

Hibridisasi Seni Kerajinan Patung di Desa Kedisan, Bali

Ni Luh Sutjiati Beratha, Ni Wayan Sukarini, I Made Rajeg
Universitas Udayana
Email: sutjiati59@gmail.com

Abstract

This article discusses Balinese handicraft especially statue handicraft produced by craftsmen at Kedisan Village, Tegallalang District, Gianyar Residence. The competitiveness of the product is very high in tourism market and has the process of hybridization. The specific target that will be achieved related to the identity maintenance of Balinese culture. Thus the main discussion of this article is the caused of hybridization on statue handicraft in Bali. In the era of globalization the fusion between local and global cultures has already happened and this is a phenomenon of postmodernism because there is relationship of cultural influences. This condition can be comprehended from hybridization phenomenon on statue handicraft in Bali. Theories of globalization and glocalization are applied to analyse the data in this article. Qualitative method is used to achieve the objective and target through the implementation of participated observation technique and in-depth interview. The whole data is analysed descriptively, holistically, and interpretatively. The Balinese artists on statue have done the changes in the form of statue through hybridization against the statue as the effect of made to order because of internal and external factors.

Key words: cultural tourism, Balinese handicraft, hybridization

Abstrak

Artikel ini membahas tentang kerajinan Bali khususnya seni patung yang diproduksi oleh para perajin di Desa Kedisan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar yang tampaknya memiliki daya saing tinggi di pasar pariwisata, dan mengalami proses hibridisasi. Target khusus yang hendak dicapai adalah gagasan baru terkait dengan pemertahanan identitas kebudayaan Bali, sehingga yang menjadi pokok pembahasan artikel ini adalah penyebab terjadi hibridisasi pada seni kerajinan patung di Bali. Di era tanpa batas ini telah terjadi perpaduan antar budaya baik lokal maupun global dan merupakan fenomena postmodernisme karena telah terjadi hubungan yang saling mempengaruhi antarbudaya dan kondisi

ini dapat dimengerti dari fenomena hibridisasi pada kerajinan patung di Bali. Teori yang digunakan untuk menganalisis data artikel ini adalah teori globalisasi dan glocalisasi. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dan target ini adalah metode kualitatif yang mencakup teknik pengamatan terlibat dan wawancara mendalam serta analisis data secara deskriptif, holistik, dan interpretatif. Para seniman patung Bali melakukan perubahan bentuk patung dengan hibridisasi terhadap patung sebagai akibat dari pesanan (*made to order*) karena dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Kata Kunci: pariwisata budaya, kerajinan Bali, dan hibridisasi

1. Pendahuluan

Pariwisata yang dikembangkan di Bali adalah pariwisata budaya yang dijiwai oleh Agama Hindu, seperti tertuang dalam Perda Nomor 2 Tahun 2012. Pariwisata Budaya maksudnya adalah pariwisata dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan Daerah Bali yang berlandaskan agama Hindu dan merupakan bagian dari kebudayaan nasional. Pengembangan kepariwisataan di Bali diharapkan agar terjalinnya hubungan yang serasi, selaras, dan seimbang antara pariwisata dan kebudayaan. Tujuan pengembangan pariwisata budaya adalah untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan, agama dan kehidupan alam Bali yang berwawasan lingkungan hidup, mencegah dan meniadakan pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata (Ardika, 2008).

Kepariwisataan di Bali yang berkembang begitu pesat membuka peluang bagi masyarakat Bali untuk berkarya dalam rangka menunjang sektor industri kecil maupun industri rumah tangga. Berkembangnya industri kerajinan di Bali sebagai unit ekonomi membuka lapangan kerja baru bagi mereka yang merasa jenuh bekerja di sektor nonindustri. Industri kerajinan sangat mendukung kepariwisataan dalam prioritas pembangunan daerah Bali. Akan tetapi, pengembangan Pariwisata Budaya di Bali tidak sepenuhnya sesuai dengan amanat Perda Nomor 2 Tahun 2012. Budaya Bali khususnya yang berupa barang-barang kerajinan telah dijadikan komoditas atau mengalami proses hibridisasi,

yaitu perpaduan dua bentuk (patung) dan menghasilkan bentuk baru untuk dikonsumsi oleh wisatawan (pemesan) sehingga menimbulkan kesan komersialisasi, bahkan memungkinkan terjadinya penurunan kualitas.

Graburn (2000) telah melaksanakan studi tentang patung Inuit yang dituangkan dalam artikelnya berjudul 'The Nelson Graburn and the Aesthetics of Inuit Sculpture' ('Nelson Graburn dan Estetika Patung Inuit') sejak tahun 1959. Studi tersebut menunjukkan bahwa patung-patung manusia dari suku Inuit diciptakan untuk dijual dan diekspor. Lebih lanjut Graburn mengatakan bahwa patung-patung yang dipesan oleh para wisatawan mengalami perubahan karena disesuaikan dengan selera pasar yaitu siapa pemesannya, dan dari negara mana mereka berasal. Menurut Graburn, sejak tahun 1980 – 1990, hasil karya seniman Inuit (suku bangsa di Kanada Selatan) mendapat pengaruh yang kuat dari budaya barat melalui pariwisata, televisi, dan media lainnya. Para perajin Inuit mulai menciptakan komposisi yang kompleks dari hasil kerajinannya. Ini bertujuan untuk memperkenalkan hasil kerajinan yang bersifat non Inuit sebagai akibat dari isu sosial. Tujuan utama dari terjadinya proses komodifikasi adalah agar hasil kerajinannya bisa terjual. Keberhasilannya dapat ditunjukkan dengan menyebutkan siapa-siapa saja pembeli hasil kerajinan non-Inuit. Hal serupa terjadi juga pada budaya Bali khususnya pada kerajinan patung melalui pemesanan *made to order*.

Ryan (2005), menulis pada sebuah artikel yang berjudul 'Who Manages Indigenous Tourism Product – Aspiration and Legitimization'. ('Siapa yang Mengatur Produk Pariwisata Lokal - Aspirasi dan Legitimasi'). Artikel tersebut menyatakan bahwa industri pariwisata selalu menyediakan produk yang berbeda karena segmen pasar yang berbeda pula. Fenomena seperti ini mengakibatkan terjadinya proses hibridisasi terhadap produk yang dijual oleh para perajin, sehingga para perajin sering memanipulasi produknya karena harus mengikuti keinginan pasar, yaitu wisatawan sebagai pemesan. Sejauh ini, para perajin akan memproduksi barang kerajinan yang dibutuhkan oleh pasar. Dewasa ini tampaknya seni bukan lagi untuk seni tapi seni untuk ekonomi seperti dikemukakan oleh Ryan karena pengaruh dari industri pariwisata.

Ardika (2008), dalam sebuah tulisannya dengan judul

Periwisata dan Komodifikasi Kebudayaan Bali menyatakan bahwa pariwisata dapat menimbulkan proses komodifikasi terhadap budaya masyarakat lokal karena budaya dianggap sebagai objek yang memiliki daya tarik sehingga dikonsumsi oleh wisatawan, yang selanjutnya mengalami proses komersialisasi. Lebih lanjut Ardika (2008) menyatakan bahwa dalam dunia kepariwisataan komodifikasi merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Sadar ataupun tidak sadar pariwisata dan komodifikasi telah mengubah makna kebudayaan Bali.

Sutjiati Beratha dkk. (2015) telah melaksanakan penelitian tentang 'Implikasi *Made to order* dalam Autentisitas Kerajinan Bali'. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa telah terjadi komodifikasi terhadap seni kriya yang telah mengalami dinamika dari aslinya sebagai akibat dari pesanan (*made to order*) karena mengalami proses komodifikasi. Jenis seni kriya yang sudah menjadi komoditas saat ini adalah patung yang terdiri atas: patung garuda, patung gajah, patung jerapah, dll. Di samping itu, ada juga cermin, panil, perhiasan, dan lukisan. Aspek-aspek yang mengalami perubahan adalah bentuk, bahan, ukuran, pewarnaan, cara pembuatannya.

Studi-studi yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa sejauh ini belum ditemukan kajian yang mendalam tentang hibridisasi yang terjadi terhadap hasil kerajinan Bali akibat selera pasar (pemesan). Oleh sebab itu, artikel ini membahas hibridisasi terhadap kerajinan patung Bali yang secara khusus tentang mengapa seniman Bali melakukan hibridisasi terhadap produk kerajinan patung.

2. Teori dan Metode Penulisan

Menurut Robertson (1992), globalisasi adalah suatu proses yang dapat menghasilkan dunia tunggal di mana seluruh masyarakat di dunia saling bergantung dalam beberapa aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, dan budaya. Jhamtani (2001) menyatakan bahwa proses globalisasi berakar dari pemikiran dan kemauan Negara Barat (yang telah berkembang) kemudian berkembang luas ke negara-negara yang sedang berkembang. Globalisasi berkaitan dengan westernisasi karena paradigma Barat dianggap bersifat global dan universal, tetapi negara-negara Timur yang masih dianggap bersifat lokal dan cenderung primitif. Dari penjelasan ini, tampaknya globalisasi identik dengan westernisasi, dan/atau pasar bebas. Menarik untuk dikemukakan di sini bahwa penyeragaman

bisa terjadi sebagai akibat dari dominannya cara berpikir secara Barat. Misalnya, cara masyarakat meniru gaya hidup, dan sistem berpikir yang berorientasi Barat, sehingga berdampak pada gaya hidup dan sistem berpikir Timur mulai ditinggalkan. Bukti ini menunjukkan bahwa budaya Barat menjadi lebih dominan dibandingkan dengan budaya Timur.

Teori yang mendasari artikel ini adalah teori globalisasi. Menurut Appadurai (1993:296), arus kebudayaan global (*global cultural flow*) dapat dimengerti melalui hubungan antara lima komponen yang menjadi ciri-ciri kebudayaan global. Kelima komponen tersebut, yaitu (1) *ethnoscapes*, (2) *technoscapes*, (3) *mediascapes*, (4) *finanscapes*, dan (5) *ideoscapes*. Kelima komponen tersebut dalam artikel ini sekaligus dijadikan parameter untuk menentukan kebudayaan global, karena analisis artikel ini akan meliputi: *Ethnoscapes*, yaitu perpindahan penduduk atau orang dari suatu negara ke negara lain. Contoh wisatawan, imigran, pengungsi, tenaga kerja yang merupakan ciri dari kebudayaan global. *Technoscapes* atau sering pula disebut dengan arus teknologi yang mengalir begitu cepat ke semua negara. *Mediascapes* adalah penyebaran informasi melalui media ke semua belahan dunia. *Finanscapes* merupakan aspek finansial yang tampaknya agak sulit untuk diprediksi di era globalisasi. *Ideoscapes* mengacu kepada komponen yang memiliki kaitan dengan masalah politik, seperti demokrasi, kedaulatan, kesejahteraan, hak, dan kebebasan.

Melalui kelima parameter di atas hibridisasi yang terjadi pada kerajinan Bali bisa diteliti, karena dapat terjadi pada sistem produksi yang meliputi bahan, bentuk, ukuran, dan warna, dan lain-lain. Oleh sebab itu, globalisasi dapat melibatkan pasar kapitalis, dan relasi sosial, serta aliran komoditas yang melampaui batas-batas nasional menuju masyarakat global. Dengan melihat kondisi seperti ini, teori globalisasi seperti yang diuraikan di atas sangat tepat untuk diterapkan pada artikel ini karena akan mampu memecahkan permasalahan ini.

Teori globalisasi yang diuraikan di atas akan bersinergis dengan teori glokalisasi karena telah terjadi perpaduan antara budaya global dan lokal untuk menjelaskan hibridisasi yang terjadi pada kerajinan patung di Bali. Hal ini didasarkan atas pertimbangan teoretis bahwa pariwisata menawarkan banyak kesempatan bagi penerapan teori glokalisasi terutama di mana

perpaduan produk global (internasional) dengan produk kerajinan lokal untuk memproduksi dan mengkonsumsi barang atau produk glokak (Yamashita, 2003:148). Keterkaitan antara global dan lokal dalam industri pariwisata ditandai dengan perbedaan derajat (*inequalities*), dan perjuangan kekuatan (*power struggles*). Menurut Chang, *et al.* (1996:285), global dan lokal dipadukan dalam kerangka teoretis dan dikembangkan untuk memahami proses dan dampak dari pariwisata. Teori ini menjelaskan bagaimana budaya lokal diglobalkan melalui komoditi, yaitu kerajinan patung.

Data pada artikel ini diambil dari hasil penelitian Sutjiati Beratha dkk (2016) dari Desa Kedisan, Kabupaten Gianyar, Bali. Di desa tersebut berkembang industri besar, sedang, kecil, atau industri rumah tangga. Industri kerajinan yang berkembang di Desa Kedisan mengalami perkembangan yang sangat pesat yang disebabkan oleh adanya pembeli barang-barang kerajinan yang dijual itu dengan cara memesan atau *made to order*. Penjualan barang kerajinan seperti ini akan mengikuti selera pembeli yang umumnya adalah wisatawan mancanegara sehingga originalitas atau kekhasan kerajinan yang dimiliki desa tersebut akan mengalami perubahan.

Informan terdiri atas para perajin, dan pengusaha kerajinan. Hal-hal yang diamati atau diobservasi adalah situasi sosial di kediaman informan, termasuk orang-orang yang terlibat dalam situasi tersebut lengkap dengan peranannya masing-masing.

3. Penyebab Hibridisasi Seni Kerajinan Patung di Bali

Implikasi *made to order* sangat berpengaruh terhadap autensitas seni kerajinan Bali khususnya patung. Karena telah terjadinya dinamika terhadap seni kerajinan Bali yang pada awalnya bukan merupakan komoditas dan sekarang menjadi komoditas. Dari hasil wawancara dengan 12 orang narasumber yang terdiri atas 6 orang perajin, dan 6 orang pengusaha patung tampaknya juga mendukung pendapat Ardika (2008) bahwa ada dua faktor utama yang menyebabkan terjadinya proses komodifikasi terhadap seni kerajinan baik yang sifatnya eksternal maupun internal. Keduanya akan diuraikan secara rinci sebagai berikut.

3.1 Faktor Eksternal

Hibridisasi yang diakibatkan oleh faktor eksternal karena adanya permintaan konsumen, selera (*trend*) pasar, pariwisata, dan

kondisi ekonomi. Wawancara yang dilakukan dengan pengusaha dan perajin menunjukkan bahwa pembuatan patung di perusahaan atau industri kerajinan diawali dengan adanya pesanan dari pihak konsumen. Pesanan tersebut bisa bersifat langsung maupun tidak langsung. Secara langsung artinya bahwa konsumen datang langsung untuk memesan ke perusahaan yang memproduksi seni kerajinan yang diinginkan. Sedangkan secara tidak langsung di mana konsumen memesan produk yang diinginkan di pameran dagang (*trade show*) yang dilakukan oleh perusahaan baik di dalam maupun di luar negeri.

Konsumen pada umumnya berasal dari perusahaan yang ingin memberikan kepuasan kepada konsumennya juga sehingga kualitas produk, harga, dan variasi terhadap produk yang akan dipesan menjadi tujuan utama. Pesanan hasil kerajinan patung melalui *made to order* adalah sangat inovatif, pemesan yang biasanya memberikan ide untuk perubahan (inovasi) bentuk yang harus dilakukan perajin dan pengusaha dengan memberikan contoh, atau membuat hibridisasi terhadap sebuah produk patung (bandingkan Foto 1 dan Foto 2) di bawah merupakan inovasi konsumen dan perajin). Patung Asmat memiliki beraneka bentuk dan variasi merupakan produksi Gede Srengen mengalami perubahan dalam bentuk, ukuran, dan pewarnaan. Meskipun bahan yang dipakai masih tetap sama sejak awal usahanya, yakni kayu Albesia yang lebih mudah ditemukan dan lebih ekonomis dibandingkan dengan jenis kayu lainnya, perubahan dalam proses produksi secara jelas dapat ditemukan pada produk – produknya. Bila dahulu ada model Asmat motif manusia, saat ini permintaan lebih pada model Asmat dengan motif binatang, dan kombinasi. Bila dahulu patung Asmat dengan posisi berdiri, kini dengan posisi jongkok. Bila dahulu ukurannya bisa mencapai ketinggian 2 meter, saat ini ukurannya diperkecil sampai mencapai 30 centimeter. Bila dahulu warna patung Asmat hanya warna hitam polos, kini ditambah warna putih pada ukiran tambahannya. Semua perubahan ini biasanya didasarkan pada permintaan pembeli atau wisatawan yang memesan produknya. Keberhasilan untuk menciptakan bentuk baru dengan beraneka ragam variasi dari sebuah produk seni adalah hasil inovasi bersama antara penjual (perusahaan yang akan merealisasikannya kepada perajin) dan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan pesanan dalam jumlah banyak dan

keuntungan sebanyak-banyaknya. Di samping itu, *trend* pasar juga menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pesanan dari konsumen.

Foto 1
Patung Asmat



Foto 2
Hibridisasiasi Patung Asmat



Di samping itu, perkembangan pariwisata juga sangat mempengaruhi perekonomian dunia. Apabila perekonomian dunia stabil maka produksi kerajinan patung yang berkembang di Desa Kedisian berjalan dengan baik. Pengiriman pesanan yang melalui *made to order* bisa dilaksanakan setiap bulannya sesuai dengan jumlah pesanan untuk dikirim ke Eropa dan Amerika. Krisis global yang ditandai dengan berkurangnya jumlah pesanan atau permintaan, dan mungkin disebabkan oleh jatuhnya industri mitra dagang mereka yang ada di Australia Eropa dan Amerika sehingga proses produksi menjadi terganggu. Konsumen (*buyer*) perusahaan tersebut adalah pemilik toko-toko kerajinan *importer* atau *store owner*. Penurunan kualitas wisatawan juga dapat memengaruhi produksi kerajinan patung karena walaupun jumlah wisatawan yang datang ke Bali masih banyak, namun daya beli mereka sangat rendah, kondisi ini juga sebagai penyebab minimnya pesanan terhadap produk yang dipasarkan melalui *made to order*.

3.1.1 Pesanan dari Konsumen

Pesanan dari konsumen bisa bersifat langsung dan tidak langsung. Secara langsung artinya pemesan patung datang secara langsung ke tempat industri kerajinan patung tersebut diproduksi bisa secara eceran (*retail*), dan bisa dalam partai besar. Sedangkan

secara tidak langsung, pesanan melalui *made to order* dilakukan pada saat para pengusaha, perajin melakukan pameran dagang *trade fair* baik di dalam maupun di luar negeri.

Para pengusaha dari pihak industri atau perusahaan akan memasarkan produk-produk mereka yang tentunya sudah disesuaikan dengan selera pasar. Mitra dagang perusahaan itu yang berasal dari Eropa dan Amerika berharap agar produk yang mereka pesan melalui *made to order* secara tidak langsung memiliki kualitas yang baik walaupun selalu dipesan dalam jumlah banyak, desain-desain yang inovatif, produk bervariasi karena telah terjadi hibridisasi. Untuk memenuhi harapan konsumen, pihak industri atau perusahaan harus sanggup bekerja keras agar tercipta produk-produk yang sesuai selera mereka baik dari aspek budaya maupun nonbudaya.

Dari aspek budaya, produk yang dipesan bisa bersifat fungsional, misalnya sebuah patung di samping sebagai pajangan, patung tersebut bisa memiliki fungsi yang bersifat artistik seperti pajangan, penunjuk arah dan lain-lainnya. Dari aspek nonbudaya, perusahaan harus juga memikirkan tentang temperatur (suhu), dan cuaca dari negara mana konsumen itu berasal. Hal ini menjadi pertimbangan utama di dalam memilih jenis bahan (kayu) yang akan digunakan untuk membuat pesanan agar produk yang dipesan tidak pecah setelah tiba di negara asal pemesan atau tidak dalam keadaan dimakan rayap karena sistem pengeringan yang kurang baik pada saat memproduksinya. Pihak perusahaan dan industri selalu memikirkan kondisi ini karena konsumen memesan produk yang mengalami proses hibridisasi secara massal.

3.1.2 Proses Produksi Massal

Proses produksi ditangani oleh sebuah departemen yang ada dalam sebuah perusahaan. Departemen produksi memiliki peran yang amat penting untuk menjaga kelancaran proses produksi sebuah produk dikerjakan. Produk-produk kerajinan patung yang dipesan melalui *made to order* selalu diproduksi secara massal karena telah mengalami proses hibridisasi dari bentuk (bervariasi dan inovatif hasil hibrid Indonesia – Eropa/ Amerika, dll), bahan baku (seperti kayu, *plywood* (MDF), ukuran (besar, sedang, kecil), sistem pewarnaan alami atau warna dari zat pewarna pabrik. Komoditas ini merupakan hasil imajinasi para perajin yang begitu

sangat inovatif dan kreatif sehingga menghasilkan produk baru yang sesuai dengan selera pasar sehingga laku terjual. Departemen produksi mengelola semua sumber daya manusia yang terlibat untuk memproduksi pesanan dari konsumen.

Tidak berbeda dari patung Asmat dan Afrika yang telah dipaparkan di atas, patung Totem juga bukan merupakan seni kriya asli atau berasal dari daerah Bali. Patung Totem ini adalah seni dan tradisi yang dijaga sejak dahulu kala hingga sekarang oleh masyarakat Alaska di Amerika Utara. Patung Totem dalam kultur masyarakat tersebut merupakan sebuah simbol yang sarat dengan makna. Sampai saat ini, tidak ada yang mengetahui arti pasti dari sebuah patung Totem. Pembuat dan pemiliknya yang mengerti makna dan sejarah yang terkandung di dalamnya. Lebih lanjut, para ahli mencoba untuk mengelompokkan patung Totem berdasar jenisnya, yang terdiri atas *Genealogy Poles* yang diletakkan di depan rumah untuk menunjukkan status sosial pemilik rumah, *Memorial Poles* yang dibuat untuk anggota suku yang meninggal, *Mortuary Poles* adalah jenis patung Totem untuk menghormati seseorang yang meninggal dengan sedikit *kompartmenten* kecil untuk abu orang yang meninggal, *Shame Poles* merupakan simbol ketika seseorang membuat kesalahan yang fatal. Untuk wajah seseorang pengusaha minyak pernah didirikan Totem ketika ia menyebabkan kerusakan tumpahan minyak di Valdez, Alaska (<http://www.artikuno.com>).

Pewarnaan patung Totem yang asli pun masih memilih warna – warna alami dari alam dan terbatas. Pemahat patung Totem selalu memakai pigmen alami. Warna hitam didapat dengan cara menggiling jelaga atau arang. Warna merah didapat dari *red-orche*, bahan seperti tanah liat. Warna biru dan hijau dibuat dari tembaga sulfida. Patung Totem biasanya berupa binatang dengan makna yang berbeda-beda. Misalnya burung gagak sebagai simbol penciptaan dan pengetahuan; serigala, elang, bahkan manusia pun memiliki arti di setiap tumpukannya. Patung Totem merupakan sebuah tradisi dan sejarah yang cukup tua dari masyarakat Alaska bila diamati lebih jauh. Hal ini tentunya merupakan pengetahuan yang sangat menarik. Sehingga tidak akan mudah lepas dari budaya masyarakat di Alaska. Pemahat asli yang berasal dari *Northwest* terus mengukirnya sebagai simbol kebanggaan dan klan budaya dan suku-suku mereka.

Menurut informan, pangsa pasar patung Totem saat ini lebih ramai dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya ketika memulai usahanya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pada awalnya, produksi patung didominasi oleh patung Asmat dan Afrika, tetapi sekarang patung Totem diminati oleh konsumen. Hibridisasi patung Totem terjadi pada bentuk, terutama pada ukuran dan pewarnaan. Perubahan ini terkait dengan permintaan pemesan atau pembeli (faktor eksternal) yang dibarengi dengan keinginan dalam memenuhi pesanan konsumen atau pembeli (faktor internal). Sebelumnya, ukuran patung totem bisa mencapai 4 meter tingginya. Akan tetapi, saat ini ukurannya cenderung lebih pendek dan kecil. Ukuran paling pendek adalah 30 centimeter.

Dilihat dari segi pewarnaan, patung Totem sebelumnya cenderung diwarnai penuh dengan cat tetapi saat ini patung Totem cenderung lebih *natural* dengan memakai warna yang tampak alami, seperti tersaji (pada Foto 3 dan Foto 4) di bawah yang telah diproduksi secara masal.

Foto 3
Patung Totem



Foto 4
Hibridisasi Patung Totem



Produk kerajinan patung yang dipesan secara massal tentunya harus memperhatikan beberapa hal penting. Contoh, produksi secara massal akan dimulai setelah pemesan atau konsumen, setelah itu ke dua belah pihak mengikat kesepakatan itu dengan Surat Perjanjian. Berdasarkan Surat Perjanjian, proses pembuatan patung yang dipesan dimulai. Tahapannya adalah dengan mempersiapkan bahan baku, proses pembuatannya sesuai dengan jenis produk yang dipesan, proses pengeringan dengan menggunakan mesin pengering (*dry killn*) khususnya untuk jenis produk yang menggunakan bahan dari kayu Albesia, berikutnya

adalah penghalusan dengan amplas, dan proses akhir *finishing* dengan pengecatan atau penyemiran (*polising*) bila diperlukan, dan tahapan yang terakhir adalah *packaging* (pengemasan). Pada tahap akhir ini, perusahaan akan mengemas produk kerajinan patung yang dipesan oleh konsumen ke dalam suatu kemasan sesuai dengan kesepakatan yang tertuang dalam Surat Perjanjian antara ke dua belah pihak, yaitu pihak perusahaan dan konsumen.

3.1.3 Saluran Distribusi

Saluran distribusi komoditas khususnya patung yang dipesan melalui *made to order*. Saluran distribusi memiliki peran yang sangat penting agar produk tersebut bisa sampai ke tangan konsumen. Dari hasil wawancara dengan para pengusaha, perajin, dan observasi di Desa Kedisan, Kabupaten Gianyar, tampaknya, saluran distribusi terdiri atas dua yaitu pendistribusian secara langsung maupun tidak langsung. Pendistribusian secara langsung, artinya pihak industri atau perusahaan akan secara langsung membawa dan memberikan secara langsung produk yang dipesan oleh konsumen (mereka bisa sebagai wisatawan domestik, manca negara, atau perusahaan dalam atau luar negeri). Pendistribusian secara langsung dapat berlangsung untuk pesanan dalam jumlah banyak dan sedikit. Sedangkan pendistribusian tidak langsung adalah pihak industri atau perusahaan menunjuk pihak ke tiga yaitu perusahaan kargo untuk mengurus proses pendistribusian (bisa dari perusahaan jasa transportasi).

Pendistribusian baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki tujuan agar patung yang dipesan bisa sampai ke konsumen (bisa perusahaan, atau individu) dengan selamat. Perusahaan kargo biasanya menangani pengiriman dan sekaligus mendistribusikan pesanan produk kerajinan yang dipesan melalui *made to order*, mulai dari pemilihan jenis transportasi, pengurusan dokumen-dokumen seperti daftar harga (*invoice*), Surat Keterangan asal produk, dan lain sebagainya sesuai kesepakatan yang tertulis dalam Kontrak Dagang bila produk tersebut dikirim ke luar negeri (diekspor). Pendistribusian yang tidak langsung dari produk kerajinan yang dipesan biasanya sudah dalam kondisi yang dikemas sehingga pihak perusahaan kargo yang ditunjuk oleh konsumen untuk mengurus pendistribusiannya agar bisa sampai di tempat tujuan dalam keadaan selamat.

Akan tetapi, bila pesanan tersebut untuk dikirim di dalam negeri, perusahaan hanya menyiapkan Surat Jalan, dan data-data penunjang lain, seperti daftar kemasan sebagai bukti jumlah produk yang dikirim. Saluran distribusi menekankan pada pesanan konsumen baik dari individu maupun perusahaan yang telah melakukan transaksi bersifat massal (*whole sale*) atau eceran (*retail*) sampai kepada mereka karena mereka telah melakukan *made to order* melalui mitra dagang sebelumnya.

3.1.4 Pola Konsumsi

Wawancara yang dilakukan kepada perusahaan yang ada di Desa Kedisan mengatakan bahwa hasil industri kerajinan patung dikonsumsi oleh perusahaan sebagai mitra dagang baik yang berada di dalam maupun di luar negeri dengan pola konsumsi massal. Perusahaan selalu menggunakan imajinasi secara kreatif dan inovatif untuk menciptakan desain-desain baru. Mereka melakukan perubahan teknologi dari manual (dengan menggunakan tangan) ke penggunaan mesin. Perusahaan telah melakukan perubahan bentuk, ukuran, bahan baku, sistem pewarnaan, dan lain-lain, sehingga mereka memproduksi patung baru secara massal. Hal ini dilakukan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya karena proses hibridisasi terjadi sebagai akibat dari telah terjadi perubahan pola konsumsi yaitu dari konsumsi individu ke konsumsi massal (oleh konsumen yaitu perusahaan melalui *made to order*). Untuk mencapai tujuan ini pihak perusahaan harus secara terus menerus mampu menghasilkan produk-produk sesuai permintaan pasar (mengikuti *trend* pasar).

Setiap perusahaan memiliki *designer* yang memiliki tanggung jawab untuk mendesain produk-produk baru, seperti berbagai jenis patung sesuai pesanan. Para *designer* yang bekerja di perusahaan tersebut dituntut untuk menciptakan karya seni baru sesuai dengan daya imajinasi, kreativitas atau kemampuan yang mereka miliki, namun mereka tidak boleh lepas dari parameter (*pakem*) yang berisikan nilai-nilai (*values*) seni budaya Bali yang merupakan *taksu* (*inner beauty*) dan hanya dimiliki oleh budaya Bali.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan para perajin patung di Desa Kedisan, tampaknya sering terjadi banyak kemiripan dari desain-desain para perajin patung. Untuk mengantisipasi adanya proses komodifikasi, komersialisasi, konsumerisme, plagiat, dan

degradasi kebudayaan Bali dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata budaya di daerah Bali, Ardika (2008) mengusulkan: (1) peningkatan kesadaran masyarakat Bali untuk menggali kearifan lokal untuk mempertahankan nilai-nilai keagamaan dan estetika kebudayaan Bali, (2) perlu dibuat peraturan dalam bentuk Peraturan Daerah (Perda) sebagai payung hukum yang harus dipedomani untuk melindungi, melestarikan, dan mencegah proses komodifikasi kebudayaan Bali, khususnya yang memiliki kaitan dengan daya tarik wisata, (3) pemberian informasi kepada wisatawan atau pihak-pihak terkait dengan industri pariwisata tentang nilai-nilai religiusitas dan estetika kebudayaan Bali, dan (4) para perajin atau seniman untuk mematenkan hasil karyanya, atau mendaftarkan hak ciptanya (HAKI) agar terhindar dari peniruan atau pemalsuan.

Menurut para pengusaha kerajinan patung, industri kerajinan yang ada di Bali umumnya memiliki kaitan erat dengan kondisi pariwisata dan perekonomian dunia. Kenyataan ini disebabkan oleh produk kerajinan patung yang mereka produksi diekspor ke mancanegara, seperti Eropa, Amerika, Australia, dan lain sebagainya.

3.2 Faktor Internal

Faktor internal disebabkan oleh keinginan para perajin itu sendiri untuk berinovasi dengan menggunakan imajinasikan menciptakan desain-desain baru secara kreatif melalui proses hibridisasi dari produk aslinya untuk menghindari kebosanan atau kejenuhan. Di samping itu, faktor ekonomi juga sebagai pemicu agar para perajin terus berinovasi, berkreasi untuk menciptakan desain-desain baru dari sebuah karya patung agar produk-produk itu bisa laku di pasaran. Patung telah mengalami proses hibridisasi karena telah mengalami perubahan (perpaduan 2 bentuk dan menghasilkan bentuk baru) dari teknologi (tangan ke mesin), bentuk (berbagai jenis betuk), ukuran, bahan baku (dari kayu yang keras ke yang lunak), pewarnaan (dari warna alamiah ke penggunaan zat-zat pewarna pabrik.

Di Bali telah berkembang industri budaya, kondisi ini memang sulit untuk dihindari karena Pariwisata. Faktor internal dimunculkan oleh keinginan para perajin patung untuk bereksplorasi secara kreatif dan inovatif dengan menggunakan imajinasi untuk

menciptakan kreasi-kreasi baru, seperti terlihat melalui Foto 5 dan Foto 6 berikut.

Foto 5
Patung Ganesha



Foto 6
Hibridisasi Patung Ganesha



Perkembangan teknologi yang semakin pesat berdampak pula terhadap pewarnaan seni patung. Sebelumnya warna-warna patung Ganesha sangat terbatas seperti hitam, abu-abu, dan coklat karena sesuai dengan bahannya (batu batu alam dan kayu) dan juga ada yang menggunakan cat minyak. Sedangkan patung Ganesha yang ada sekarang memiliki warna yang beragam seperti merah, putih, hitam dan cenderung cerah serta berkilau/mengkilat karena pewarnaannya menggunakan epoxy dan cat instan atau pylox. Berkenaan dengan motif patung Ganesha sebelumnya bermotif natural dan antik sedangkan sekarang bermotif mozaik/kaca.

Nilai estetika patung menjadi sangat kurang karena detil-detil yang tidak jelas. Menurut perajin kondisi ini tidak terlepas dari selera pasar. Ditinjau dari segi fungsi juga mengalami pergeseran. Fungsi Dewa Ganesha (dalam wujud patung) dalam ajaran agama Hindu sebagai dewa pemberi kesejahteraan melalui ilmu pengetahuan. Penempatan patung Ganesha adalah di tempat-tempat pemujaan seperti. Kondisi sekarang menunjukkan bahwa patung Ganesha banyak difungsikan misalnya sebagai hiasan atau pajangan di tempat-tempat umum seperti taman, museum, sekolah, dan sebagainya.

4. Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, simpulan yang dapat diambil adalah para seniman patung Bali melakukan perubahan bentuk dengan hibridisasi terhadap patung sebagai akibat dari pesanan (*made to order*) karena dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal disebabkan oleh *made to order* pesanan

dari kosumen yang umumnya mengikuti selera pasar. Di samping itu, adanya pola produksi, dan pengaruh pariwisata. Sedangkan untuk faktor internal, para perajin di Desa Kedisan menggunakan imajinasinya untuk berinovasi secara kreatif agar tercipta desain-desain baru yang diproduksi oleh perajin patung. Mereka tampaknya selalu mengikuti selera pasar sehingga produk mereka sangat disukai oleh. Di samping itu, para perajin ingin mengubah kehidupan sosial ekonomi mereka dan mereka memproduksi seni patung menjadi komoditas yang mudah dijual di pasar dengan harga murah.

Uraian di atas menunjukkan bahwa hibridisasi terjadi untuk glokalisasi karena cenderung menciptakan sesuatu yang unik dan positif dari perpaduan antara budaya global dan lokal. Kondisi ini dapat digunakan untuk memahami sosiokultural dalam kaitannya dengan pariwisata agar pangsa pasar (*market share*) menjadi meningkat karena proses negosiasi terjadi secara berkesinambungan dan pengaruh budaya global terhadap budaya lokal tidak dapat dihindari. Glokalisasi bisa terdiri atas nilai-nilai suatu budaya (budaya global) dipaksakan pada budaya lain, akan tidak membuahkan hasil. Oleh sebab itu, apabila budaya lokal dapat dipertahankan atau dilestarikan, budaya lokal harus mempertahankan cara hidup lokal, tetapi juga mengikuti proses yang mengglobal. Glokalisasi dianggap mampu menggabungkan hubungan, keseimbangan, dan harmoni antara homogenisasi dan heterogenisasi budaya, standarisasi dan adaptasi, homogenisasi dan penyesuaian, konvergensi dan divergensi, serta universalisme dan partikularisme. Glokalisasi mencoba memadukan dan mengaitkan globalisasi dan lokalisasi. Dalam konteks ini, budaya lokal mengandung sesuatu yang bersifat global, dan budaya global diperkuat dan dibentuk kembali oleh budaya lokal.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widi Wasa, Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas rahmat-Nya penelitian berjudul Hibridisasi Kerajinan Bali di Era Global adalah Penelitian Hibah Grup Riset yang dibiayai dari dana DIPA, PNBPU Universitas Udayana Tahun Anggaran 2016 dapat diselesaikan tepat pada waktunya dan artikel ini merupakan bagian dari penelitian tersebut. Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih

kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar yang meliputi: Rektor Universitas Udayana; Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Udayana; Dekan Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana; Kepala Desa Kedisan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar beserta staf; dan para informan. Penulis mengharapakan semoga artikel ini bermanfaat untuk kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2008. 'Pariwisata dan Hibridisasi Kebudayaan Bali' dalam *Pusaka Budaya dan Nilai-nilai Religiusitas*, (I Ketut Setiawan ed.) 1 – 9. Denpasar: Fakultas Sastra, Unud.
- Ardika, I Wayan, dkk. 2012. *Pengembangan Pariwisata Budaya Bernuansa Ekonomi Kreatif yang Berkeadilan dan Berkelanjutan di Bali*. Laporan Artikel. Denpasar: Universitas Udayana.
- Barker, C. 2005, 'Cultural Studies Teori dan Praktik' dalam *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (Jean Baudrillard ed.). Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.
- Chang, T., S. Milne, D. Fallon, and G. Pohlmann. 1996. 'Urban Heritage Tourism: The Global-Local Nexus'. *Annals of Tourism Research*. 23:284--305.
- Fairclough, N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Policy Press.
- Richards, 1996. *Cultural Tourism in Europe*. London: Cab International.
- Ritzer, G. 1993. *The MacDonalidization of Sosiety*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Robertson R. 1995. 'Globalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity', 25--44, dalam *Global Modernities*. Mike Featherstone, Scott lash dan Robertson eds. London: Sage Pulisher.
- Ritzer, G. dan Goodman, Douglas J. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. (Terjemahan). Jakarta: Kencana Predana Media Grup.
- Ryan, C. 2005. 'Who Manages Indigenous Tourism Product – Aspiration and Legitimization'. *Indigenous Tourism: The commodification and Management of Culture* (Chris Ryan dan Michelle Aicken, ed.). Oxford: Elsevier.
- Sutjiati Beratha, Ni Luh, Ni Wayan Sukarini, dan I Made Rajeg. 2016. 'Hibridisasi Kerajinan Bali di Era Global'. Laporan Penelitian.

Denpasar: Universitas Udayana.

Sutjiati Beratha, Ni Luh., Ni Wayan Sukarini dan I Made Rajeg. 2015. 'Implikasi *Made to order* dalam Autentisitas Kerajinan Bali'. Laporan Penelitian. Denpasar: Universitas Udayana.

Szalvai, E. 2008. *Emerging Forms of Globalization Dialectics: Interlocalization, a New Praxis Power and Culture in Commercial Media and Development Communication*. Disertasi. UK: Browing Green State University.

Tunis, Roslyn and Nelson Graburn. 2000. 'The Nelson Graburn and the Aesthetics of Inuit Sculpture'. *Curatorial Notes* at the Phoebe A. Hearst Museum of Anthropology, Berkeley, California October 2000 through September 2001.

Turner, B. S. 1992. *Max Weber: From History to Modernity*. London: Routledge.

Yamashita, S. (ed). 2003. *Bali and Beyond: Exploration in the Anthropology of Tourism*. USA: Berghahn Books.