

KOMODIFIKASI KESENIAN TRADISIONAL CALENGSAI DAN PERKEMBANGAN BUDAYA CINA

Dyah Tjaturrini, Nunung Supriadi

Program Studi D3 Bahasa Mandarin Jurusan Asia Timur
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman
dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id, nunung.supriadi@unsoed.ac.id

Abstrak

Komodifikasi adalah proses terjadinya perubahan barang atau layanan yang sebelumnya mengikuti aturan sosial non-pasar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar. Kesenian tradisional yang semula sebagai subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya, kemudian berubah menjadi objek berupa benda yang harus diperjualbelikan melalui proses produksi budaya. Dari sinilah lahir komodifikasi budaya berupa transaksi jual beli benda budaya berupa kesenian tradisional. Perkembangan suatu budaya dipengaruhi oleh kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi serta keinginan dari masyarakat itu sendiri untuk berkembang. Budaya merupakan cerminan sebuah masyarakat, salah satunya adalah kesenian tradisional. Sebagai salah satu sarana merepresentasikan identitas masyarakat pendukungnya, harus dilakukan satu upaya agar kesenian tradisional tersebut dapat terus hidup di dalam situasi masyarakat yang sudah mengalami perubahan baik sosial maupun budaya. Perubahan yang terjadi dalam masyarakat bukan hanya dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saja, tetapi juga keinginan dari masyarakat itu sendiri untuk menyesuaikan dengan kemajuan zaman yang terjadi. Salah satu kesenian tradisional yang harus dipertahankan adalah barongsai. Agar mampu bertahan dalam masyarakat yang telah mengalami perubahan, barongsai berkolaborasi dengan kesenian tradisional Banyumas yaitu calung dan lengger. Kolaborasi ini menghasilkan satu kesenian baru yaitu calengsai yang mengalami komodifikasi untuk menjadikan kesenian tradisional bernilai jual. Selain bernilai jual, komodifikasi dalam calengsai juga merupakan upaya mempertahankan kesenian tradisional. Metode yang diterapkan di dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teori Komodifikasi dari Vincent Mosco. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisipan dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah seberapa jauh komodifikasi yang terjadi dalam calengsai mempengaruhi perkembangan budaya Tionghoa yang akan ditulis dalam sebuah artikel jurnal.

Kata kunci : komodifikasi, calengsai, kolaborasi, representasi, perubahan sosial budaya

A. PENDAHULUAN

Modernisasi adalah suatu proses transformasi dari suatu perubahan ke arah yang lebih maju atau meningkat di berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat. Dapat dikatakan pula modernisasi merupakan suatu proses perubahan dari kehidupan masyarakat yang tradisional ke arah modern. Modernisasi dapat memberikan dampak positif dan negatif dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Dampak positif antara lain berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan ini dapat dirasakan oleh masyarakat yang dapat digunakan untuk mendorong ataupun meningkatkan kualitas kehidupan. Contohnya adanya komputer, laptop, dan handphone.

Dampak positif lain selain berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi adalah tingkat kehidupan yang lebih baik. Jika kita amati kehidupan manusia dari waktu ke waktu mengalami peningkatan yang dapat kita lihat dan rasakan secara nyata. Contohnya dengan semakin berkembang dan majunya teknologi hal ini membuat memudahkan pekerjaan, pekerjaan yang biasa dilakukan oleh tenaga manusia dapat dilakukan lebih efektif dan efisien dengan menggunakan mesin. Perubahan tata nilai dan sikap pun mengalami perubahan yang sangat besar. Terjadinya inovasi dan difusi dalam kebudayaan. Hal ini dapat mengubah nilai dan sikap masyarakat yang sebelumnya irasional menjadi rasional dan mendorong manusia menjadi lebih kreatif untuk mempertahankan kebudayaannya.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat sangat berpengaruh besar dalam perubahan sosial budaya. Dampak buruk yang terjadi adalah perubahan sosial didalam masyarakat akibat masuknya pengaruh negara luar dan menghilangkan kebudayaan asli suatu negara. Kebudayaan selain memiliki peranan yang sangat besar dalam proses pembangunan dan pengembangan karakter bangsa juga memiliki fungsi sebagai alat untuk merepresentasikan identitas masyarakat pendukungnya. Kebudayaan mencakup banyak unsur salah satunya adalah kesenian. Tiap-tiap daerah pasti memiliki kesenian daerah dengan keistimewaan dan kekhasan yang tidak dimiliki oleh kesenian di daerah lain. Kesenian daerah/tradisional dapat dilihat sebagai identitas kultural masyarakat pendukungnya yang berfungsi secara sosial dan ritual. Kesenian tradisional ini juga dipercaya masyarakat pendukungnya tidak sekadar sebagai hiburan yang menciptakan kegembiraan, namun juga menjadi media yang mampu memfasilitasi doa dan harapan mereka. Saat ini selain terjadi perubahan dalam penyajian kesenian tradisional dalam berbagai gaya dan variasi, namun secara fungsional hal itu juga merupakan bentuk strategi adaptif masyarakat pendukung dalam mempertahankan dan melestarikan kesenian tradisional.

Kebudayaan menjadi salah satu alat/media yang sangat mudah dan sering digunakan sebagai jembatan terjadinya akulturasi antarmasyarakat dan budaya. Kebudayaan memiliki arti yang berbeda-beda menurut para ahli. Kebudayaan dalam arti luas adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar, sama seperti yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (1985: 180) tentang arti kebudayaan. Kebudayaan juga merupakan suatu sistem yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Bentuk simbolis yang berupa bahasa, benda, musik, kepercayaan, dan aktivitas-aktivitas masyarakat yang mengandung makna kebersamaan merupakan cakupan budaya.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi selain memberikan dampak seperti yang telah dijelaskan di atas, juga memberikan dampak positif. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin memperbesar peluang terjadinya pertemuan dan persinggungan budaya antarbangsa. Pertemuan antarbangsa mengakibatkan terjadinya saling mempengaruhi, saling menggunakan, saling bercampur, saling berasimilasi, serta kerja sama (di segala bidang) (Caturwati, 2008 :100). Salah satu bidang akibat pertemuan dan persinggungan budaya antarbangsa adalah kesenian. Kesenian terbagi menjadi dua yaitu kesenian tradisional dan modern. Kesenian tradisional pada masanya dahulu memiliki fungsi yang berbeda dengan sekarang. Kesenian tradisional dahulu berfungsi salah satunya adalah sebagai fungsi ritual. Seni tersebut dipersembahkan atau dilakukan untuk menghormati para leluhur, dewa atau Sang Pencipta (Holt, 2000 : 124).

Adanya pertemuan dan persinggungan budaya antarbangsa/antarmasyarakat, dapat mengakibatkan terjadinya interaksi yang intens antarbangsa/antarmasyarakat dan antarbudaya. Pertemuan dan persinggungan antarbangsa/antarmasyarakat tidak hanya berdampak pada bidang budaya tetapi berdampak pula pada nilai-nilai lokal yang dianut. Pertemuan dan persinggungan budaya antarbangsa/antarmasyarakat menyebabkan terjadinya perubahan

sosial budaya. Menurut Soemarjan, perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola perilaku diantara kelompok dalam masyarakat menurutnya, antara perubahan sosial dan perubahan kebudayaan memiliki satu aspek yang sama yaitu keduanya bersangkut paut dengan suatu penerimaan cara-cara baru atau suatu perbaikan cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Dan perubahan sosial bisa disebabkan dari berbagai sumber seperti penambahan penduduk yang akan menimbulkan perubahan ekologi dan dapat menyebabkan perubahan tata hubungan antar kelompok sosial (Soemardjan dalam Fatikhatin, 2013 : 22). Timbulnya perubahan juga bisa disebabkan karena adanya perubahan ideologi dasar suatu masyarakat atau perubahan orientasi dari masa lampau ke masa depan yang akan menimbulkan kekuatan. Inovasi berkembang bersamaan dengan proses menghilangnya kebiasaan-kebiasaan lama itu disebabkan karena terjadinya perubahan yang sangat cepat (Ranjabar, 2015 : 5)

Seperti yang dikatakan oleh Ranjabar bahwa perubahan yang sangat cepat dapat mendorong tumbuhnya keinginan berinovasi. Pertemuan dan persinggungan budaya antarmasyarakat/antarbangsa mengakibatkan salah satu kesenian tradisional di Banyumas berkolaborasi dengan kesenian tradisional Cina. Kesenian tradisional Banyumas yaitu calung dan lengger berkolaborasi dengan kesenian tradisional Cina yaitu barongsai menjadi calengsai melalui akulturasi.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian ini tidak dapat dilakukannya di laboratorium dan harus melalui proses pengumpulan data yang tepat dan sesuai. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah observasi non partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami sering disebut dengan *naturalistic inquiry* atau *field study*. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh penulis.

TEORI KOMODIFIKASI

Penulis mengambil teori komodifikasi dari Mosco yang menyoroti aspek isi media, khalayak, dan pekerja sebagai aspek-aspek komodifikasi atau komoditas yang diterima pasar. Dengan kekuatan penyebarannya yang begitu luas, media massa kemudian dianggap tidak hanya mampu menentukan dinamika sosial, politik dan budaya baik dalam tingkat lokal, maupun global, akan tetapi media massa juga mempunyai peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan yang disebarkan lewat iklan di media massa, peningkatan penjualan produk dan jasa sangat memungkinkan untuk terjadi ketika audiences terpengaruh terhadap pesan yang ditampilkan melalui media massa tersebut (Mosco 2009 : 129-139)

Pendapat Mosco diperkuat oleh pandangan Marx tentang komoditas berakar pada orientasi materialisnya, dengan fokus pada aktifitas-aktifitas produktif pada aktor. Pandangan Marx adalah bahwa di dalam interaksi-interaksi mereka dengan alam dan dengan para aktor lain, orang-orang memproduksi objek-objek yang mereka butuhkan untuk bertahan hidup. Objek-objek ini diproduksi untuk digunakan oleh dirinya sendiri atau orang lain di dalam lingkungan terdekat. Inilah yang disebut dengan nilai guna komoditas. Proses ini di dalam

kapitalisme merupakan bentuk baru sekaligus komoditas. Para aktor bukannya memproduksi untuk dirinya atau asosiasi langsung mereka, melainkan untuk orang lain (kapitalis). Produk-produk memiliki nilai-tukar, artinya bukannya digunakan langsung, tapi dipertukarkan di pasar demi uang atau demi objek-objek yang lain. (Mosco 2009: 129).

Dengan teori komodifikasi dapat dianalisis bahwa perkembangan kesenian tradisional calengsai menjadi suatu komoditas yang bernilai jual tinggi di Banyumas dapat memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan kebudayaan masyarakat Cina.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Calengsai adalah akronim dari calung, lengger, dan barongsai. Calung dan lengger adalah kesenian tradisional yang berasal dari Banyumas dan barongsai merupakan salah satu kesenian tradisional dari Cina. Pada masanya calung, lengger, dan juga barongsai merupakan kesenian yang sangat populer pada masanya. Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan globalisasi ekonomi inilah mau tidak mau, suka tidak suka, harus melakukan beberapa usaha untuk mempertahankan kesenian tradisional yang kini tidak dapat bersaing dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Salah satu isu yang menonjol dalam era globalisasi adalah munculnya istilah komodifikasi. Komodifikasi adalah proses terjadinya perubahan barang atau layanan yang sebelumnya mengikuti aturan sosial non-pasar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar (Gleick, 2002 : 1-5) Komodifikasi merupakan salah satu bentuk kapitalisme global mengakumulasi kapital, komodifikasi telah mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar yang sifatnya komersial (Adarno and Horkheimer, 1979 : 12-17). Sejalan dengan sejumlah penjelasan tersebut, globalisasi ekonomi telah memberi tantangan perkembangan kebudayaan di Indonesia. Globalisasi ekonomi, memicu setiap produk-produk budaya berkontestasi secara terbuka dan kreatif. Dampak dari globalisasi ekonomi juga terdistribusi ke sejumlah relasi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali terhadap eksistensi kesenian termasuk calengsai.

Globalisasi dalam bidang ekonomi secara tidak langsung berpengaruh pada kelangsungan hidup kesenian tradisional Kesenian tradisional seperti berada di tengah persimpangan jalan antara ingin tetap mempertahankan kesenian tradisional dan mencoba bertahan di tengah arus globalisasi. Untuk menghadapi hal tersebut para pegiat seni mulai mencoba mengikuti tuntutan atau selera pasar yang ada. Tuntutan dan selera pasaryang disesuaikan dengan era globalisasi saat ini.

Kesenian tradisional yang selama ini menjadi ekspresi masyarakat pendukung untuk menciptakan keserasian antara manusia dan lingkungannya, harus dituntut bersaing dengan produk-produk budaya lain secara terbuka. Produk-produk ini antara lain hiburan-hiburan modern yang masuk dari luar salah satunya adalah K Pop. Ketika hiburan dari luar dapat berkembang dengan sangat cepat, kesenian tradisional harus mampu bersaing. Para pegiat seni harus mampu bersaing dengan memiliki daya kreativitas dan inovatif agar dapat menyesuaikan diri dengan tuntutan dan selera pasar masyarakat modern saat ini. Jika hal ini tidak dilakukan, maka dapat dipastikan kesenian-kesenian tradisional lambat laun akan mengalami kemunduran dan mungkin mati suri pada akhirnya.

Kesenian tradisional selain sebagai ekspresi masyarakat pendukungnya dalam menciptakan keserasian antara manusia dan lingkungannya, juga telah dijadikan benda budaya yang diproduksi oleh suatu industri secara massal demi keuntungan secara finansial. Kesenian tradisional yang semula sebagai subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya, kemudian berubah menjadi objek berupa benda yang harus diperjualbelikan melalui proses produksi budaya (Suneki, 2012 : 307-319). Dari sinilah lahir komodifikasi budaya yaitu transaksi jual beli benda budaya berupa kesenian tradisional. Melalui proses industri yang menuntut keuntungan secara finansial, eksistensi kesenian

tradisional dikemas menjadi benda budaya yang harus mengikuti aturan pasar. Untuk menyesuaikan tuntutan/selera pasar, kesenian tradisional harus dikemas dengan sedemikian rupa sehingga memiliki nilai jual dan daya tarik tersendiri. Kesenian tradisional harus dapat menyediakan pertunjukan yang sesuai dengan permintaan dan tuntutan dari penyelenggara/masyarakat. Hal ini pun berdampak pada atribut-atribut yang digunakan seperti kostum, aksesoris bahkan pada musik pengiring kesenian tersebut. Inilah yang terjadi pada kesenian calengsai.

Kesenian calengsai selain kembali mengalami stagnan ketika berganti penguasa, juga mengalami kesulitan dalam regenerasi. Hal ini disebabkan pula oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dalam hal komunikasi dengan masuknya hiburan-hiburan yang lebih menarik dari dalam sendiri maupun dari luar negeri. Sebagai contoh, kehadiran industri penyiaran televisi di Indonesia saat ini, nyaris menyergap setiap warga masyarakat sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Ia telah membentuk pengetahuan tentang suatu realitas yang serba cepat, sekaligus memuat strategi komunikasi agar mampu memelihara atau mengubah sikap atau pendapat sasaran demi kepentingan sumber pembuat strategi. Hal ini menyebabkan adanya perubahan sikap dan cara pandang masyarakat terutama generasi muda terhadap kesenian tradisional.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan kesenian tradisional. Begitu pula yang terjadi pada kesenian calengsai. Calengsai yang semula hanya memiliki fungsi ritual, mengalami pergeseran menjadi fungsi hiburan dan fungsi pendidikan. Komodifikasi adalah proses terjadinya perubahan barang atau layanan yang sebelumnya mengikuti aturan sosial non-pasar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar. Komodifikasi merupakan salah satu bentuk kapitalisme global mengakumulasi kapital, komodifikasi telah mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar yang sifatnya komersil. Barker mendefinisikan komodifikasi sebagai proses asosiasi terhadap kapitalisme, yaitu objek, kualitas dan tanda dijadikan sebagai komoditas (Zebrina 2012: 16). Komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual ke pasar. Dalam pengertian ini, Marx memberinya makna sebagai apapun yang diproduksi dan untuk diperjualbelikan. Tidak ada nilai guna murni yang dihasilkan, namun hanya nilai jual, diperjualbelikan bukan digunakan (Marx dalam Evans 2004: 16). Komodifikasi menggambarkan proses dimana sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomis diberi nilai dan mengakibatkan nilai-nilai sosial lainnya digantikan oleh nilai pasar. Sebagai komoditas ia tidak hanya penting untuk berguna, tetapi juga berdaya jual (Fairclough 1995: 16-17). Komodifikasi tidak hanya bertolak pada produksi komoditas barang dan jasa yang diperjualbelikan, namun bagaimana distribusi dan konsumsi barang terdapat seperti yang diungkapkan Fairclough, komodifikasi adalah proses. Domain-domain dan institusi-institusi sosial yang perhatiannya tidak hanya memproduksi komoditas dalam pengertian ekonomi yang sempit mengenai barang-barang yang akan dijual, tetapi bagaimana diorganisasikan dan dikonseptualisasikan dari segi produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas (Burton 2008: 198). Komodifikasi merupakan kata kunci yang dikemukakan Marx sebagai 'ideologi' yang bersemayam di balik media. Pandangan Marx adalah bahwa di dalam interaksi-interaksi mereka dengan alam dan dengan para aktor lain, orang-orang memproduksi objek-objek yang mereka butuhkan untuk bertahan hidup. Objek-objek ini diproduksi untuk digunakan oleh dirinya sendiri atau orang lain di dalam lingkungan terdekat. Inilah yang disebut dengan nilai guna komoditas. Proses ini di dalam kapitalisme merupakan bentuk baru sekaligus komoditas. Para aktor bukannya memproduksi untuk dirinya atau asosiasi langsung mereka, melainkan untuk orang lain (kapitalis). Produk-produk memiliki nilai-tukar, artinya bukannya digunakan langsung, tapi dipertukarkan di pasar demi uang atau demi objek-objek yang lain. (Mosco 2009: 129)

Mosco (2009 : 129-139) menyoroti aspek isi media, khalayak, dan pekerja sebagai aspek-aspek komodifikasi atau komoditas yang diterima pasar. Dengan kekuatan penyebarannya yang begitu luas, media massa kemudian dianggap tidak hanya mampu menentukan dinamika sosial, politik dan budaya baik dalam tingkat lokal, maupun global, akan tetapi media massa juga mempunyai peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan yang disebar lewat iklan di media massa, peningkatan penjualan produk dan jasa sangat memungkinkan untuk terjadi ketika audiences terpengaruh terhadap pesan yang ditampilkan melalui media massa tersebut. Menurut Mosco dalam “*The Political Economy of Communication*”, menyebutkan bahwa definisi ekonomi politik adalah: “*The study of relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources*”. Mosco mengemukakan komodifikasi sebagai proses mengubah nilai pada suatu produk yang tadinya hanya memiliki nilai guna kemudian menjadi nilai tukar (nilai jual) dimana nilai kebutuhan atas produk ini ditentukan lewat harga yang sudah dirancang oleh produsen. Semakin mahal harga suatu produk menunjukkan bahwa kebutuhan individu dan sosial atas produk ini semakin tinggi. Dalam konsep komodifikasi ini Mosco menyebutkan bahwa komunikasi merupakan arena potensial tempat terjadinya komodifikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan komoditas yang sangat besar pengaruhnya karena yang terjadi bukan hanya komodifikasi untuk mendapatkan surplus value, tapi juga karena pesan yang disampaikan mengandung simbol dan citra yang bisa dimanfaatkan untuk mempertajam kesadaran penerima pesan (Mosco dalam Susanti dan Rochman, 2016 : 204)

Menurut Appadurai, komoditas pada saat ini sudah berbaur dengan unsur-unsur politik nilai, sehingga banyak dari masyarakat muncul spirit untuk memiliki komoditas tersebut. Appadurai membaginya dalam 4 komponen segala sesuatu tersebut dapat dikatakan sebagai komoditas, yaitu:

1. Nilai adalah segala sesuatu yang memiliki nilai, baik nilai tukar ataupun nilai guna merupakan suatu komoditas. Dalam tahap inilah, Marx mendefinisikan komoditas.
2. Penilaian adalah segala sesuatu yang mendapatkan penilaian (*Judgment*) dari masyarakat, kemudian penilaian itu disepakati oleh sebagian besar masyarakat, maka segala sesuatu tersebut dapat dikatakan sebagai komoditas.
3. *Desire* (Hasrat), Hasrat meliputi rasa untuk selalu ingin memiliki terhadap segala sesuatu tersebut. Sehingga, banyak dari masyarakat yang akan berjuang untuk mendapatkannya. Hasrat menurut Appadurai bukan lagi timbul dari dalam diri sendiri seperti pada dunia psikologi, namun lebih karena muncul dari hasil interaksi sosial. Geertz dalam penelitiannya di Mojokuto menyatakan bahwa kalangan pedagang muslim di sana, rata-rata memiliki spirit untuk sukses di bidang perdagangan karena mereka memiliki hasrat untuk menjadi pemuka agama. Pada saat itu, pemuka agama yang diakui dan dihormati oleh masyarakat adalah pemuka agama yang kaya raya.
4. *Demand* (Permintaan) adalah segala sesuatu yang mengandung unsur sakral sehingga banyak orang yang menginginkan atau meminta dari segala sesuatu tersebut untuk kepentingannya. Hal tersebut juga bisa dikatakan sebagai komoditas. Durkheim menjelaskan bahwa segala sesuatu yang dianggap sakral maka menjadi sebuah fetis. Secara tidak langsung, hal tersebut diagung-agungkan dan diharapkan mampu menjadikan dan memberikan harapan kepada masyarakat yang meyakini.

Mencermati apa yang dilakukan pelaku komodifikasi calengsai, Buck Morss sebagaimana dikutip Featherstone (2008: 55) menyatakan bahwa langkah komodifikasi

merupakan bentuk strategi pertahanan atau mungkin juga sebagai upaya menaklukkan pasar, terlebih dalam dunia komoditas estetik, barang yang dipertunjukkan oleh pegiat calengsai merupakan upaya mengumpulkan mimpi-mimpi yang setengah disadarinya. Ketika keingintahuan serta memori dipenuhi oleh pemandangan (realitas) yang terus menerus berubah di mana objek tampak dilepaskan dari konteksnya dan menjadi subjek bagi hubungan misterius yang terbaca dari permukaan benda-benda itu, maka kesan melepaskan tradisi calengsai dari konteksnya seakan menjadi “nuansa” yang menyenangkan dan menghibur siapapun. Di sinilah kemudian calengsai mengalami proses estetikasi, sebuah proses yang menjadikan calengsai tampak indah dan menyenangkan untuk dikonsumsi. Kondisi ini memungkinkan, mengingat dalam proses-proses industri baru sangat memberikan kesempatan bagi seni atau tradisi untuk berubah ke arah industri yang mampu memberikan “pemandangan” yang bersifat estetik. Penyederhanaan calengsai boleh jadi merupakan konsekuensi logis dari proses komodifikasi yang mengharuskan pegiat calengsai lebih kreatif membaca kecenderungan dan selera masyarakat konsumen. Penyederhanaan dilakukan untuk memudahkan pengemasan komoditas dengan memperhatikan nilai jualnya di pasaran. Dengan upaya-upaya yang meyakinkan seperti mengemas calengsai tampaknya ada “skenario” yang dimainkan, sehingga menjadikan calengsai sebagai komoditas andalan. Meskipun tidak ada “penjelasan” resmi mengapa itu dilakukan, tetapi disinyalir langkah itu dilakukan untuk memenuhi hajat konsumen, pasar dan pemilik modal yang menghendaki sesuatu yang unik, atraktif, natural dan simpel sebagai indikator “kelayakan” sebuah komoditas. Posisi ini secara tidak langsung mengantarkan calengsai jauh lebih populer dibandingkan dengan kesenian tradisional lainnya. Calengsai “lebih dipilih” dalam menunjukkan performansi terbaik dan teruniknya, tanpa pernah “mematikan”, versi lainnya. Versi lain di sini adalah calengsai dengan pakem yang sudah ada sebelum dikemas menjadi sebuah pertunjukan komoditas. Tetap menggunakan calung sebagai pengiringnya dan tetap menggunakan kostum khas Banyumas meski telah mengalami perubahan. Calengsai yang telah dipilih dengan menunjukkan performansi terbaik dan teruniknya yaitu menyesuaikan dengan selera pasar atau permintaan dari pengundang dan panitia penyelenggara. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat umum terhadap kesenian tradisional. Hal ini juga bertujuan untuk tetap mempertahankan kesenian tradisional yang telah menjadi suatu kesenian baru tanpa menghilangkan keunikan dari tiap-tiap budaya seperti dalam calengsai.



Gbr. 1 Para personil penari lengger pada hari jadi Republik Indonesia ke 49 pada tanggal 20 Agustus 1995 (Sumber : Koleksi pribadi Nini Narsih)

Kesenian calung dan lengger yang ditunjukkan dalam gambar 1 merupakan kesenian tradisional yang belum mengalami inovasi, meski pada masanya kesenian ini sangat populer. Namun demikian seiring dengan adanya modernisasi akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, harus dilakukan upaya untuk tetap mempertahankan kesenian tradisional tersebut.

Para pekerja seni bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal ini Dina Pemuda, Olah Raga, Budaya dan Pariwisata (Dinporabudpar) Banyumas, untuk melestarikan kesenian ini. Dinporabudpar dan para pekerja seni melakukan berbagai inovasi dan strategi untuk menjadikan kesenian tradisional calung lengger menjadi suatu komoditas yang bernilai jual tinggi. Salah satunya adalah melakukan kolaborasi antarbudaya dan antarmasyarakat dan terciptalah calengsai.



Gbr. 2 Pertunjukan Calengsai pada Acara Musda VIII DPD HPI Bali pada tanggal 26 Oktober 2011
(Sumber: Koleksi Pribadi Endang Setyaningsih)

Pertunjukan calengsai dalam acara Musda HPI ke VIII di Bali merupakan salah satu negosiasi budaya antara budaya Banyumas, Tiongkok, dan Bali terlihat pada gambar 2. Dalam pertunjukan tersebut, terlihat banyak inovasi yang dilakukan. Secara keseluruhan memang mengedepankan kolaborasi hasil akulturasi tetapi tetap menampilkan cerita tradisional masyarakat Banyumas. Tema cerita dalam pertunjukan calengsai pada saat itu adalah masa panen. Tema ini sesuai dengan fungsi awal kesenian calung dan lengger yaitu fungsi ritual. Calung dan lengger dipentaskan untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada Tuhan atas keberhasilan panen. Dalam pertunjukan tersebut dapat terlihat dari simbol-simbol yang digunakan. Simbol-simbol yang digunakan memperlihatkan adanya sebuah kolaborasi budaya hasil dari akulturasi. Simbol-simbol ini merupakan negosiasi budaya sebagai upaya komodifikasi calengsai. Simbol-simbol tersebut antara lain:

1. Pakaian tradisional Cina. Pakaian ini menunjukkan bahwa terjadi akulturasi dalam pertunjukan kesenian calengsai. Pakaian tersebut digunakan oleh para pemain barongsai dalam pertunjukan tersebut. Pakaian berwarna merah. Masyarakat Tionghoa sangat menyukai warna merah sebagai simbol bahagia atau gembira. Dalam gambar 2 ditunjukkan oleh tanda panah (1).
2. Singa/barongsai *Fo Shan* yang digunakan dalam pertunjukan calengsai di Bali. Hal ini menyimbolkan terjadi kerja sama yang baik antarmasyarakat dan antarbudaya. Dalam gambar 2 ditunjukkan oleh tanda panah (2). Barongsai yang dipilih adalah kuning dan merah. Warna tersebut menyimbolkan kejayaan dan kemegahan (warna kuning) dan kegembiraan serta kebahagiaan (warna merah).
3. Tanda panah (3) dalam gambar 2 menunjuk pada kostum yang digunakan oleh para penari lengger. Pakaian yang mereka kenakan adalah pakaian khas bernuansa Bali. Jika biasanya kostum penari lengger, adalah *mekak/kemben*, mereka memakai kostum lebih tertutup disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Pertunjukan ini ditonton oleh para perwakilan Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI) seluruh

Indonesia. Aksesoris di pinggang yang biasanya dihiasi oleh *slepee*, ini digantikan mirip dengan umbul-umbul khas Bali.

4. *Wakul*. *Wakul* adalah benda yang biasa digunakan oleh masyarakat Jawa pada umumnya sebagai tempat beras/nasi dan terbuat dari anyaman bambu. Benda ini mengungkapkan bagaimana masyarakat Jawa menghargai falsafah Jawa. Anyaman bambu dipahami sebagai suatu kekuatan dan kebersamaan. Dengan menyatukan beberapa bambu dalam satu anyaman, maka akan memiliki makna kekuatan dan kebersamaan. Dalam gambar 2 simbol *wakul* ditunjukkan oleh tanda panah (4)

Inovasi, negosiasi, dan modifikasi yang dilakukan oleh para pekerja seni calengsai bertujuan untuk menjadikan kesenian tradisional menjadi suatu komoditas yang bernilai jual tinggi. Perubahan ini tentu saja sangat dipengaruhi oleh perubahan sosial budaya akibat adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan berkolaborasi antarbudaya dan antarmasyarakat suatu pertunjukan kesenian tradisional dalam hal ini calengsai menjadi sebuah pertunjukan yang sangat menarik dan bernilai jual.

D. KESIMPULAN

Terjadi modifikasi dalam calengsai untuk menjadi suatu komoditas yang bernilai jual melalui negosiasi politik, budaya, dan ekonomi. Calengsai dikemas dalam negosiasi tersebut karena adanya keinginan dari pemerintah untuk mempertahankan kesenian tradisional. Komodifikasi yang terjadi dalam calengsai tidak menghilangkan nilai-nilai budaya yang telah tertanam. Di satu sisi berkaitan dengan keinginan para pegiat seni yang tetap ingin memelihara calengsai sebagai suatu warisan leluhur, tetapi di sisi lain adalah keinginan pemerintah khususnya penguasa untuk menjadikan calengsai sebagai salah satu komoditas bernilai jual. Calengsai sebagai komoditas yang bernilai jual dapat menjadi salah satu daya tarik wisata.

Temuan baru dari analisis komodifikasi calengsai sebagai produk akulturasi masyarakat Banyumas adalah calengsai mengalami modifikasi yang berkaitan dengan ranah, modal/kapital dan habitus. Kebaruan yang ditemukan adalah terjadi banyak penyesuaian-penyesuaian yang dilakukan sesuai selera pasar. Penyesuaian-penyesuaian ini dilakukan tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya yang tertanam di dalamnya sebagai pengikat masyarakat pendukung kesenian tersebut. Komodifikasi calengsai sebagai produk akulturasi merupakan tradisi kepercayaan leluhur yang terus mengikat calengsai di Banyumas.

Selain itu penulis juga dapat memahami bahwa adanya keinginan yang kuat dari penguasa saat itu untuk menjadikan calengsai sebagai produk komodifikasi akibat terjadinya akulturasi. Penguasa mengharapkan calengsai selain bisa menjadi alat untuk menghindari friksi antarmasyarakat juga dapat tetap menjadi identitas masyarakat Banyumas. Namun hal ini tidak mudah dicapai karena adanya keraguan dari pegiat seni dan pemilik tradisi atas kesungguhan penguasa sebagai bagian dari penyelenggara negara.

Calengsai juga merupakan aset budaya masyarakat Banyumas. Calengsai selain dapat dijadikan sebagai produk wisata yang menarik juga dapat menjadi salah satu media pendidikan untuk meningkatkan karakter masyarakat Banyumas, terutama pada generasi muda saat ini. Calengsai juga dapat menjadi alat pemersatu antarmasyarakat untuk menghindari konflik/friksi. Hal ini tentu membutuhkan kerja sama dengan pemerintah daerah sebagai pemegang kekuasaan. Pemerintah daerah dapat merancang ini menjadi salah satu perencanaan baik jangka panjang, menengah, atau pendek. Perencanaan baik jangka pendek maupun panjang perlu dilakukan karena membutuhkan banyak akses sarana, prasarana, akomodasi dan lingkungan yang harus dipersiapkan demi mencapai tujuan. Dengan calengsai menjadi salah satu aset budaya masyarakat Banyumas, maka terjadi perubahan yang besar

terhadap perkembangan tradisional ini dan tentu saja memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan budaya baik itu budaya Banyumas maupun Cina.

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno dan Horkheimer. 1979. *The Culture Industry Enlightenment as Mass Deception*. London: Verso. hlm. 12-17.
- Ananta Toer, Pramoedya.1998. *Hoakiau di Indonesia*, Graha Budaya, Jakarta------. 2016. Informasi Terseleksi Deposit Koleksi Jawa Tengah Tahun 2016, Bappeda, Semarang, Jawa Tengah.
- Appudurai, A. 1990. "Disjuncture" and Difference in the Global Cultural Economy", dalam *Public Culture*,2(2), 1-24.
- Caturwati, Endang. 2008. *Tradisi Sebagai Tumpuan Kreativitas Seni*. Bandung: Sunan Ambu STSI Press.
- Creswell. JW. 2010. *Research Design. Pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Edisi Ketiga (Terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dede S.,Kholil Lur R, *Analisis Terhadap Komodifikasi Tubuh Permepuan Dalam Iklan Es Krim Magnum Versi Pink & Black* Jurnal Komunika vol. 10 no 2 hal. 204.
- Fairclough, Norman. 1994. *Critical Discourse Analysis*. New York: Longman Group Limited.
- Featherstone, Mike. 2008. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Féral, Josette. 1996. "Pluralism in Art or Interculturalism?" dalam *Conferentie De Kracht van Cultuur*, 9 November,1996.
- Fischer-Lichte. "Interculturalism in Contemporary Theatre." dalam *Patrice Pavis, ed. The Intercultural Performance Reader* (London and New York: Routledge, 1996.), passim.
- Gleick, Peter. H. et.al., 2002. *The New Economy of Water: The Risk and Benefits of Globalization and Privatization of Fresh Water*. California: Pasific Institute. hlm. 1-5.
- Gondomono. 1995. *Membanting Tulang Menyembah Arwah Kehidupan Kekotaan Masyarakat China*, PT Pustaka Firdaus.
- Holt, Claire. 1967. *Art in Indonesia: Continuities and Change*. Ithaca and London, Cornell University Press.
- Hoon, Chang You. 2012. *Identitas Tionghoa Pasca Suharto Budaya, Politik, dan Media*, Jakarta: LP3ES.
- Irianto, Agus Maladi. (2016b). "Komodifikasi Budaya di Era Ekonomi Global Terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah". Dimuat di *Jurnal Theologia*. 27 (1): 212-236.
- PW, Supriyadi. 2007. *Calung dan Lengger*. Harmonia Jurnal Pengetahuan dan Pemikiran Seni, Vol. VIII No. 2, Mei - Agustus 2007.
- Tjaturrini, Dyah, 2020, *Komodifikasi Calengsai Sebagai Produk Akulturasi Masyarakat Banyumas*, Disertasi, Program Pasca Sarjana Ilmu Sastra, Universitas Padjajaran, Bandung.

Catatan:

Artikel pernah dipresentasikan pada Seminar Nasional APSMI 24 Oktober 2020