

Industrialisasi Karya Seni Lukis : Dari Persepektif Bisnis Antara Peluang Dan Tantangan Industri Budaya

Oleh: Drs I Wayan Mudana, M.Par. Dosen Seni Murni FSRD. ISI Denpasar)

1. Pendahuluan

Terjadi pergeseran yang mengakibatkan munculnya totalitas social baru dengan berbagai pengorbanan dan prinsip-prinsip komodifikasi yang berlebihan dapat menyebabkan kaburnya kultur dengan menampilkan karya-karya yang bersifat tiruan. Setiap komoditas mempunyai nilai ganda. Disatu pihak mempunyai nilai pakai (*use value*) dan dilain pihak mempunyai nilai tukar(*exchange*) yang memiliki keterkaitan terhadap tenaga kerja yang terlibat dalam suatu produksi komoditas. Setiap obyek terlepas apakah obyek tersebut komoditas atau bukan bisa memiliki nilai kalau tenaga manusia dikembangkan untuk memproduksinya, dan inilah yang disebut proses dalam teori tenaga kerja.

Merupakan suatu perkembangan yang yang relative mutakhir sebagai sebuah fenomena *empiris dan histories*. Berbagai pandangan dari berbagai kalangan, dengan latar belakang dan disiplin ilmu berbeda mencoba memberikan tafsir. Salah satu implikasi penting terhadap karya-karya seni yang dijadikan suatu produk industri (komoditi) yang dapat dikonsumsi langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan masyarakat global yang memiliki pemahaman terhadap bentuk, fungsi dan makna berbeda. Hubungan antara *supplier* dan *dimand* yang menghasilkan barang dan jasa, sering kali menimbulkan “*sinkristisisme baru* “ dalam usaha menciptakan produk-produk yang mencerminkan (*made to order*). Para pelaku seni dengan senang hati mengikuti keinginan para pembeli dan berusaha sedapat mungkin untuk memberikan kepuasan pada pembeli, sambil mempromosikan produk-produk yang dihasilkan dengan harapan untuk mendapatkan imbalan berupa uang yang lebih banyak. Sering kali akibat komersialisasi yang berlebihan menghasilkan produk-produk yang terkesan melecehkan(dampak negatif). Latar belakang budaya, kemampuan ekonomi, kepercayaan, ilmu pengetahuan , pengalaman dan pangsa pasar seringkali dipakai sebagai kekuatan untuk menekan para pelaku seni untuk melakukan daya tawar yang serendah-rendahnya (*power*) sehingga seniman tidak berdaya untuk menerima tawarannya. Sedangkan “*interest* “merupakan bagian terhadap keterkaitan berhubungan dengan selera yang bias terjadi dari adanya kenangan, kesejarahan

Dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia, seni rupa dengan berbagai macam jenis dan sifatnya bagaikan seekor kumbang dengan sekuntum bunga. Dua jenis asal-usul yang berbeda spesies itu menjadi suatu pasangan yang sulit dipisahkan, saling tergantung, dan sama-sama diuntungkan (*mutualisme*). Rasa saling membutuhkan satu sama lainnya adalah sesuatu yang amat wajar dalam kehidupan bermasyarakat.

Sebagai industri budaya, karya seni yang diciptakan pada awalnya untuk memenuhi ekspresi jiwa untuk berkomunikasi melalui karya cipta seni

sehingga para seniman akan merasa terangkat harkat dan martabatnya sebagai seniman. Karya-karya ciptaan dengan latar belakang ngayah mulai dieksplorasi dengan menggunakan pendekatan ekonomi sebagai realita seniman memang sangat membutuhkan. Sebagai peluang, karya seni mampu menapakai untuk memenuhi kebutuhan seniman yang perlu hidup sarat dengan kebutuhan material berupa sandang, pangan, papan, dan mewah. Sebagai tantangan, seniman sudah dicekoki pikiran komersial, sehingga pemikiran fundamental sebagai seniman lama-lama terkikis dan luntur oleh komersialisasi. Sebagai akibat dari komersialisasi uang menjadi penglima sehingga seniman memposisikan karya-karyanya dengan standar-standar tertentu, ada karya yang diciptakan khusus sebagai idealisme dengan standar lebih tinggi ada juga karya diperuntukan untuk dapur memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan kualitas lebih rendah. Sebagai akibat dari adanya pemikiran yang mendua tersebut memunculkan identitas semu. Terkadang tidak jarang pelukisnya tidak mengakui karya yang pernah dibuat karena dipasarkan pada kelas standar rendah.

Sebagai industri karya seni lukis sudah mengalami pasang surut semenjak abad ke-21 dimana seorang pebisnis berkebangsaan Jerman bernama Neohaus yang sering disebut *Tuan "be"* (Mister ikan) yang menetap di Br Sindu Sanur memiliki akuarium besar untuk memelihara ikan hias. Atas bujuk rayu Tuan Walter Spies dan Rudolf Bonnet untuk membuka gallery yang bergerak dalam bidang seni untuk menampung, membeli dan memasarkan karya-karya yang diciptakan seniman Bali yang pada waktu itu sebagai hobi atau profesi sampingan. Karena Tuan Be, membeli karya dengan harga murah dengan kualitas karya yang sangat baik pada awalnya karyapun dipasarkan di Jerman (Eropa pada umumnya) dengan harga murah dengan harapan cepat laku memuaskan konsumen dan dapat membeli karya seniman Bali lebih banyak lagi. Ternyata karya susah dijual atau dipasarkan dengan catatan semua pengunjung atau yang melihat terkagum-kagum dengan keindahan karya orang Bali dengan tema-tema yang sangat unik. Lama tidak dapat menjual lukisan menjadikan dia stres, tidak memiliki harapan. Akhirnya, harga karya dinaikan 1000 % dicoba dipasarkan dengan pendekatan yang sudah prustasi. Diluar dugaan ternyata karya-karya yang pada awalnya dipasarkan dengan harga rendah tidak terjual satupun, ketika dinaikkan berlipat lipatan ganda habis terjual tanpa sisa. Tuan Be bangkit, untuk cepat ke Bali mencari karya seni. Derajat seniman naik, hidup terjamin dan tuan Be memiliki koleksi terbanyak tentang lukisan tradisional Bali.

Komersialisasi seni lukis mengalami kemajuan semenjak dibukanya jalur penerbangan Ngurah Rai di Tuban, yang diiringi dengan semakin banyaknya wisatawan yang terbang langsung ke Bali disusul dengan semakin pesatnya pertumbuhan pembangunan tempat penginapan, villa, cottages, hotel dll. Banyak wisatawan yang pada awalnya hanya berlibur sesaat setelah melihat aktifitas warna lokal dan budaya menjadi sangat tertarik dan akhirnya menetap di Bali.

Munculnya seni kreatif akibat dari adanya sinkritisisme baru antara orang lokal dengan orang asing yang mengagumi budaya Bali, orang Bali bahkan agama Hindu, menimbulkan trobosan-trobosan baru dibidang seni kreatif, karena kreatifitas

dan inovasi merupakan ‘ruh’ dari seni itu sendiri, dan cara kerja utama dalam kreativitas seni sehingga potensi-potensi yang berkaitan dengan kebutuhan orang wisatawan dimaksimalkan tanpa menghilangkan identitasnya. Sebagai ‘motor’ kreatifitas dan inovasi ini hanya dapat di realisasikan bila sumber daya dan modal yang ada secara optimal. Sebagai industri kreatif harus mampu membangun sebuah lingkungan kerja yang sehat agar dapat mendorong tumbuhnya karya-karya kreatif dan produk- produk inovatif, untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Produk-produk kreatif dapat dikelompokkan menjadi: 1) Ide adalah produk kreativitas, berupa: a) ide baru, b) pengenalan ide baru, c) penemuan, d) pengenalan penemuan, e) ide yang berbeda dari bentuk-bentuk yang ada, f) pengenalan sebuah ide yang mengganggu kebiasaan umum. 2). Inovasi dapat berupa: a) inovasi bentuk, b) fungsi, c) tehnik, d) material, e) manajemen atau pasar. 3) Pribadi kreatif kadang- kadang tidk cukup, karena kreatifitas tertentu justru memerlukan kerja kelompok dan kemitraan yang sinergis. Originalitas dapat berarti kemampuan menghasilkan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya atau modifikasi dari yang ada untuk memberi makna baru. Makna dan perubahannya dengan demikian sangat sentral dalam kreativitas.

Alven Topler,(2005) mengatakan: yang memiliki peluang untuk memenangkan persaingan global adalah ; (1) *ethnic society*, (2)*culture society*, (3) *emvieromental* , (4) *impormation and technology*.

Indonesia salah satu Negara yang memiliki persyaratan tersebut, tetapi masih jauh dari harapan. Indonesia memiliki berbagai macam etnik dari Sabang sampai merauke, ada Papua, Minangkabau, Betawi, Bali, Toraja, Ambon, Sasak, Kupang, dll. Setiap etnik memiliki latar belakang kebudayaan tersendiri, seperti kesenian, adat istiadat, kepercayaan, agama. Kita juga memiliki sumber-sumber alam yang berlimpah; seperti memiliki laut yang sangat luas, pertambangan, hutan yang luas, ada didaerah tropis dengan curah hujan yang cukup dengan hutan yang sangat luas. Sudah barang tentu kalau tidak ditunjang dengan kemampuan teknologi memadai, sumber-sumber alam , etnik, serta budaya yang kita miliki tidak mampu berbicara banyak tanpa didukung oleh informasi yang kuat dan teknologi yang memadai.

Susanne Lenger(1950 dalam Djelantik 1992:56-57) menyatakan: *Art is the creation of forms symbolic of human feeling*; terjemahannya; kesenian adalah penciptaan wujud-wujud yang merupakan simbol dari perasaan manusia. Simbol dalam arti yang layak adalah suatu pertanda, pernyataan mengenai sesuatu, dalam wujud yang mengandung arti sesuai dengan pernyataan. Simbol adalah sesuatu yang mewakili pesan, pernyataan dan arti dari masing-masing. Simbol harus disepakati oleh semua pihak yang bersangkutan. Sedangkan fungsi simbol dalam estetika adalah ; apa yang disajikan oleh kesenian kepada kita adalah hanya illusi atau bayangan; artinya sesuatu yang bukan sesungguhnya.

Pulau Bali sangat dikenal oleh masyarakat dunia yang memiliki keunikan, kebudayaan, alam yang indah, agama yang sangat menyatu antara alam dan peradaban manusia, sehingga para wisatawan sangat merasa nyaman bila dapat berlibur di pulau dewata ini.

2. Landasan Teori

Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian” pemampaan pasir laut pada teknik blasting sebagai alat untuk menciptakan karya seni(souvenir) yang berbasis industri alternatif”, adalah sebagai berikut:

a. Teori Fitisisme Komodifikasi

Beberapa pernyataan dapat diikhiarkan secara lebih grafis berkenaan dengan berbagai implikasi teori Marx tentang teori Fitisisme Komoditas.

Marx (1963:183 dalam Dominic Strinati.1995:63-65), “.....oleh karena itu, misteri wujud komoditas sebenarnya ada dalam karakter sosial usaha kerja manusia yang tampak sebagai suatu karakteristik obyek, suatu sifat alami sosial hasil kerja itu sendiri dan sebagai akibatnya hubungan antara produsen dengan keseluruhan usaha mereka sendiri dihadirkan sebagai suatu hubungan sosial , tidak hanya terjadi diantara mereka sendiri, tapi juga diantara berbagai hasil kerja mereka. Melalui pengalihan ini hasil-hasil usaha menjadi komoditas, benda-benda sosial yang memiliki sifat dapat ditangkap sekaligus tidak dapat ditangkap oleh indraPengalihan ini hanyalah merupakan suatu relasi sosial definitif diantara manusia , yang dimata mereka, mengambil wujud fantastis dari suatu hubungan antara berbagai benda..... Inilah yang saya sebut sebagai fitisisme yang merekatkan dirinya pada hasil-hasil kerja ketika diproduksi sebagai komoditas dan yang karenanya tidak dilepaskan dari produksi komoditas.

Manfaat pertukaran merujuk pada uang yang dapat diminta dari sebuah komoditas di pasar, harga jual belinya, sementara nilai manfaatnya merujuk pada kebermanfaatannya barang tersebut bagi konsumen, nilai praktis, atau manfaatnya sebagai sebuah komoditas. Dalam kaitannya dengan kapitalisme, azas pertukaran akan selalu mendominasi azas manfaat karena ekonomi kapitalis yang berputar-putar disekitar produksi, pemasaran dan konsumsi komoditas akan selalu mendominasi kebutuhan-kebutuhan riil manusia. Gagasan ini merupakan inti teori budaya kapitalis Adorno. Gagasan ini menghubungkan fitisisme komoditas dengan dominasi azas pertukaran dalam pengertian bahwa uang merupakan contoh betapa berbagai relasi sosial diantara orang-orang bisa mengambil perwujudan luar biasa dari suatu hubungan yang didefinisikan oleh sebuah benda yaitu uang sekaligus merupakan sarana utama dimana nilai komoditas didefinisikan untuk mereka yang hidup didalam masyarakat kapitalis. Makna Komodifikasi menurut Barker (2005:517) mendefinisikan komodifikasi sebagai proses yang diasosiasikan dengankapitalisme. Obyek, kualitas dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas , yaitu sesuatu yang tujuan utamanya adalah terjual dipasar. Menurut Fairclough (1995) definisi komodifikasi dipahami sebagai proses dominan sosial dan institusi yang melakukan produksi komoditas untuk meraih keuntungan kapital/ekonomi sebesar-besarnya dengan menciptakan suatu konsep **produksi, distribusi dan konsumsi**.

b. Teori Industri Budaya

Adorno,(1991:85.dalam Strinati 1995:71-78) Pada semua cabangnya, produksi-produksi yang dihasilkan untuk konsumsi untuk massa, dan pada suatu takaran besar menentukan sifat konsumsi itu, yang dibuat kurang lebih sesuai dengan

rencana. Masing-masing cabang itu strukturnya mirip satu sama lain atau sekurang-kurangnya cocok sama lain, dengan menata dirinya sendiri kedalam sebuah sistem nyaris tanpa ada kesenjangan. Hal ini dimungkinkan melalui kecakapan-kecakapan teknis masa kini maupun konsentrasi ekonomi dan administratif. Industri budaya secara sengaja memadukan para konsumennya dari atas. Kerugiandari keduanya mendorong sekaligus bidang seni tinggi dan seni rendah, yang terpisah selama ribuantahun. Keseriusan seni tinggi dihancurkan dalam spekulasi tentang keunggulannya; keseriusan seni rendah sirna bersama kekangan-kekangan peradaban yang dipaksakan pada perlawanan yang berontak yang inheren didalamnya sepanjang kontrol sosial belum terjadi sepenuhnya. Jadi, sekalipun industri budayatak pelak lagi berspekulasi pada kondisi sadar maupun tak sadar jutaan orang yang dituju, massa itu tidak bersifat primer tapi sekunder. Mereka adalah obyek kalkulasi, bagian dari alat. Konsumen bukanlah raja, sebagaimana diyakinkanoleh industri budaya kepada kita, bukan subyek tapi obyek.

Dengan merujuk pada analisis industri budaya pada musik pop, Adorno mengatakan teori sangat berkaitan terhadap teori fitisisme komoditas yang dikonsumsi oleh khalayak massal untuk menggambarkan kekuatan industri dalam masyarakat kapitalis. Industri budaya didominasi oleh dua proses yaitu: **standarisasi dan individualisme semu. Inti sebenarnya dari substansi disembunyikan oleh tambahan-tambahan sampingan, kebaruan, atau variasi gaya yang direkatkan sebagai tanda kehasannya.** Standarisasi merujuk pada kemiripan yang mendasar, sedangkan individualisme semu merujuk pada perbedaan-perbedaan yang sifatnya kebetulan. **Standarisasi mendefinisikan cara bagaimana industri budaya mengatasi segala macam tantangan, orisinalitas, autentisitas, ataupun berupa rangsangan intelektual, sementara individualisme semu memberikan umpan, keunikan, atau kebaruan nyata bagi konsumen.** Standarisasi mengandung pengertian bahwa makin mirip satu sama lain semakin dapat saling dipertukarkan, sementara individualisme semu menyamakan proses sehingga semakin bervariasi dan berlainan satu sama lain.

c. Teori Pertukaran dan Pilihan Rasional (Exchange Rational Choice)

Homan (1974. dalam Pitana,2005:22); Dengan konsep *social behaviorism*, dengan prinsip *maximization of utility* dan *dimishing marginal utility* (dipinjam dari konsep-konsep ilmu ekonomi), serta hubungan antara stimulti dengan respon (dipinjam dari konsep-konsep psikologi). Ditemukan bahwa semakin manusia itu diberikan penghargaan didalam melakukan sesuatu maka semakin solid prilaku tersebut terbangun secara berpola. Teori ini kemudian lebih dikembangkan oleh koleman (1990), bahwa dengan konsep ultiritarian setiap masyarakat akan memaksimalkan manfaat, dengan perhitungan secara rasional sehingga sering melanggar norma.

Menurut *Social Exchange Theory*, faktor utama yang menentukan prilaku manusia adalah motivasi terhadap benefit (manfaat) atau value (nilai) yang akan diterima dari prilakunya tersebut. Benefit tersebut bukan hanya dalam bentuk ekonomi, melainkan juga dalam bentuk-bentuk lainnya seperti pujian, perhatian,

tepek tangan, senyuman, dan sebagainya. Ada tiga asumsi pokok dalam *social exchange theory*, yaitu sebagai berikut (Steban, 1990): **1. Manusia bertindak dalam usaha mendapatkan *benefit*. Dalam kaitan ini, manusia diasumsikan sebagai makhluk yang rasional. 2. Semua *benefit*, apapun bentuknya, mengikuti prinsip saturasi (kejenuhan). Semakin banyak seseorang mendapat *benefit* yang sama maka nilai kepuasan per unit *benefit* akan berkurang, sampai akhirnya terjadi kejenuhan, dimana *benefit* tersebut tidak dirasakan lagi. 3. *Benefit* hanya bisa didapatkan dalam interaksi, apabila kedua belah pihak saling memberikan *benefit*, maka masing-masing pihak harus mempunyai sumber daya (*resources*).**

Emerson (1981) melihat adanya perbedaan yang mendasar antara pertukaran sosial dalam sosiologi dengan pertukaran dalam ekonomi mikro. Dalam pertukaran sosial (sosiologis), hubungan pertukaran terjadi dalam waktu panjang, dan nilai (*benefit*) pertukaran bukan semata-mata terletak pada benda yang dipertukarkan, melainkan jauh melampaui batas pertukaran benda tersebut. Sebaliknya pertukaran dalam ekonomi mikro terjadi sesaat, independent, dan hubungan antar pihak segera berhenti setelah *benefit* tertukarkan.

d. Teori Konflik

Teori konflik berasal dari Karl Marx, dengan konsep *economic mode of production*, yang menghasilkan kelas yang mengeksploitasi dan kelas yang tereksploitasi. Dalam teori konflik masalah dominasi dan aturan, norma dan nilai-nilai yang harus dianut oleh masyarakat sesungguhnya merupakan nilai, norma, atau aturan dari kelompok dominan, yang memaksakannya kepada kelompok subordinat. Dengan pemaksaan nilai dan aturan tersebut, kelompok dominan mempertahankan struktur sosial yang menguntungkan kelompoknya.

Teori konflik melolak anggapan bahwa masyarakat ada dalam situasi stabil dan tidak berubah. Sebaliknya, masyarakat selalu dilihat dalam kondisi tidak seimbang atau tidak adil, dan keadilan/keseimbangan dapat dicapai dengan penggunaan kekuasaan revolusi terhadap kelompok-kelompok yang memegang kekuasaan.

Dalam masyarakat industri-kapitalis, Marx dan Engels menyebut para pengusaha sebagai kaum *bourgeoisie* atau kapitalis dan karyawan atau buruh sebagai kaum proletar yang tertindas. Keduanya bersifat antagonistik, yang pada akhirnya akan menyebabkan kaum proletar melakukan perlawanan dalam bentuk revolusi.

Teori konflik dibedakan atas teori konflik Marxian berakar pada karya-karya Karl Marx (1818-1883) dan Friedrich Engels (1820-1895). Dalam teori konflik yang dipengaruhi oleh Marx, dikatakan bahwa pekerja teralienasi dari pekerjaan dan dari produk yang dihasilkannya, karena tenaga kerja sudah menjadi komoditas yang dibeli oleh kelompok borjuis dengan harga murah. *Surplus value* yang terjadi dalam proses produksi dinikmati oleh kaum borjuis melalui mekanisme eksploitasi. *Surplus value* ini merupakan pondasi dari sistem kapitalis. Kelas dominan dalam ekonomi pada akhirnya juga mendominasi berbagai aspek

kehidupan lainnya, seperti politik, agama, dan ideologi, yang pada akhirnya menguatkan dominasi mereka.

Ralf Dahrendorf(1959) menolak fundamental Marxism dengan *economic relationnya*, tetapi mempertahankan konsep dominasi dalam hubungan kekuasaan. Teori konflik juga dianut oleh Herbert Marcuse(1964) dan Jurgen Habermas(1987) yang melihat kelas dari segi administrasi teknis negara. Sedangkan Gramsci(1971) mengembangkan konsep *cultural hagemony*, dimana kelompok yang berkuasa pada suatu negara/masyarakat mendapatkan dominasi terhadap kelompok masyarakat lain dalam hal budaya, moral dan lain-lain melalui sitem pendidikan dan media masa. Hal ini terkait dengan teori Michel Foucault(1980) yang mengedepankan pentingnya pengetahuan sebagai wahana mempertahankan dominasi(*knowladge/power relation*).

Piere Bourdeau(1984) juga membahas perjuangan antar kelas dalam masyarakat, tetapi lebih menekankan pada dimensi cultural atau simbolik. Dia mengatakan bahwa kelas yang berbeda dalam masyarakat, mempunyai bentuk dan tingkat cultural conflict yang berbeda yang nantinya digunakan untuk mempertahankan posisi kelas.

Teori-teori pembangunanyang berkembang belakangan, seperti teori Dependensi dan Teori Sistem Dunia(*World-System Theory*), juga berakar pada teori konflik.

Ada tiga asumsi dasar yang menjadi panduan teori-teori konflik, yaitu: **1. Setiap orang(kelompok) mempunyai kepentingan(interest) yang sering berbeda bahkan bertentangan dengan orang(kelompok) lain didalam suatu masyarakat. 2. Sekelompok orang mempunyai power(kekuatan) yang lebih dibandingkan kelompok-kelompok lainnya, sehingga lebih mudah memenuhi interesnya, yang pada akhirnya bermuara pada ketidakadilan, menimbulkan kelompok yang mengeksploitasi dan kelompok yang tereksploitasi. 3. Interest dan penggunaan kekuatan(power) untuk mencapai interes tersebut dilegitimasi dengan sitem ide dan nilai-nilai yang disebut *ideology*, sehingga pada akhirnya ideologi yang berkembang adalah ideologi kelompok dominan.**

Jadi masalah utama yang dibahas dalam teori konflik adalah *power, order, dan interest*, dan dominasi serta hegemoni. Pada teori konflik umum, pendekatan Marx ditolak, karena dinilai sebagai program aksi, bukan kajian akademis. Pendekatan ekonomi sebagai satu-satunya faktor juga dianggap terlalu menyederhanakan kompleksitas masyarakat. Teori konflik umum melihat bahwa equality yang sepenuhnya tidak pernah terjadi dalam masyarakat, dan konflik tidak pernah bisa dihilangkan dari masyarakat. Mengikuti Marx Weber, teori konflik umum memandang bahwa konflik selalu terjadi sepanjang ada kelangkaan sumber daya, termasuk perebutan prestise dan kekuasaan, bukan saja kekayaan material.

e. Teori Dekonstruks

Derrida (1976) menyatakan bahwa dekonstruksi adalah pembongkaran sebuah teks asumsi yang dipegang teks tersebut. Secara khusus dekonstruksi dapat diartikan sebagai pembngkaran atas oposisi-oposisi biner hierarkis, seperti

realitas/penampakan, alam/budaya yang berfungsi menjamin kebenaran dengan menafikan pasangan yang lebih “inferior” Dalam masing-masing oposisi biner (Barker, 2005:102). Industri seni yang berbasis seni lukis :dalam mengintif peluang global dapat dilihat sebagai sesuatu yang mengabaikan struktur penciptaan seni dengan landasan *sepi ing pameran* kearah seni yang dipraksi dengan penekanan nilai ekonomis.

f. Teori Strukturasi

Anthony Giddens (1986) mengembangkan teori strukturasi, yang berintikan cara-cara bagaimana agen memproduksi dan mereproduksi struktur melalui tindakan-tindakan mereka. Salah satu teori inti teori strukturasi Giddens adalah konsep membatasi, tetapi juga memampukan. Artinya bahwa munculnya struktur baru (poststruktural) didalam struktur yang telah ada sebelumnya (struktural) bukan tanpa makna, tetapi mampu mengisi berbagai kepentingan masyarakatnya dengan tanpa menghancurkan struktur yang telah ada sebelumnya. Artinya bahwa, munculnya karya-karya seni yang melalui proses reproduksi, dengan cara mempercepat proses (produk) tidak sampai menghilangkan identitasnya.

g. Teori Hegemoni

Gramsci (1971) mengatakan bahwa hegemoni bukanlah dominasi dan kekuasaan, melainkan hubungan persetujuan yang mempergunakan pendekatan kepemimpinan politik dan ideology. Menurutnya ada dua syarat yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan kelas hegemoni, yaitu : (1) hegemoni tidak berarti memaksakan ideologi kelas tertentu,(2) ideology tidak terbentuk secara serta merta, proses kelahirannya tergantung dari pola-pola hubungan kekuatan selama terjadi alienasi. Hegemoni tidak dipaksakan dari atas, namun hegemoni diperoleh melalui negosiasi dan kesepakatan (Ratna, 2005:9-10). Sebagaimana muncul dan berkembangnya industri seni di kawasan wisata Ubud, produk-produk lukisan yang diperjual belikan merupakan suatu kesepakatan dengan kepentingan ekonomi, politik dagang. Oleh sebab itu hegemoni dalam karya seni lukis sangat relevan.

2.2 Kajian Konsep

Fairclough (1995) mengatakan bahwa : *Commodification is the process whereby social domains and institutions, whose concern is not producing commodities in the narrower economic sense of goods for sale, come nevertheless to be organized and conceptualized in term of commodity production, distribution, and consumption.* (komodifikasi merupakan konsep yang luas yang tidak hanya menyangkut masalah produksi, komoditas dalam pengertian perekonomian yang sempit tentang barang-barang yang diperjual belikan saja, tetapi juga menyangkut tentang bagaimana barang-barang tersebut didistribusikan dan dikonsumsi). Komodifikasi dapat melahirkan budaya masa. Masyarakat konsumen atau masyarakat komoditas, dan akibat konsumsi massa ini menyebabkan timbulnya budaya konsumen, dan dalam budaya konsumen terdapat tiga bentuk kekuasaan yang beroperasi dibelakang produksi dan konsumsi obyek-obyek estetis yaitu : kekuasaan capital, kekuasaan produser, dan kekuasaan media masa (Piliang, 1998:246).

Tidak banyak Negara-negara di dunia yang memiliki keunggulan seperti yang dikatakan Marx (dalam Strinati, 1995: 63) mengatakan dalam teori “fetisisme komoditas”

atas pemahaman budaya populer yang dilatar belakangi oleh teori industri budaya merupakan landasan untuk mengatakan; dominasi modal ekonomi, politis maupun ideologis menjadikan inspirasi sesaat untuk harga komoditas atau barang.

Pemikiran ini mengisyaratkan bahwa kaum pemodal besar memiliki peluang sangat besar untuk menentukan kemana arah perkembangan industri yang hendak dituju. Hegemoni terhadap pasar saling berkaitan terhadap ideologis dan isu-isu politis untuk memberikan janji-janji atau kebijakan politik. Pandangan hidup yang dijadikan suatu ideology amatlah susah untuk dibelokkan dan untuk memenangkan suatu pertarungan dalam mempertahankan ideology, mau-tidak mau harus memasuki percaturan politis.

Graburn (dalam Ardika, 2004: 25), dampak positif pariwisata terhadap masyarakat lokal, meliputi:

- (1) Masyarakat lokal memberikan hasil karya seni atau kerajinan yang bermutu tinggi kepada wisatawan.
- (2) Untuk menjaga citra dan menunjukkan identitas budaya masyarakat lokal kepada dunia luar.
- (3) Masyarakat ingin memperoleh uang akibat meningkatnya komersialisasi

Dengan adanya pariwisata, masyarakat local selain ikut secara bersama-sama mempromosikan daerahnya dengan memperlihatkan aktifitas kerja, identitas pribadi atau kelompok dengan pencitraan yang dikemas dengan baik dari produk wisata yang dimiliki, juga ingin menikmati jerih payahnya sebagai bagian dari pelaku pariwisata untuk mendapatkan imbalan dari wisatawan.

Collingwood (1958) dalam Djelantik (1992:58), menyatakan : *Art is imaginative expression*; terjemahannya : seni sebagai ekspresi, penguangan dari emosi sang pencipta.

Clive Bell (1960:”*Significant Form*”), menyatakan: “Subyek” maupun “obyek” dalam kesenian dan mengenai hubungan antara kedua social tersebut.

- (1) Semua pembahasan tentang kesenian harus bertitik tolak pada pengalaman estetis, yang ia rumuskan sebagai emosi yang khas, “*emosi estetis*”, yang dibangkitkan didalam subyek oleh 9ocia-ciri khas yang ada didalam obyek.
- (2) Kekhasan dari sesuatu yang ada didalam obyek itu, yang membangkitkan emosi estetis pada pengamat ia sebut “*significant form*”.
- (3) Hubungan antara “*emosi estetis*” dengan “*significant form*” itu ia anggap sebagai “*esensi*” (makna) dari setiap karya seni.(Djelantik,1992:59)

Konflik pada hakikatnya merupakan gejala yang melekat dalam kehidupan setiap masyarakat yang dipengaruhi oleh *power, order, interest*, dan *dominasi* serta *hegemoni* (Pitana,2004:21). Konflik dalam masyarakat senantiasa memiliki derajat dan polanya masing-masing. Untuk menganalisis konflik seniman patut dalam menyerap ide-ide modern yang dibawa wisatawan (*made to order*) di mana seniman Bali sudah terbiasa mengerjakan karya bernafaskan klasik maupun tradisi dihadapkan dengan permintaan terhadap karya-karya yang bernafaskan *touristic* sehingga menimbulkan dampak terhadap seniman.

Gb. 1. Konsef Pemasaran

Evolusi Konsep Pemasaran

Product Orientation	Product Concept	Selling Concept	Marketing Concept
Product and Distribution	Product Quality	Promotion	Needs and Wants of Customer
Seller,s Markets		Buyer,s Market	

DAFTAR PUSTAKA

Alisjahbana, S.T, 1983. *Sejarah Kebudayaan Indonesia Dari Segi Nilai-Nilai*. Jakarta: PT. Dian Karya.

Ardika, I Wayan, 2003. *Komponen Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata: Denpasar*, Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana.

_____, 2004. *Bali Menuju Jagaditha: Aneka Perspektif*, Pustaka Bali Post.

Arikonto, Suharsimi, 1992. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik*: Yogyakarta, ED. Revisi, Renika Cipta.

Artanegara, I Gst Bagus,1977. *Wayang Kulit Koleksi Museum Bali: Proyek Rehabilitasi dan Perluasan Museum Bali, Proyek Pengembangan Kebudayaan, Dirjen Kebudayaan P&K,RI*.

Anarson, H.H., 1986. *History of Modern Art*. New York: Harry N. Abrams, Inc.

Bachtiar, H. W., 1986. *Puncak-Puncak Kebudayaan Daerah dan Kebudayaan Bali: Lampiran 1 dalam I Gusti Ngurah Bagus (Ed), Denpasar, Sumbangan Nilai Budaya Bali Dalam Pembangunan Kebudayaan Nasional. Proyek Penelitian dan Pengkajian Kebudayaan Bali, Direktorat Jendral Kebudayaan*.

Bryan S. Turner, 2000. *Teori-teori Sosiologi Modernitas dan Posmodernitas*, Terj. Imam Baehaqi dan Ahmad Baidlowi, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

- Claire Holt. 2000. *Melacak Jejak Perkembangan Seni di Indonesia* (Terj. R.M. Soedarsono), Arti Line untuk Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (MSPI), Bandung.
- Dick Hartoko, 1984. *Manusia dan Seni*, Kanisius, Yogyakarta.
- Covvarrubias, M, 1957. *Island of Bali*. New York: Cornel University Press.
- C.A. van Peursen, 1988. *Strategi Kebudayaan*, Kanisius, Yogyakarta.
- Djelantik, A. A. M., 1990. *Estetika Instrumental*. Denpasar: Jilid I, STSI, Bahan Kuliah.
- _____, 1992. *Falsafah Keindahan dan Kesenian*. Denpasar, Jilid II: Dasar Ilmu Estetika, Bahan Kuliah Pada Sekolah Tinggi Seni Indonesia.
- Darsoprajitno Soewarno, 2002. *Ekologi Pariwisata*. Tata Laksana Pengelolaan Obyek dan Daya Tarik Wisata: Angkasa.
- Erawan, I Nyoman. 1994. *Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi (Bali Sebagai Kasus)*. Denpasar: Upada Sastra.
- Edi Sedyawati, 1991. "Pelestarian dan Pengembangan Kesenian Tradisi", Panitia Kongres Kebudayaan, Jakarta.
- Edmund, 1967. *Art As Image and Idea*. New Jersey : Prestice Hall, Inc.
- Franz Boas, 1955. *Primitive Art*, Dover Publication, New York.
- Graburn, Nelson. H.H. 2000. Tradition, Tourism and Textile: Creativity at the Cutting Edge. Dalam Hitchcock, M. and Nuryanthi, Wiendu(eds)., 2000. Building on Batik. The Globalization of a Craft Community. Pp: 338-353 Burlington: Ashgate.
- Gee, C.Y. and Fayos –Sola, eduardo. 1999 International tourism : A Global Persepective . Madrid : WTO.
- Geriya, Wayan, 1995. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global*. Denpasar: Upada Sastra.
- The Liang Gie, 1975. *Garis Besar Estetika (Filsafat Keindahan)*. Fakultas Filsafat: Universitas Gajah Mada.

- Toffler, Alvin. 1991 *Pergeseran Kekuasaan (bagian pertama)* (terjemahan) Hermawan Sulistyono. Jakarta : P.T. Pantja Simpati.
- Geriya I Wayan, 2000. *Transformasi Kebudayaan Bali Memasuki Abad XXI.*, Percetakan Bali, Denpasar.
- Gordon D. Jensen, Luh Ketut Suryani, 1996. *Orang Bali*, Institut Teknologi Bandung.
- G. Pudja, 1984. *Bhagawadgita (Pancama Weda)* , Mayang Sari, Jakarta.
- Gombrich, E. H., 1986. *The Story of Art*. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Gunn Clare A, 1988. *Tourism Planning* . Revised and Expanded: Taylor & Francis.
- Giddens, Anthony, 1985. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern Suatu Analisis Terhadap Karya Tulis Marx, Durkheim Dan Max Weber*. Jakarta: UI Press.
- Goris R, Tanpa Tahun. *Atlas Kebudayaan: Pemerintah Indonesia*.
- Hadinoto, Kusudianto, 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Jakarta: UI- Press.
- Hans J. Daeng, 2000 *Manusia Kebudayaan dan Lingkungan, Tinjauan Antropologi* Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Herberd Read, 2000. *Seni Arti dan Problematikanya*, Terj. Soedarso, Sp., Duta Wacana Press. Yogyakarta.
- Hostandter, A., and Richard Kuhn, 1976. *Design and Aesthetics*. London: The University of Chicago Press.
- Yoga Atmaja, Ida Bagus, 2002. *Ekowisata Rakyat*. Kuta: Wisnu Press.
- Inskeep, E, 1991. *Tourism Planning: An Integrated & Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kean Mc P.F, 1973. *Cultural Involution Tourist, Balinese and The Proses of Modernization an Antropological Perspective*. Brown University: USA.
- Koentjaraningrat, 1994. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

- Kusnadi, 1997. *Sejarah Seni Rupa Indonesia*. Jakarta: Laporan Proyek Pembangunan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Krause Gregor, 2002. *Bali 1912*: Paper Publications.
- Kusmayadi dan Sugiarto Endar, 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler Philip, Bowen John, Makens James, 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisata*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Koentjaraningrat, 1990. *Sejarah Teori Antropolologi II*, UI Press , Jakarta.
- Kusnadi, dkk., 1979. *Sejarah Seni Rupa Kita*, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Penelitian Sejarah dan Budaya, Proyek Penelitian dan Pencatat Kebudayaan Daerah, Jakarta.
- Lynton, N., 1994. *The Story of Modern Art*. London: Phaidon Press Limited.
- Mc Kean, P.F. 1973. *“Cultural Involution: Tourist, Balinese, and the Process of Modernization in an Anthropological Perspective”* Dissertation Departement of Anthropology, Brown University Press.
- Mc Phee, Colin 1966. *Music in Bali: A Study in Form and Instrumental Organization in Balinese Orchestral Music*. New Heven: Yale University Press.
- Maulana Ratnaesih, 1997. *Ikonomografi Hindu*. Fakultas Sastra: Universitas Indonesia.
- Mudana, I Gede, 2000. *Industrialisasi Pariwisata Budaya di Bali: Studi Kasus Biro Perjalanan Wisata di Kelurahan Kuta*. (Tesis) Denpasar: Universitas Udayana.
- Mathieeson, Alister and G. Wall, 1983. *Tourism: economic: Physical and Social Impacts*. New Yor: Longman John Wiley and Sons.
- Marzuki, 1995. *Metode Riset*. Yogyakarta : Bahan Kuliah Pada Fakultas Ekonomi Unuiversitas Islam Indonesia.
- Moleong, L. J., 1995. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Tragia Gae Remaja Rosdata Karya.

- Muhadjir, N., 1992. *Metode Penelitian Kualitatif*:Yogyakarta, Rike Surasin
- Murdana, I Ketut, 1985. *Karateristik Seni Hias Dalam Busana Tari Bali*. Denpasar : STSI.
- Murdowo, 1998. *Seni Budaya Bali Dwipa*. Denpasar: Bali Agung.
- Musa, A. A., 1998. *Agama Kebudayaan dan Pembangunan*. Yogyakarta: IAIN Sunan Kali Jaga Press.
- Martin Mowforth and Ian Munt,1998. *Tourism And Sustainability*. London and New York: New tourism in the Third World.
- Mariato Dwi M, 2002. *Seni Kritik Seni*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Mayor Polak, 1985. *Sosiologi*. Jakarta: Ichtiar Baru-Van Hoepe.
- Mustopo,M,H,1983. *Ilmu Budaya Dasar: Manusia dan Budaya Kumpulan Essay*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Morgan, M, 1996. *Strategi Inovasi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Elex Media Kompotindo.
- Murdowo, 1988. *Seni Budaya Bali Dwipa*. Denpasar: Bali Agung.
- Nasution, S., 1995. *Metode Reseach: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ngurah Bagus, I Gusti, 1997. *Menuju Terwujudnya Ilmu Pariwisata di Indonesia*. Denpasar: Magister kajian Budaya.
- Naisbitt John, 1987. *Gelobal Paradok* . Binarupa Aksara:Semakin besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil.
- Pendit S, I Nyoman, 1990. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramitha Perdana.
- Usman Pelly, Asih Menanti, 1994. *Teori-Teori Sosial Budaya*. Jakarta: Proyek Pembinaan dan Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Pitana, I Gede, 1994. *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali*: Denpasar, Bali Post.

- _____, 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata, Andi.
- Paloma ,Margaret M,1984. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: CV Rajawali.
- Piliang,Y.A.1998 *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*:Bandung:Mizan.
- Patra I Gusti Agung Gde, dalam I Ketut Wiana dan Raka Santri, 1993. *Kasta Dalam Hindu Kesalahpahaman Berabad-abad*, Yayasan Dharma Naradha, Denpasar.
- Purnatha P. Md., 1976/1977. *Sekitar Perkembangan Seni Rupa di Bali*, Proyek Sasana Budaya Bali, Denpasar.
- Poespowardojo, S., 1989. *Strategi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Filosofis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Picard Michel, 1989. *Bali . cultural Tourism And Touritic Culture*:Archipelago Press..
- Peursen, C.A.Van,1970. *Strategi Kebudayaan*:. Yogyakarta: Kanisius.
- Peter Burns and Andrew Holden,1995. *Tourism A New Perspective*: Prentice Hall.
- Rata, I B., 1997. *Eksistensi Budaya Bali*. Denpasar: Dalam Pertemuan Budaya-Budaya Dunia, Dalam Nyoman Budiana (ed): Widya Sastra Dharma.
- Rangkuti Freddy, 2003. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Read, Herbert, 1964. *A Concise History of Modern Sculture*. New York: Oxpord Unversity Press.
- Rai Sudharta, Tjokorda, 2005. *Kompetensi Budaya Dalam Globalisasi*. Fakultas Sastra: Universitas Udayana.
- Ryan Chris, 1991. *Recreational Tourism . London: A Social Science Perspective*, Reutledge.

- Shaw, Gareth and A.M. Williams. 1997. *The Earthscan reader in Sustainable Tourism*. pp106-112. London : Earthscan Publication.
- Smith, V.L. 1997. Introduction to Hosts and Guests: The Antropology of Tourism dalam France, Lesley., (ed).1997. *The earthscan Reader in Sustainable Tourism*. Pp 122-128. London: Earthscan Publication.
- Spillane J , 1987. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta : Kanisius.
- Spruit, Ruud, 1995. *Artists On Bali*. W.O.J. Nieuwenkamp, Rudolf Bonnet, Walter Spies, Willem Hofker, A.J. Le Mayeur, Arie Smit: The Pepin Press.
- Strinati Dominic, 1992. *Populer Culture*. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer: Bentang Budaya.
- Soedarsono, RM, 1999. *Seni Pertunjukkan Indonesia dan Pariwisata*. Bandung: MSPL.
- Soedarso, SP, 1990. *Sejara Perkembangan Seni Rupa Modern*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia. .
- Soedarso Sp., 1990/1991 “Seni Rupa Indonesia Dalam Masa Prasejarah”, dalam Perjalanan Seni Rupa Indonesia dari Zaman Prasejarah hingga Masa Kini Panitia Pameran KIAS, Jakarta.
- SP. Gustami, 1991 “Dampak Modernisasi Terhadap Seni Kriya di Indonesia “, *Beberapa Catatan Tentang Perkembangan Kesenian Kita*, Ed. Soedarso Sp.: BP. Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta.
- 1993. ”Seni Ukir dan Masalahnya”: Sekolah Tinggi Seni Rupa Indonesia “ASRI”, Yogyakarta.
- Sudarmadji, 1993. *Dasar-Dasar Kritik Seni Rupa*. Jakarta: Balai Seni Rupa.
- Supangkat, J, 1996. *Multikulturalisme/Multimodernisme*: Majalah Kalam.
- Sudiarja, A., dalam Susanne K. Langer, 1986. *Pendekatan Baru Dalam Estetika*.Jakarta: PT Gramedia.
- Sutopo, H., 1988. *Metode Penelitian Kualitatif II*. Solo: Bahan Kuliah Pada Universitas Sebelas Maret,

- Swandi, I Wayan, 1999. *Inovasi Ida Bagus Tilem Dalam Seni Patung Bali Modern*. Denpasar: Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.
- Schroeder Ralph, 2002. *Max Weber*. Kanisius: Tentang Hegemoni Sistem Kepercayaan.
- Syamsul Alam Paturusi, tanpa tahun, *Perencanaan Kawasan Pariwisata*. Program Magister Pariwisata: Universitas Udayana.
- Storey John, 1993. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Qalam Yogyakarta: Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies.
- Soekanto,S, 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Baru keempat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sirtha, I Nyoman, 1996. *Makna Sosial Hukum Dalam Aksi dan Reaksi Kelompok Masyarakat Ditengah Perubahan Sosial*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Tim Penyusun, 1989. *Kamus Besar bahasa Indonesia, Balai Pustaka*, Jakarta.
- Tim Penyusun Monografi Daerah Bali, 1985. *Monografi Daerah Bali, Proyek Pemerintah Daerah Tingkat I Propinsi Bali*, Denpasar.
- Titib I Made, 2001. *Teologi & Simbol-Simbol Dalam Agama Hindu*. Paramita: Badan Litbang Parisada Hinhu Dharma Indonesia Pusat.
- Thomas, 1992. *The Art and Their Interlation*. New York: USA.
- Van der Hoop, 1949. *Indonesische Siermotieven*, N.V. Uitgeverij. W. Van Houve, Bandung s' Gravenhage, Bandung.
- Wiranatha, Agung Suryawan,1999. *Pariwisata dan Pembangunan Bali yang Berkelanjutan, Makalah: Seminar Internasional. Pariwisata Berkelanjutan Menurut Persepektif Orang Bali*. Denpasar: Pusat Penelitian Kebudayaan dan Pariwisata Universitas Udayana.
- Wardiman Djoyonagoro, 1994 "Sambutan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan", pada Peresmian Museum Seni Lukis Klasik Bali Nyoman Gunarsa", Bali.
- Wiana I Ketut dan Raka Santri, 1993. *Kasta dalam Hindu Kesalahpahaman Berabad- abad* , Yayasan Dharma Naradha, Denpasar.

Wira Wayan, 1997. "Rontal Bwana Tatwa" . (Alih Aksara. I Dewa Aua Mayun Trisnawati), Karangasem.

Wiyoso Yudosaputro, 1990/1991 "Seni Patung Modern", dalam *Perjalanan Seni Rupa Indonesia dari Zaman Prasejarah hingga Masa Kini*, Panitia Pameran KIAS, Jakarta.

Yoeti, Oka A., 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.