (patung, lukisan, anyaman). Semua ini jadi memiliki alasan yang kuat untuk mengembangkan pariwisata budaya.

Menurut Dwyer dan Forsyth (1996), Terdapat tiga jenis sumber daya dalam lingkungan kepariwisataan, yaitu (1) *natural resources* (sumberdaya alamiah) seperti gunung, pantai,

wilayah liar, lautan, danau, flora dan fauna, iklim, sinar matahari, suhu dan sebagainya, (2) *man-made resources* (sumberdaya buatan) seperti kota historis dan modern, desa, hiburan, campuran antara rekreasi dan olah raga, monumen, situs, bangunan dan relik, museum dan sebagainya, dan (3) *human resources* (sumberdaya manusia) seperti populasi penduduk suatu destinasi, hubungan-hubungan penduduk tersebut, nilai (budaya), identitas, aktivitas seni dan budaya (Dwyer, L, dan P Forsyth 1996:192-222). Sementara menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata (Undang-undang kepariwisataan) ada dua jenis objek dan daya tarik wisata yaitu (1) objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna dan (2) objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata baru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan (Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Pariwisata).

Dwyer dan Forsyth (1996) dan Undang-undang Kepariwisata masing-masing menempatkan kesenian pada sumberdaya manusia (“aktivasi seni dan budaya”) dan objek dan daya tarik wisata karya manusia (“seni budaya”), (Dwyer, L, dan P Forsyth 1996:192-222).

Hubungan antara kesenian masyarakat dan pariwisata di daerah tujuan wisata digambarkan secara akurat oleh McKean (1973) melalui model *partial equivalent structure* (prinsip kesejajaran yang saling menguntungkan) dimana wisatawan, di pihak yang satu, mendapat kepuasan estetis dan masyarakat penyelenggara kesenian memperoleh kepuasan ekonomis (McKean, Phillip Frick 1973 *Cultural Involvement: Tourist, Balinese and the Process of Modernization in a Anthropological Perspective*, Dissertation Departement of Anthropology, Brown University, USA.)

Melalui pariwisata, khususnya pariwisata budaya, gejala posmodernisme pun terjadi di daerah tujuan wisata. Hal ini karena didalamnya terjadi tarik menarik tidak terhindarkan antara kebudayaan (*culture*) dipihak satu dan pariwisata (*tourism*) dipihak yang lain. Tradisi kebudayaan mewakili ekspresi tradisi dan pariwisata mewakili modernitas (ekonomi). Secara eksterm keduanya sangat berbeda. Pada umumnya tradisi kebudayaan memiliki kecenderungan pelestarian sedangkan pariwisata sebagai industri, ingin mengupayakan maksimalisasi aktivitas bisnisnya demi keuntungan. Berbicara ideal, justru dialetika antara tradisi dan modernitas dalam pariwisata budaya menghasilkan posmodernitas pariwisata yang sisi-sisi positifnya bisa dimanfaatkan sedemikian rupa oleh para *stake holder* terkait. Jadi, dapat dikatakan disini bahwa masyarakat daerah tujuan wisata sebagai tauan rumah bisnis pariwisata sudah memasuki alam posmodernitas tersebut. Namun, perlu diperhatikan, dalam pandangan Picard (1996:111), modernisasi masyarakat daerah tujuan wisata tidak didasarkan atas produksi industrial yang pengaruh destruktifnya terhadap struktur sosial terdisional sudah sangat dikenal melainkan oleh produksi budaya sehingga menjadikan terbentuknya suatu masyarakat post-industri yang didasarkan atas pelayanan kepariwisataan, (Picard, Michael 1996

Bali, Cultural Tourism and Touristic Culture. Singapore Apchipelago Press).

2. Proses Komodifikasi dan Terciptanya Budaya Populer

Komodifikasi adalah proses dimana kawasan-kawasan dan lembaga-lembaga sosial, yang perhatiannya tidak hanya memproduksi komoditas dalam pengertian sempit tentang barang-barang yang akan dijual, tetapi juga yang diorganisasikan dan dikonseptualisasikan dari segi-segi produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas (Fairclough, Norman 1995 *Discourse and Sosial Change*. Cambridge: Polity Press).

Komodifikasi merupakan suatu konsep yang luas, yang tidak hanya mencakup masalah produksi komoditas dalam pengertian perekonomian yang sempit tentang barang-barang yang diperjualbelikan. Permasalahan bagaimana barang-barang tersebut didistribusikan dan dikonsumsi termasuk juga didalamnya. Namun, perlu dikemukakan bahwa, berbeda dengan produk barang seperti mobil atau sabun mandi dimana produksi, distribusi, dan konsumsi terjadi pada saat yang berbeda, seluruh proses jasa pariwisata, dalam hal ini kesenian, terjadi pada saat yang sama. Ini berarti, ketika produk pariwisata kesenian tersebut disajikan pada saat itu pula ia dikonsumsi oleh wisatawan. Konsekuensinya adalah, komodifikasi produk wisata berupa kesenian akan berbeda dengan proses yang sama pada produk barang.

Komodifikasi melahirkan budaya konsumsi masyarakat. Munculnya masyarakat

komoditas atau masyarakat konsumen, masa tersebut mengakibatkan timbulnya kebudayaan atau budaya populer. MacCannel menulis, komoditas telah menjadi bagian integral kehidupan sehari-hari masyarakat modern karena bentuk aslinya merupakan suatu representasi simbolik (*advertisement*) dirinya sendiri, yang menjanjikan maupun membimbing pengalaman sebelum terjadinya konsumsi actual (MacCannell, Dean (1987:22).

Tentu apa yang dimaksud “masyarakat modern” oleh MacCannel adalah “masyarakat paling akhir atau masa kini” yang dapat disejajarkan dengan “masyarakat postmodernisme” atau “masyarakat konsumen”. Menurut Piliang (1998:246), dalam masyarakat konsumen, setidaknya terdapat tiga bentuk kekuasaan yang beroperasi dibelakang produksi dan konsumsi objek-objek estetik, yaitu kekuasaan yang beroperasi dibelakan produksi dan kosumsi objek-objek estetik, yaitu kekuasaan capital, kekuasaan produser, serta kekuasaan media masa.

Konsep budaya populer yang digunakan disini dapat dijelaskan dari gambaran Raymond Williams mengenai tiga defenisi yang luas mengenai kebudayaan, yakni (1) suatu proses umum tentang pengembangan intelektual, spiritual dan estetik, (2) suatu cara kehidupan yang khusus bagi orang-orang, suatu periode, atau kelompok, yang disebut *lived cultures* (budaya-budaya yang

hidup) atau *cultural practices* (praktik-praktik budaya), dan (3) karya-karya dan praktik-praktik aktivitas intelektual dan terutama estetika, yang disebut juga *signifying practices* (praktik-praktik penandaan) atau *cultural texts* (teks-teks budaya). Dalam penjelasan ini, bagian (2) dan bagian (3) dapat diacu sebagai budaya populer (Raymond William, 1983:90)

Komodifikasi yang berlebihan menyebabkan *absurditas cultural*. Ini berarti, penampakan gaya yang lahir dari kegilaan manusia mengakomodasi tidak hanya berupa barang yang “nyata” tetapi juga “tidak nyata” dalam irama komodifikasi produksi kesan dan citra yang bertumpuk-tumpuk sebagai suatu simulacrum. Menurut Baudrillard, sebagaimana secara saat bersemangat digambarkan oleh Piliang (1999), *simulacra* adalah tiruan atau model-model realitas sesungguhnya. *Simulacra* adalah sebuah dunia yang dibentuk oleh permainan citra (*game of image*), retorika, serta trik pengelabuan informasi (*disinformation*). *Simulacra* adalah sebuah dunia yang didalamnya ditampilkan sifat kepura-puraan (*perversity*) yang penuh dengan topeng, kedok, dan make up. *Game of simulacra* telah dipertunjukkan dan berjuta pengguna virtualitas telah digelar, dan berbagai citra pervesitas telah dirangkai, yang tujuannya tidak untuk mengungkap kebenaran, tetapi untuk menggambarkan kebenaran itu sendiri (Yasraf Amir Piliang, 1999).

Maksud Baudrillard adalah, perbatasan antara seni dan realitas telah benar-benar menghilang karena keduanya telah jatuh kedalam *simulacrum* universal. *Simulacrum* tercapai ketika perbedaan antara representasi dan realitas antara tanda dan apa yang dirujuknya dalam dunia nyata hancur. Hubungan antara citra yang ditampilkan dan tanda bergerak melalui empat fase sejarah (1) Citra adalah pantulan dari realitas dasar, (2) Citra menopengi dan mengubah/ memalsukan realitas dasar, (3) Citra menandakan tiadanya realitas dasar, (4) Citra tidak mengandung hubungan apapun dengan realitas, jadi mumi simulakrumnya sendiri. Realitas menjadi mubazir karena yang tercapai adalah realitas semu (Yasraf Amir 1999 Piliang, "justice game" : Mengadili Bayang-bayang, KOMPAS, 12 juni).

Bahkan Baudrillard, melalui *sign-value* (nilai-tanda) bergerak melewati konsep Marx dengan *use-value* (nilai guna) dan *exchange-value* (nilai tukar). Ia mengartikan komoditas sebagai sesuatu yang dicirikan oleh nilai tanda tersebut. Fenomena nilai tanda dianggap sangat penting dalam komoditas dan konsumsi dari masyarakat konsumen. Menurut Kellner, pada masyarakat konsumen (yang baru saja dikenal) ini, periklanan, pemasaran, *display*, *fashion*, seksualitas yang "telah teremansipasi", media masa dan kebudayaan, dan *proliferasi* komoditas menggandakan jumlah penandaan dan tontonan, dan menghasilkan proliferasi suatu yang oleh Baudrillard disebut "nilai tanda" (Kellner, Douglas 1994 Introduction: Jean Baudrillard in the fin-de-millennium. Dalam Douglas Kellner (ed) *Baudrillard : A Critical Reader*, hal 1-23. Cambridge: Blacwell).

Dengan menambahkan dimensi sosiologis dan kultur pada teori sosiologis, Baudrillard mengeksplorasi kehidupan tanda dalam masyarakat dan bagaimana apa yang ia namakan nilai-tanda menciptakan suatu dunia periklanan, *fashion* dan konsumsi. "Politik ekonomi tentang tanda"-nya memberikan perspektif-perspektif baru mengenai kebutuhan-kebutuhan konsumen, komunikasi media, dan

integrasi sosial dalam masyarakat. Baudrillard pun mengemukakan kematian ekonomi politik (konvensional) dan juga kematian problematika Marxis dan modernitas itu sendiri (Kellner, Douglas 1994 Introduction: Jean Baudrillard in the fin-de-millennium. Dalam Douglas Kellner (ed) *Baudrillard : A Critical Reader*, hal 1-23. Cambridge: Blacwell).

Dalam pemikiran Marxisme, beroperasi idiologi dalam masyarakat kapitalisme didasarkan atas relasi kata-kata dalam masyarakat, yaitu antara kelas penguasa atau "konseptor (*suprastuktur*)" dan kelas pekerja atau "pelaksana (*basis*)", yang membuat adanya dominasi kelas penguasa atas kelas pekerja. Namun, dalam masyarakat komoditas postmodern, distribusi kekuasaan berbalik, yakni dari atas-bawah ke bawah-atas, atau dari tangan penguasa sentral ke tangan para pelaksana, yang membentuk fragmentasi kekuasaan. Dalam masyarakat komoditas kontemporer, kekuasaan berkembang dari berbagai kelompok sosial di tingkat *peripheral* (produser, perusahaan multinasional, industri informasi, industri hiburan, dan sebagainya yang bisa dikategorikan sebagai agen atau produser kebudayaan), (Ibrahim, Idi Subandi (1997:27-28) *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia*. Dalam Idi Subandi Ibrahim (ed), *Ecstasy Gaya Hidup Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, hal 13-43. Bandung : Penerbit Mizan).

Dalam masyarakat komoditas atau masyarakat konsumen postmodern, agen-agen industri kebudayaan secara bersama-sama membangun kekuasaan. Kekuasaan tersebut dibangun tidak dengan intimidasi dan teror melainkan dengan cara membuat orang merasa "mati" kalau trendy, kaya, cantik, awet muda, dan serba mewah.

Budaya populer memiliki enam defenisi, yaitu budaya yang (1) diskusi secara luas

atau sangat disukai oleh banyak orang, (2) bukan merupakan budaya tinggi, (3) merupakan *mass culture*, (4) berakar dari “*the people*” itu sendiri, (5) merupakan perjuangan antara kekuatan resistensi pada kelompok-kelompok subordinasi dalam masyarakat dan kekuatan inkorporasi pada kelompok-kelompok yang mendominasi dalam masyarakat, dan (6) dalam pemikiran saat ini sedang termasuk dalam debat posmodernisme (John Storey, 1993:6-15).

Budaya posmodernisme tersebut merupakan budaya yang tidak lagi mengakui perbedaan antara budaya tinggi dan budaya populer. Para posmodernis mengklaim bahwa seluruh kebudayaan sekarang adalah *postmodernist culture*. Jameson mengatakan, ciri utama posmodernisme adalah munculnya bentuk baru kedataran dan kedangkalan, sebuah bentuk baru kecintaan akan permukaan (Frederick Jameson, 1991:9).

Sebagai budaya posmodernis, banyak produk pariwisata berupa kesenian dicurigai sebagai pertanda dari kedangkalan budaya dan sering disimpulkan sebagai dampak negatif pariwisata.

3. Keberadaan Estetika Posmodernisme dan Kaitannya dengan Semiotika

Estetika (*aesthetics, esthetics*) dikatakan sebagai studi filosofis mengenai keindahan dan cita rasa. Didalamnya, filsafat seni hanyalah salah

satu bagiannya (The New Encyclopedia Britanica 1997Aesthetics (Esthetics), vol 13 hal 9-24).

Pengertian lain mengenai estetika tentu masih sangat banyak. Namun, tidak ditemukan sumber apapun yang mengetengahkan secara jelas dan rancak pengertian konsep estetika postmodern. Meskipun demikian, konsep jelas dan rancak masih gelap ini justru dapat diterangkan dari keberadaan semiotika yang dalam kenyataannya sangat terkait dengannya. Semiotika (*semiotics*) sendiri tidak lain adalah ilmu tentang tanda. Clifford Geertz menyebut teori kebudayaannya sebagai semiotika, yakni teori tentang tanda dan penggunaannya dalam masyarakat (Piliang, 2001:309). Tanda (*sign*) sendiri adalah unsur dasar dalam semiotika berupa sesuatu yang bersifat fisik yang mengandung makna tertentu.

Untuk menjelaskan apakah sesungguhnya yang diinginkan melalui konsep estetika posmodernisme terkait yang berkenaan dengannya, Piliang secara sangat bagus menggambarkan perbedaan era dan teks kedalam (1) klasik/ pramodernisme, (2) modernism, dan (3) postmodernisme, yang dilihat dari tiga sudut prinsip dan relasi/ pertandaan yang berbeda yang digunakan (Yasraf Amir Piliang 1998:298). *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan 1999:122 *Hiper-realitas Kebudayaan*).

Dalam setiap prinsip tersebut akan kelihatan pada entitas apa suatu bentuk tunduk atau tergantung dan dalam setiap relasi/ pertandaan atau model semiotik akan tampak

bagaimana kaitan penanda didalamnya (lihat gambar).

Hubungan antara Era/ Teks, Prinsip dan Relasi/ Pertandaan dalam Estetika.

Era/ teks	Prinsip	Relasi/ pertandaan (model semiotik)
Klasik/ pramodernisme	Bentuk Mengikuti Makna	Penanda/ makna ideologis
Modernism	Bentuk Mengikuti Fungsi	Penanda/ fungsi
Postmodernisme	Bentuk Mengikuti Kesenangan	Penanda/ penanda (makna) ironis

Sumber: Piliang (1998:298, 1999:122)

Gambar tersebut menjelaskan sendiri era-era atau teks-teks klasik/ pramodernisme, modernism dan postmodernisme, prinsip-prinsip, dan relasi-relasi/ pertanda-pertanda atau model semiotik yang menyertainya.

Contoh-contohnya pun tidak terlalu sukar ditemukan dalam perbendaharaan kesenian. Yang pasti, kalau estetika atau pramodern mengutamakan makna (*meaning*) sesuai dengan prinsip bentuk mengikuti makna (*form follows meaning*) dan estetika modern mengagungkan fungsi atau manfaat dimana bentuk mengikuti fungsi (*form follows function*), tema estetika postmodernisme dengan prinsip “bentuk mengikuti kesenangan” (*form follows fun*) karena kehidupan postmodernisme adalah permainan (main-main) untuk kesenangan (*fun*) belaka.

Estetika postmodernisme tentu tidak seperti estetika modernism yang mengandung

kebakuan dan standar-standar. Menurut Piliang (1998:151), daripada “estetika”, istilah “antiestetika” tampak jauh dari lebih cocok digunakan untuk menjelaskan fenomena estetika dalam era postmodernisme (Yasraf Amir Piliang, 1998:151). Estetika postmodernisme, sebagaimana ditunjukkan oleh Hal Foster dalam *Postmodern Culture* merupakan bentuk-bentuk subversi dari kaidah-kaidah baku estetika modernisme.

Bentuk-bentuk bahasa estetika postmodernisme yang digunakan pun tampak sangat aneh ditelinga masyarakat umum. Diantaranya adalah *pastiche*, *parody*, *kitsch*, *camp*. Skizoprenia. Menurut Piliang, proses produksi dan tanda-tanda proses semiosis dalam masyarakat konsumen dan penerapannya pada wacana estetika postmodernisme mencerminkan bahwa tanda dan makna pada estetika postmodern bersifat tidak stabil, mandua, dan plural,

disebabkan diutamakannya permainan tanda, keterpesonaan pada permukaan dan diferensi, daripada makna-makna ideologis yang bersifat stabil dan abadi (Yasraf Amir Piliang, 1998:306-308). Hal ini dapat dicerminkan dari beberapa bahasa estetik posmodernisme yang bersifat hipereal dan ironis seperti dibawah ini.

Secara umum, *pastiche* adalah karya seni yang elemen-elemennya diambil dari masa lalu sehingga tampak imitative tanpa beban dan kurang orisinal. Parody adalah karya seni yang berisi kritik dan kecaman dengan meniru ungkapan khas gaya tertentu dimana kelucuan dan keabsuran muncul dari distorsi dan plesetan ungkapan yang digunakan didalamnya. *Kitsch* adalah karya seni berselera rendah (*bad taste*) dan bahkan merupakan seni palsu (*pseudo art*) yang sifatnya murahan. *Camp* adalah suatu model estetisme dalam keartifisialan dan stilisasi sehingga merupakan karya seni yang ingin kelihatannya berlebihan, special, glamour, dan vulgar. *Schizophrenia* adalah karya seni dimana rantai petandaan didalamnya putus sehingga tidak ada pertautan yang membentuk ungkapan atau makna dan tidak ditemukan hubungan yang stabil antara konsep atau petanda dan penandanya.

Dengan mengetahui konsep-konsep kebahasaan diatas, tidak terlalu sulit menjawab pertanyaan ini. Yang pasti adalah kedua bentuk seni ini menggunakan seluruh bahasa tersebut

terutama empat atau tiga bahasa yang disebut pertama, tentu dengan kadar yang tidak sama.

Oleh karena kehidupan budaya sebagaimana yang dikatakab Geertz dan Ogilvy kini berstandar pada proses interpretasi yang tanpa akhir, maka pendekatan semiotika yang diperlukan dalam membangun kebudayaan harus mampu mengakomodasi ciri-ciri ketidakpastian, ketidakberaturan, ketidakstabilan, diskontinuitas dan keterputusan ciri-ciri prinsip *saussure* itu (*structural semiotik*) yang dikembangkan oleh Ferdinand deSaussure, yang mengandalkan pada keabadian, kestabilan dan kemantapan tanda, kode dan makna-makna.

Bertentangan dengan semiotik struktural, semiotika yang dikembangkan oleh para pemikir pos-strukturalisme, seperti Jacques Derrida kebudayaan dan Julia Kristeva, lebih mampu mengakomodasi dinamika, ketidakpastian, gejala, dan kegelisahan-kegelisahan yang menceritakan budaya *choos*.

Hanya saja semiotika pos-struktural yang dikembangkan oleh Kristeva dan Derrida ini mengandung bahaya, yaitu dapat terjebaknya kebudayaan kedalam sifat anarkis. Dan sifat inilah yang justru harus dihindari, sementara mempertahankan sifat dinamis interpretasi itu sendiri. Disinilah *strange attractor* budaya (makna) dapat berperan, yakni menjaga kebudayaan agar tetap dinamis, tetapi tidak anarkis.

Apabila kebudayaan adalah objek interpretasi yang tanpa akhir, maka budaya-budaya lokal dan etnik harus selalu melakukan *reinterpretasi* terhadap warisan-warisan yang ada, dengan cara “membentukannya” dengan kebudayaan kontemporer, khususnya budaya globalisasi dewasa ini. Tidak ada sebuah jawaban definitif terhadap budaya (politik, ekonomi, komunikasi) lokal itu sendiri. Kebudayaan lokal harus “bereaksi” terhadap budaya global dengan caranya masing-masing yang unik baik menerima atau menolaknya, khususnya dengan selalu “memperbaharui” dirinya sendiri, sesuai dengan keunikan ideologinya masing-masing. Ia harus selalu terbuka terhadap penciptaan baru melalui reinterpretasi terhadap sesuatu yang telah usang (Yasraf Amir Piliang, 2001:309-311).

Maksud Piliang adalah, karena kebudayaan global merupakan arena perang tanda (*war of sign*), maka kebudayaan lokal yang tidak melakukan reinterpretasi didalamnya hanya akan kandas dalam perang tanda tersebut. Untuk itu, yang harus dilakukan adalah masuk dan ikut kedalam *the semiotics battle front* tersebut. Piliang menyatakan, setiap unsur budaya (politik, ekonomi). Komunikasi lokal harus mampu menciptakan skenario-skenario normatif masa depan masing-masing yang spesifik, sesuai dengan posisi pemaknaan yang diinginkan dalam kontak pasar tanda (*semiotic market*) global (Yasraf Amir Piliang, 2001:311).

Seni pertunjukkan wisata disebut juga dengan sejumlah istilah, diantaranya *art by metamorphosis* (seni metamorphose), *art of articulation* (seni akulturasi) *pseudo-tradisional art* (seni tradisional semu). Disamping *tourist art* (seni wisata). Disebut seni metamorphose karena suatu kesenian telah mengalami perubahan bentuk yang signifikan. Dikatakan seni akulturasi karena kesenian tersebut merupakan hasil perpaduan antar nilai seni tradisional penciptanya dan selera penonton (orang-orang lain) yang menikmatinya. Dinamakan seni tradisional semu karena meskipun masih mengacu pada bentuk-bentuk tradisional, nilai-nilai tradisional, kesakralannya dan simbolisme kesenian tersebut tertanggalkan. Diistilahkan seni wisata karena kesenian tersebut memang dibuat secara khusus untuk konsumsi wisatawan.

Dalam produk pariwisata. Khususnya produk paket wisata, eksploitasi terjadi hampir dalam seluruh jenis kesenian yang menjadi bagian dari produk tersebut. Ketika kesenian-kesenian itu dipertunjukkan secara eksploitatif demi uang. *Law enforcement* (penegakan hukum) keputusan gubernur tersebut oleh yang seharusnya berwenang untuk itu menjadi lemah. Hal yang ironis terjadi sebab dalam hal ini seperti ada kesenjangan bahwa penegak aturan ini pun tampak tidak ingin menjamah pelanggaran tersebut terlalu jauh. Biasanya penegakan hukum baru dilaksanakan secara konsekuen ketika

masyarakat (lewat media massa) benar-benar melakukan protes.

C. PENUTUP

Kesenian tradisional yang dikomodifikasi merupakan jenis-jenis karya rendah sebagai salah satu ciri dari produk-produk budaya populer dari proses komodifikasi.

Kapitalisme pariwisata di daerah tujuan wisata yang dibungkus oleh sihir pesona diskursus pariwisata budaya menyebabkan bentuk seni populer mengalami komodifikasi, yakni proses perdagangan demi keuntungan sebesar-besarnya. Kesenian pun menjadi urusan ekonomi dan sebaliknya. Apabila masih sebatas kriteria “kepatutan, kewajaran, dan kepantasan”, hal ini merupakan sesuatu yang manusiawi, dan bukan suatu dosa, apalagi mengacu pada pepatah Cina yang mengatakan “perut tidak bisa menunggu”.

Untuk itu, seandainya komodifikasi didalamnya harus ditolah atas nama “kemurnian kebudayaan” misalnya, pernyataannya adalah, sejauh manakan semua ini telah melanggar “kepatutan, kewajaran, dan kepantasan” tersebut melalui suatu mekanisme parameter kuantitatif-kualitatif yang konsisten dan konsekuen. Ini bukan suatu persoalan yang mudah.

Kenyataan komodifikasi dengan demikian harus diterima. Menurut Engles seni mungkin merupakan produk sosial yang paling kuat “dihubungkan” dengan basis ekonomi, namun disisi lain, ia juga merupakan bagian dari basis ekonomi, satu jenis tindakan ekonomi, satu jenis produksi komoditi, diantara jenis-jenis tindakan dan produksi ekonomi lainnya.

BIBLIOGRAFI

- Baudrillard, Jean. 1993. *Symbolic Exchange and Death*. New York: Semiotext(e).
- Dibia, I Wayah. 2000. *Kecak, The Vocal Chant of Bali*. Denpasar: Hartanto Art Books Studio
- Dwyer, L, dan P Forsyth. 1996. *Valuing heritage conversation*. Dalam M. Hitchcock (Peny). *The International Conferences on Tourism and Heritage Management toward a Sustainable Future : Balancing Conservation and Development*.
- Eagleton, Terry. 2002. *Marxisme & Kritik: Sastra* (terjemahan). Jakarta: Desantara.
- Fairclough, Norman. 1995. *Discourse and Sosial Change*. Cambridge: Polity Press.
- Idi Subandi Ibrahim. 1997. *Ectacy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam “Masyarakat Komoditas” Indonesia*. Dalam Idi Subandi Ibrahim (ed), *Ecstasy Gaya Hidup Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Bandung : Penerbit Mizan.
- Jameson, Frederick. 1991. *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*. London Verso
- Kellner, Douglas. 1994. *Introduction: Jean Baudrillard in the fin-de-millennium*. Dalam Douglas Kellner (ed) *Baudrillard : A Critical Reader*, Cambridge: Blacwell.
- Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Bali Normor 194 tentang Pengaturan Kesenai Daerah di Propinsi Daerah Tingkat I Bali.

- Kompas. 2002. Hantu sebagai Hiburan. ..., 28 September, hal 13
- MacCannell, Dean. 1976. *The Tourist, A New Theory of the Leisure Class*. London : The MacMillan Press, Ltd.
- McKean, Phillip Frick. 1973. Cultural Involution: Tourist, Balinese and the Process of Modernization in a Antropological Perspective, Dissertation Departement of Antropology, Brown University, USA.
- I Gede Mudana, 1997. Kesenian, Fokus Budaya Bali? Bali Post, 21 juli.
Industrialisasi Pariwisata Budaya di Bali: Studi Kasus Biro Perjalanan Wisata di Kelurahan kuta/ Tesis Program Studi Magister (S2) Kajian Budaya, Universitas Udayana, Denpasar:2000.
- Perda (Bali) Nomor 3 tahun 1991 tentang Pariwisata Budaya.
- Picard, Michael. 1996. *Bali, Cultural Tourism and Touristic Culture*. Singapore Apchipelago Press.
- Yasraf Amir Piliang. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan
- 1999 *Hiper-realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS
- 1999a "justice game": Mengadili Bayang-bayang , KOMPAS, 12 juni.
- 2001 *Sebuah Dunia yahg Menakutkan, Mesin-mesin Kekerasan dalam Jagat Raya Chaos*, Bandung: Mizan
- I Gede Pitana. 1999. Internasionalisasi dan Tradisional: Pariwisata dan Dinamika Sosial-budaya Masyarakat Bali. Makalah matrikulasi Program Studi Magister (S2) Kajian Budaya Universitas Udayana, Denpasar, 20 Juli.
- Rendra. 1996. *Potret Pembangunan dalam Puisi*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- RM. Soedarsono.1999. *An Introduction Guide to Culture Theory and Popular Culture*, New York: Harvester Wheatsheaf.
- Storey, John. 1993. *An Introduction Guide to Culture Theory and Popular Culture*: Ney York: Harvester Wheatsheaf.
- The New Encyclopedia Britanica. 1997. Aesthetics (Esthetics), vol 13 hal 9-24.
- Turner, Bryan S. 1992. *Max Weber: From Historyto Modernity*, London : Routledge.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Pariwisata (Undang-undang Kepariwisataaan).
- William, Raymond. 1983. *Keywords*. London : Fontana.
- Wuisman, J.J.J.M. 1996. *Penelitian ilmu-ilmu Sosial, Asas-asas (Jilid 1)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia