

A traditional Indonesian Wayang Mudana painting. The central figure is a deity or nobleman standing within a large, flame-like archway. He is dressed in ornate, patterned clothing and a tall, striped headdress. The background is filled with intricate floral and geometric patterns. To the left and right, there are smaller figures, including a winged figure on the right and a figure with a large, expressive face on the left. The overall style is characteristic of traditional Indonesian art.

I Wayan Mudana

Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern

Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar

Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 1

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Ketentuan pidana Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat 1 untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun, dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,00 (seratus Juta Rupiah)
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan / atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan hak pelanggaran ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan / atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah).

Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern

I Wayan Mudana

Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar

Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern

ISBN

xxx (PDF)

Penulis

I Wayan Mudana

Sampul

Agus Eka Aprianta

Layout

Agus Eka Aprianta

Penerbit

Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, 80235, Denpasar, Bali

Cetakan pertama, Maret 2024

Ukuran 14cmx21cm

x+137hlm

Kata Pengantar

Puji dan syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa/ *Ida Sanghyang Widhi Wasa* penulis panjatkan atas *asung kertha wara nugrahaNya* dan rahmat-Nya penulis berhasil menyusun buku dengan judul ” **Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern** ”.

Seni lukis wayang Kamasan (SLWK) merupakan karya seni tradisi yang tumbuh dan berkembang sangat subur di Desa Kamasan, Klungkung, Bali. SLWK memiliki identitas sangat khas dan unik, digunakan sebagai pelengkap sarana ritual agama Hindu. Secara tradisi SLWK sangat terikat oleh *pakem*, norma, nilai, dan ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan-bahan dan peralatan yang diambil dari alam dan diolah dengan menggunakan teknik-teknik tradisi. Secara visual estetika SLWK sangat artistik, di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik yang sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

Pada era modern, SLWK dikomersialkan sebagai profesi dan dijadikan sandaran untuk menghidupi keluarga. Sebagai profesi pelukis didorong bekerja lebih keras sehingga menghasilkan karya-karya maksimal yang layak dikomersialkan. Pelukis juga didorong menunjukkan identitas diri sebagai cerminan kepribadian, meskipun secara umum identitas lukisan di Desa Kamasan masih mengacu pada identitas kelompok, yaitu SLWK. Di lain pihak ketika pelukis diberikan kepercayaan untuk *ngayah* pelukis senantiasa menunda pekerjaan yang bersifat pribadi dan

mendahulukan pekerjaan *ngayah*. Pelukis sadar bahwa *ngayah* tidak mendapatkan imbalan berupa uang.

Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke Desa Kamasan pada era postmodern disertai dengan permintaan terhadap produk-produk *souvenir* yang terus meningkat dalam praktik-praktik sosial kultural SLWK diproduksi menjadi komoditas dikomodifikasi menjadi produk penunjang pariwisata. Komodifikasi merupakan ciri postmodern yang diasumsikan sebagai kapitalisme yang memiliki kemampuan untuk mengubah objek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas. Komodifikasi merupakan konsep sangat luas dan sangat dinamis yang tidak hanya berhubungan dengan produksi dan komoditas, tetapi juga berhubungan dengan distribusi dan konsumsi. Pada era postmodern SLWK mengalami transformasi yang berimplikasi perubahan dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi ke idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen.

Fenomena transformasi SLWK pada era postmodern menarik untuk dikaji secara kritis dengan menggunakan pendekatan Kajian Budaya (*culture studies*) terfokus pada *tiga* masalah. *Pertama*, mengapakah terjadi transformasi pada SLWK di Klungkung, Bali? *Kedua*, bagaimanakah bentuk transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali? Dan *Ketiga*, bagaimanakah implikasi dari transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali?

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mesti diperbaiki dalam buku ini. Oleh karena itu, penulis memohon masukan dari semua pihak sehingga buku ini dapat bermanfaat bagi ilmu seni, ilmu budaya, ilmu politik, profesionalisme khususnya industri pariwisata.

Sebagai akhir dari ucapan terima kasih, penulis sekali lagi mengucapkan terimakasih dan maaf kalau ada kata yang salah.

Penulis

Daftar Isi

<i>Kata Pengantar</i>	v
<i>Daftar Isi</i>	viii
<i>Glosarium</i>	xi
<i>Pendahuluan</i>	1
<i>Konsep</i>	10
Konsep Transformasi	10
Seni Lukis Wayang Kamasan	13
Raja dan Kaum Bangsawan	19
Sangging Gede Modara	20
Sangging Ketut Kute/Ketut Lui	22
<i>Gambaran Umum Kampung Seni Desa Kamasan dan Profil Lukisan</i>	28
Lokasi dan Kondisi Umum Desa Kamasan	28
Kondisi Geografis	28
Kondisi Demografi	30
Desa Wisata Kamasan	32
Tinjauan Historis Desa Kamasan dalam Konteks Seni Lukis	35
Zaman Kuno dan Pengaruh Hindu Jawa di Bali	36
Profil Lukisan Wayang Gaya Kamasan	45
Struktur Lukisan Wayang Gaya Kamasan	45
Komposisi	48
Proporsi atau Kakuwub	57
Gelungan	59
Bahan dan Peralatan Melukis Wayang Gaya Kamasan	61
Bahan Kain	61
Bahan Lukisan dengan Kayu Papan	63

Bahan Warna dan Alat Melukis	63
Proses Melukis Wayang Kamasan.....	65
Ngedum Karang	66
Molokan.....	67
Ngereka	68
Ngewarnin	69
Nyawi.....	70
Muluhin	70
Neling	70
Nyoca	71
Meletik.....	71
Ngerus	71
<i>Faktor-Faktor Pendorong Terjadinya Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern di Klungkung Bali</i>	73
Motivasi Ekonomi: sebagai Pencitraan	81
Sebagai Identitas Diri Prinsip yang Berkelanjutan	97
Gaya Lukisan Mangku Mura	99
Gaya Lukisan Nyoman Mandra	102
Gaya Lukisan Pasar	105
Kreativitas Melukis sebagai Langkah Menuju Kesejahteraan	107
Globalisasi: sistem tunggal bersekala dunia	119
Pariwisata	134
<i>Bentuk Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern di Klungkung Bali</i>	150
Perubahan Produksi	155
Bentuk Estetika	169
Pembagian Ruang.....	176
Sketsa.....	182
Pewarnaan	189
Tema-Tema Lukisan	196
Penyelesaian dan Penyajian	198
Perubahan Distribusi	202
Pemerintah	222

Pebisnis (Industri Pariwisata)	225
Media	229
Perubahan Konsumsi	232
Perubahan Konsumsi Pelukis	241
Karakteristik Konsumsi Konsumen	252
Pola-Pola Konsumsi Konsumen	255
Tanggapan Konsumsi Konsumen	259
<i>Implikasi Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan</i>	
<i>Pada Era Postmodern Di Desa Kamasan</i>	263
Lunturnya Nilai-Nilai Budaya Tradisi Lokal	265
Peningkatan Kesejahteraan	277
Terpasungnya Kebebasan Melukis	284
Meluasnya Distribusi dan Konsumsi Sosial	292
Munculnya Pelukis Perempuan	296
Berkembangnya Industri Kreatif	308
<i>Penutup</i>	319
<i>Daftar Pustaka</i>	322

Glosarium

- Aringgit* : kata *ringgit* atau *reringgitan* (bahasa Bali) berarti ada torehan-torehan, hiasan berupa irisan, yang menghiasi bagian-bagian bentuk wayang sehingga dapat memberikan kesan estetik pada bentuk wayang.
- Adiluhung* : seni budaya yang bernilai tinggi dan kekal sepanjang zaman
- Ancur* : perekat yang digunakan dalam membuat warna Bali
- Apanage* : pemegang wilayah kekuasaan pada pemerintahan Raja-Raja (Dewa Agung Jambe di Klungkung Tahun 1686) *sembilan* kerajaan memisahkan diri, berdiri sendiri.
- Amerta* : sumber pemhidupan atau kemuliaan yang kekal dan abadi
- asta dala* : bunga teratai atau *padma* yang bermahkota delapan yang digunakan sebagai penunjuk *delapan* arah mata angin.
- awun-awunan* : hiasan atau motif yang digunakan untuk menghias ruang pada langit.

- balai dauh* : rumah yang ditempatkan di sebelah barat untuk menyambut tamu juga disebut *loji*.
- Baliseering* : aprogram politik etis Belanda tentang bagaimana mengajarkan orang Bali menjadi Bali yang sebenarnya yang lebih dikenal dengan *Baliseering* atau “*Balinisasi*”,
- Bulih* : sejenis kerang yang bentuknya bulat sehingga dapat dipakai untuk menggerus permukaan kain menjadi halus, dan licin.
- Byakala* : penyucian diri dari roch jahat ketika manusia sudah menginjak dewasa.
- Ade* : sarana ritual *ngaben* yang berbentuk bangunan yang dikombinasi antara *Padmasana* dan Meru, digunakan untuk mengusung mayat ke kuburan.
- Bokor* : peralatan yang bentuknya seperti piring, tetapi lebih berdimensi yang digunakan sebagai tempat *upakara*.
- Brumbun* : panca warna, dengan *lima* jenis warna yaitu; putih di timur (Dewa Iswara), merah di selatan (Dewa Brahma), kuning di barat (Dewa Mahesora), hitam di utara (Dewa

- Wisnu), *brumbun* di tengah-tengah (Dewa Siwa)
- Apang* : hiasan yang terdapat pada bahu; untuk menekan bapang ada hiasan yang disebut *ketat bahu* dan *sesimping* diletakkan di pangkal lengan.
- Cecean* : sebagai tempat air suci
- Canting* : alat untuk mengambil benda cair bentuknya diberikan tangkai dengan ujung lubang tuang agak kecil.
- Ceracap* : motif hias ornamen geometris distilir dari tumbuhan yang hidup pada cucuran atap rumah.
- Cawian* : *cawis* atau *nyawis* (bahasa Bali) artinya selesai. Jadi cawian berarti proses tahapan kerja terakhir. Biasanya berbentuk *reringgitan* (*cawian*)
- Dalem* : penguasa/Raja Klungkung pada masa kerajaan; *Dalem di Made*, *Dalem Ketut Ngelesir*, *Dalem Kresna Kepakisan*, *Dalem Bungkut*.
- dewata nawa sanga* : sembilan dewa penguasa penjuru mata angin yaitu, utara Dewa Wisnu,

timur Laut Dewa Sambu, timur Dewa Iswara, tenggara Dewa Sangkara, selatan Dewa Brahma, barat daya Dewa Ludra, barat Dewa Mahadewa, barat laut Dewa Kuera, tengah Dewa Siwa.

- Endek* : tekstil, berupa tenunan khas Bali yang banyak diproduksi di Klugkung.
- Gambelan* : musik tradisional Bali yang terbuat dari bahan campuran berbagai logam kemudian *dipangkur* (dicari nadanya). Gambelan Bali juga dapat dibuat dari bambu yang disebut “*jegog*” (khas Jembrana) dan “*rindik*” dalam musik yang mengiringi “*joged bumbung*”
- Gegulak* : patokan ukuran yang dijadikan standar dalam membuat ukuran secara tradisional.
- Gelang* : hiasan yang terdapat pada lengan, gelang pada pergelangan tangan manusia disebut *gelang kana*.
- Gelung* : hiasan yang terdapat pada bagian kepala

- Subeng* : hiasan yang terdapat pada bagian telinga
- Nagawangsul* : hiasan yang menghubungkan antara hiasan leher berupa *badong* (kalung) dan hiasan perut berupa *karangan waduk*.
- Oncer* : hiasan yang terdapat pada pinggir pinggang
- Kekendon* : hiasan yang digunakan untuk memberikan latar belakang pada *gelung*.
- ider-ider* : bentuk hiasan yang digunakan untuk menghias kolong bangunan suci atau rumah, yang bentuknya memanjang sehingga dapat memberikan hiasan keliling pada kolong bangunan.
- Jengki* : untuk menyatakan ukuran lebih pendek atau lebih kecil pada bentuk wayang atau dalang.
- Jagra* : dapat membedakan baik dan buruk, selalu terjaga.
- kapu-kapu* : motif hias ornamen yang distilir dari tumbuh-tumbuhan planton yang bernama kapu-kapu.

- kuta mesir* : motif hias ornamen geometris, yang terdiri dari motif suastika, motif L, motif T, dan kombinasi
- keketusan* : motif hias geometris yang diketus (diambil) dari tumbuhan planton yang terdapat di sawah-sawah.
- Kertaghosa* : bangunan yang pernah digunakan sebagai pengadilan adat yang terdapat di Taman Gili Klungkung.
- Keben* : anyaman yang biasa digunakan untuk menyajikan sarana *upakara*.
- Kakuwub* : harmonisasi dalam struktur wayang atau bangunan.
- Kereb* : kain yang dirajah yang biasa digunakan menutupi kepala atau muka
- Kekarangan* : motif binatang (*kekarangan*), seperti, *karang goak, karang gajah, karang sae, karang boma, karang tapel, karang bedulu, karang daun,* digunakan menghias pada bagian busana wayang.
- Kober* : sarana upakara ritual Hindu berbentuk bendera untuk menghiasi tombak.

- kalebok ring kawah candra gomuka* : dibenamkan di kawah yang ada di Yama Loka tempat Betara Yama, yang berbentuk bulan.
- Kajang* : sarana ritual yang berbentuk gambar *rerajahan* digunakan untuk menunjukkan identitas pada upacara *ngaben*.
- Kancut* : ujung kain digunakan dalam lukisan wayang laki-laki (*tanggun kancut*). Kalau ujungnya dibawa ke belakang diselipkan di pantat namanya *bulet*.
- kume Udang* : setengah kering.
- Kakuwub* : untuk mendapatkan harmonisasi keseimbangan dalam struktur lukisan.
- kakul-kakulan* : motif ornamen yang distilir dari binatang siput (*kakul*)
- lamak* : hiasan yang menggambarkan kosmologi dari alam atas sampai alam bawah yang diimplementasikan dalam bentuk *lamak*.
- Lepah* : dimasak sampai matang betul
- Lelontek* : hiasan yang bersifat sakral berbentuk tombak, yang berisi payung pada

pangkal mata tombak disebut *payung pagut*, yang berisi bulu pada pangkal mata tombak disebut *badrangan*, yang ada benderanya disebut kober, dan ada juga yang disebut *umbul-umbul*.

Langse : hiasan berupa kain berfungsi sebagai pintu gerbang.

Lanjar : agak memanjang. Dalam proporsi lanjar digunakan ukuran yang memberikan kesan kepanjangan-panjangan.

Mayapada : dunia maya yang tidak tampak secara kasat mata, seperti di dunia akhirat, *Sorgaloka*, *Kahayangan*.

Mercapada : dunia yang tampak, tempat kita sekarang berdiri, dunia suka dan duka, kaya dan miskin, pintar dan bodoh.

Muluhin : memberikan hiasan berupa bulu pada bagian-bagian tertentu seperti pada alis, kumis, kales, rambut, lengan, dada, kaki.

Meletik : memberikan aksan penyinaran pada bagian hiasan yang mencerminkan

permata sehingga terkesan ada sinar
dan penonjolan.

Pendahuluan

Seni lukis wayang Kamasan (SLWK) merupakan karya seni tradisional yang tumbuh dan berkembang sangat subur di Desa Kamasan, Klungkung, Bali. SLWK memiliki identitas sangat khas dan unik, sering digunakan sebagai pelengkap dalam ritual agama Hindu. SLWK juga digunakan sebagai bentuk persembahan menyatakan sujud bakti terhadap Tuhan Yang Maha Esa/*Ida Sanghyang Widhi Wasa* untuk memohon keselamatan dan ketenteraman umat. Proses pengerjaannya sangat terikat oleh *pakem*, norma, serta ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Disamping itu, dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan dan peralatannya diambil dari alam yang diproses dengan teknik-teknik tradisi.

Secara umum kesenian di Bali sangat erat menyatu dengan kehidupan masyarakat yang aktivitasnya senantiasa dilekatkan dengan kegiatan agama Hindu, adat istiadat, dan kebudayaan (Picard, 2006: 252). Secara spesifik SLWK memiliki estetika sangat artistik. Di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik tentang keseimbangan alam yang berhubungan dengan kehidupan manusia terhadap Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam (*tri hita karana*). Sebagai karya simbolik, SLWK digunakan sebagai pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat (Nurdjanti, 2006: 45).

Masyarakat Kamasan sangat percaya bahwa keterampilan melukis yang dimiliki merupakan kodrat secara turun-temurun. Kanta (1977/1978: 9) menyatakan bahwa, SLWK merupakan kelanjutan dari melukis *wong-wongan*.

Di pihak lain Ngurah TY (2007:105) dalam tesisnya tentang “*Rerajahan*” menyatakan bahwa identitas seni lukis tradisional Bali merupakan kelanjutan dari kebiasaan melukis *rerajahan* yang biasa digunakan dalam pembuatan *kajang*, *kereb*, dan *ulap-ulap* dalam ritual agama Hindu. Nyoman Wiwana (2008: 97) dalam tesisnya tentang “*Prasi*” mengatakan bahwa, SLWK pada awalnya digunakan sebagai gambar ilustrasi dalam lontar-lontar yang sering disebut prasi.

Masuknya budaya Barat di Bali ditandai dengan peristiwa *Puputan Badung* tahun 1906 dan *Puputan Klungkung* tahun 1908. Sejak 1908 Kerajaan Klungkung dengan ibu kota Semarapura secara resmi berada di bawah kekuasaan kolonial Belanda. Semenjak itu budaya modern diperkenalkan dengan sistem pemerintahan sipil sehingga muncul elite-elite baru dalam bidang kesehatan, pendidikan, dan pariwisata sebagai sektor baru. Untuk menunjukkan kepedulian Belanda terhadap masyarakat Bali yang sangat miskin secara ekonomi, tetapi sangat kaya dengan seni dan budaya maka SLWK dikomersialkan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata (Gouda, 1995: 35).

Pada era modern SLWK dikomersialkan sebagai profesi dan dijadikan sandaran untuk menghidupi keluarga. Sebagai profesi pelukis didorong bekerja keras untuk menghasilkan karya-karya maksimal sehingga layak dikomersialkan. Pelukis juga didorong dapat menunjukkan identitas diri sebagai bentuk kepribadian meskipun secara umum identitas SLWK masih mengacu pada identitas kelompok. Anom Kumbara (2004: 37) dalam bukunya tentang “*Pergulatan Elite Lokal Representasi Relasi Kuasa dan Identitas*”, menyatakan bahwa pada hakikatnya identitas dibedakan menjadi dua, yaitu identitas individu dan identitas

kelompok. Sebagai identitas kelompok, SLWK berfungsi sebagai sarana persembahan, bermakna tunggal, tidak terikat oleh ruang dan waktu, dikerjakan secara kolektif dan komunal (gotong royong), terikat *pakem*, norma, nilai, aturan, yang bersifat mengikat dan baku. Sebagai identitas diri yang menunjukkan kepribadian, pelukis didorong untuk mengekspresikan perasaan-perasaan subjektifnya ke dalam medium sehingga menghasilkan karya-karya yang mencerminkan diri pelukisnya sendiri.

Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Desa Kamasan pada era postmodern disertai permintaan terhadap produk-produk *souvenir* yang semakin meningkat maka SLWK dikomodifikasi menjadi *souvenir* sebagai produk penunjang pariwisata. Stephen Clot, seorang antropolog Negara Belanda menyatakan, seperti di bawah ini.

“.....wayang kamasan yang diciptakan dewasa ini banyak yang menyimpang dari *pakem* yang sebenarnya dibandingkan dengan yang ada di Belanda. Banyak terjadi penyederhanaan bentuk dan mengurangi tingkat kerumitan sehingga pengerjaan menjadi lebih mudah dan cepat. Motivasi penciptaan cenderung mengarah pada kebutuhan finansial (komersial) semata, (Arimbawa, 2013: 310).

Sebagaimana yang dikatakan Arimbawa tentang realitas komersialisasi yang dibangun para pelukis dengan kaum kapital menurut Clot, mengakibatkan terjadi perubahan dalam proses produksi dan reproduksi mengarah pada kebutuhan pasar. SLWK yang menjunjung tinggi idealisme sangat terikat oleh *pakem*, norma, nilai, proses pengerjaan yang sifatnya sangat mengikat dan baku berubah menjadi idealisme individu dengan menonjolkan identitas pribadi serta bersifat rasional meskipun secara umum masih mangacu pada identitas kelompok. I Nyoman Mandra

seorang pelukis senior di Desa Kamasan mengatakan bahwa melukis sudah dijadikan profesi untuk mendapatkan uang berupa penghasilan sehingga dapat menafkahi keluarga. Meskipun demikian, ketika pelukis diberikan kesempatan *ngayah* untuk kebutuhan ritual, pelukis merasa mendapatkan kehormatan yang tidak ternilai harganya. Pelukis akan menunda semua pekerjaan yang bersifat pribadi dan mendahulukan *ngayah*. Pelukis dengan senang hati mendapatkan kesempatan *ngayah* meskipun tanpa imbalan berupa uang (Wawancara dengan I Nyoman Mandra, 2011 di Kamasan). Mandra juga mengatakan bahwa ia tidak anti terhadap komersialisasi karena sadar terhadap kebutuhan hidup yang begitu tinggi sehingga memerlukan biaya hidup untuk makan, menyekolahkan anak, membuat rumah, dll.

Fairclough mengatakan bahwa komodifikasi merupakan ciri dari postmodern dan diasumsikan sebagai kapitalisme yang memiliki kemampuan untuk mengubah objek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas untuk didistribusikan ke pasar. Komodifikasi juga merupakan konsep yang luas tidak hanya menyangkut masalah produksi, komoditas dalam pengertian perekonomian yang sempit tentang barang-barang yang diperjualbelikan saja, tetapi juga menyangkut bagaimana barang-barang tersebut didistribusikan dan dikonsumsi (Barker, 2005: 517). Lebih lanjut Giddens (2005: 49) dalam *Refleksivitas Modernitas* mengatakan bahwa, tradisi tidak sepenuhnya statis, tradisi tidak terlalu melawan perubahan. Di pihak lain Kayam (1989: 1) menyatakan bahwa transformasi merupakan proses pengalihan total dari suatu bentuk ke sosok bentuk yang baru yang mengalami proses tahapan-tahapan panjang dari pramodern/tradisional, modern, dan postmodern.

Wacana yang berkembang di Desa Kamasan, SLWK pada era postmodern sudah mengalami transformasi yang berimplikasi terjadi perubahan dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi ke idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen. Arimbawa juga mengatakan bahwa masih ada pelukis yang mempertahankan idealisme tradisi yang mengacu pada *pakem*, tetapi sebagian besar telah mengalami perubahan sebagai akibat dari komersialisasi. Wilard Anna (1989) mengatakan bahwa seni yang bermutu tinggi potensial dikomersialkan untuk meningkatkan kesejahteraan pelukis. Akan tetapi, bila dilakukan secara berlebihan, akan terjadi penurunan kualitas (Shaw dan William, 1997: 109; Picard, 2006: 176).

Menurut penuturan Wayan Puspa, pelukis yang pernah dididik oleh Nyoman Mandra dalam menyikapi terjadinya komersialisasi adalah sebagai berikut.

“.....peristiwa “Bom Bali 1” yang terjadi *Cafe Pedis* dan *Sari Club* tanggal 2 Oktober 2002 di Jalan Legian Kuta merupakan pelajaran yang sangat luar biasa mengakibatkan kunjungan wisatawan ke Desa Kamasan turun drastis.”.... lukisan yang ia titip di *artshop-artshop* tidak ada yang laku, tamu sangat sepi.”.....banyak terjadi PHK, *gallery* banyak yang tutup, toko-toko sepi tidak ada pembeli. Pelukis *deriki* (di sini) mengeluh, “.....namun *tiang* bersyukur *taler* (juga) *polih order akeh* (saya mendapat pesanan yang banyak) berupa *souvenir* dan barang kerajinan sehingga masih dapat bernapas dengan lega (Wawancara dengan I Wayan Puspa, 2014 di Br Sangging, Kamasan).

Sesuai dengan yang dikatakan Puspa bahwa produk-produk yang kecil-kecil, remeh temeh, awalnya sangat diremehkan karena hasilnya sangat kecil, proses kerjanya sangat rumit, dan membosankan. Ketika bencana “Bom Bali 1”, produk yang diremehkan itu betul-betul dapat

menyelamatkan sebagian besar pelukis di Desa Kamasan. Oleh sebab itu, kini disela-sela kesibukannya melukis, Puspa selalu menyempatkan diri membuat produk *souvenir*, seperti melukis telur dan labu. Menurut Rangkuti (2009: 20), produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Di pihak lain Kotler (2009: 3) menyatakan bahwa produk merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar yang mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Semakin tinggi jumlah produk yang dikonsumsi oleh pariwisata berimplikasi terjadi *metamorphosis* yang lebih besar ke arah perubahan dari idealisme tradisi menjadi industri budaya yang inovatif, efektif, efisien dengan sasaran untuk memperoleh keuntungan berupa uang.

Komersialisasi diasumsikan sebagai pendorong terjadinya transformasi SLWK sehingga berimplikasi terjadi perubahan. Ciri-ciri transformasi menurut Tabrani (2006: 260), merupakan manifestasi pribadi korporatif (gabungan kritis, fleksibel, dan bebas). Lebih lanjut, Benjamin menyatakan bahwa komodifikasi berkaitan dengan kebaruan aspek vital dari sistem ekonomi kapitalis (Strinati, 2003: 63). Jacques Maquet (1979: 82) dalam buku *Aesthetic Anthropology*, mengatakan bahwa, *art by destination and art by metamorphosis*, artinya karya seni yang tumbuh di daerah tujuan pariwisata akan mengalami perubahan. Maquet juga menyatakan sudah terjadi *miss perception and miss information* terhadap karya seni di daerah pariwisata hingga mengalami perubahan. Menurut Feterstone (2001: vii), kesalahan persepsi tidak terletak pada wujud benda, tetapi terdapat pada persepsi orang yang melihat.

Faktor-faktor yang diasumsikan sebagai pendorong terjadinya transformasi, adalah motivasi ekonomi, identitas

diri, kreativitas, globalisasi, dan pariwisata. Julia Kristeva (2009: 292), menyatakan bahwa komersialisasi mengakibatkan terjadi transposisi proses *being* dan *becoming* yang bersifat subjektif berkaitan dengan identitas, mobilitas, perlawanan, dan keharusan berinterrelasi. Transformasi berimplikasi perubahan. Bentuk-bentuk perubahan SLWK pada era postmodern adalah perubahan produksi, perubahan distribusi, dan perubahan konsumsi. Featherstone (2001: 122) dalam “*Postmodernisme dan Budaya Konsumen*”, menyatakan bahwa pembabakan transformasi bersifat *linier hierarkis* berkaitan dengan produksi dan berbagai rezim signifikansi yang implikasinya terjadi perubahan ke arah postmodern. Hal-hal yang dapat disoroti dari implikasi transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali adalah lunturnya nilai-nilai tradisi budaya lokal, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, terpasungnya kebebasan melukis, meluasnya distribusi dan konsumsi sosial, munculnya pelukis perempuan, dan berkembangnya industri kreatif. Dalam konteks produksi sosial kultural SLWK dijadikan arena pertarungan untuk memproduksi produk-produk baru yang didaur-ulang dari teks-teks tradisi lama menjadi produk massa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Diskursus yang berkembang di Desa Kamasan bahwa SLWK sudah mengalami transformasi yang berimplikasi terjadi perubahan dari seni sakral dengan idealisme *pakem* menjadi seni profan mengikuti perkembangan pasar. Arimbawa juga mengatakan bahwa masih ada pelukis yang mempertahankan idealisme mengacu pada *pakem*, tetapi sebagian besar telah mengalami perubahan sebagai akibat dari komersialisasi. Dalam proses produksi dan reproduksi kapitalisme sudah mampu mendominasi pelukis untuk

mewujudkan mimpi-mimpi, *image-image*, ide-idenya untuk menciptakan produk-produk kreatif melalui proses komodifikasi, diproduksi secara massa untuk dijadikan komoditas berupa barang-barang dagangan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. SLWK dijadikan produk *pastiche* sebagai pencitraan budaya tinggi (*hight culture*) dan adiluhung untuk memperoleh nilai jual yang lebih tinggi. Lebih lanjut Sachari (2006: 66), menyatakan bahwa perubahan idiom-idiom estetika postmodern berupa *pastiche*, *kitch*, *parodi*, *camp*, dan *skizoprenia* merupakan ciri dari transformasi yang korporatif, kritis, fleksibel, dan bebas.

Dalam praktik-praktik sosial kajian budaya (*cultural studies*) melakukan pembongkaran serta pembelaan terhadap pelukis yang terpingirkan dan didominasi kaum kapitalis. Kajian budaya menyoroti kekuasaan kapital tidak hanya merambah dunia benda (*material culture*) dalam budaya lokal, tetapi juga merambah dunia tindakan budaya (*action culture*) dan dunia budaya nonbenda (*non material culture*) seperti sikap, mentalitas, aspirasi, dan persepsi (Piliang, 2004: 277). Selanjutnya Soros (2001: 132) menyoroti lebih dalam tentang sistem kapitalis global yang memperlihatkan sejumlah kecenderungan imperialisme. Kapitalisme sibuk melakukan ekspansi, tidak pernah berhenti dan terus-menerus melakukan pembaruan, sepanjang masih ada pasar, sepanjang masih ada sumber daya, sepanjang masih ada kesempatan dan peluang yang menguntungkan.

Postmodern sangat peduli terhadap seni tradisi, tetapi tidak mau terbelenggu oleh ketentuan-ketentuan yang sifatnya mengikat dan baku. Ngurah Bagus (1988) menyatakan bahwa dalam budaya terjadi beberapa pola

perubahan, *satu* di antaranya adalah inovasi. Inovasi adalah proses perubahan kebudayaan yang terjadi karena di dalam kebudayaan terjadi pembauran. Dengan memberikan sentuhan inovasi dan kreativitas berupa sisipan, tambahan dan tempelan-tempelan terciptalah struktur baru dengan standarisasi serta idealisme baru yang semu.

Ketika lukisan wayang gaya Kamasan digunakan menghias tempat suci dipersepsikan sebagai seni persembahan yang bersifat simbolik (*form follows meaning*). Di lain pihak juga berfungsi sebagai sistem konstruksi (*form follow function*). Akan tetapi, ketika ditempatkan di toko, *gallery*, *artshop*, pasar seni, ditumpuk dalam satu rak dagangan SLWK dipersepsikan sebagai barang-barang komoditas (pencitraan). Komoditas yang didistribusikan di pasar merupakan produk industri budaya yang dikemas dengan standarisasi dan idealisme semu. Komoditas pasar dipersepsikan sudah kehilangan aura idealisme digantikan dengan idealisme pasar berupa seni produk kemasan massa yang berorientasikan uang.

Bertolak dari permasalahan di atas maka dilakukan penelitian yang mengkaji transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali. Penelitian ini menggunakan perspektif kajian budaya yang kritis, emansipatoris yang humanis, kemudian menganalisis secara eklektik dengan teori praktik, teori komodifikasi, dan teori estetika postmodern. Penelitian dilakukan di Desa Kamasan, Klungkung, Bali dari 2002 sampai dengan 2014. Penelitian menggunakan metode kritis (*culture studies*) yang bersifat emansipatoris melibatkan pelukis, masyarakat bisnis (industri pariwisata), ilmuwan, seniman, dan budayawan.

Konsep

Konsep Transformasi

Konsep transformasi membahas beberapa aspek tentang aktivitas manusia dalam aktivitas tindakan menuju aktivitas pencarian nilai-nilai yang dapat dijumpai dalam hubungan manusia dengan manusia lain atau kelompok sosial lainnya. Percepatan pergerakan manusia ini diawali dengan berkembangnya pola pikir manusia untuk melahirkan sarana hidup lahiriah manusia bersangkutan, terutama dalam tataran aktivitas menuju pencapaian nilai-nilai ekonomi. Perkembangan ekonomi sebagai transisi ditandai oleh suatu transformasi yang mengandung perubahan mendasar pada struktur ekonomi. Perubahan ini ditandai dengan peralihan dan pergeseran kegiatan sektor primer ke sektor sekunder.

Kayam (1989: 1) dalam orasi ilmiahnya berjudul "Transformasi Budaya Kita", menyatakan bahwa transformasi merupakan suatu proses pengalihan total dari suatu bentuk ke sosok bentuk yang baru yang akan mapan melalui suatu tahapan yang memerlukan waktu yang lama. Transformasi diandaikan sebagai tahap akhir dari suatu proses perubahan. Transformasi dapat dibayangkan sebagai suatu proses yang lama bertahap-tahap, tetapi dapat pula dibayangkan sebagai suatu titik balik yang cepat bahkan *abrupt*. Proses transformasi adalah suatu proses revolusioner saling mempengaruhi antarunsur dalam suatu ideal *type* masyarakat. Transformasi mesti dipahami lewat suatu ideal *type* masyarakat yang sengaja diciptakan sebagai suatu model dan paradigma. Max Weber, misalnya menyimpulkan bahwa transformasi masyarakat Eropa

menjadi masyarakat kapitalis karena di dalam tubuh budaya masyarakat Eropa sudah terkandung “bumbu-bumbu” (*ingredients*) budaya yang akan melahirkan semangat kapitalis (Sachari, 2002: 68).

Pembabakan transformasi yang ditawarkan Featherstone bersifat *linier hierarkis* berkaitan dengan produksi dan berbagai rezim signifikansi yang implikasinya terjadi perubahan ke arah postmodern (Featherstone, 2001: 122). Ciri-ciri transformasi menurut Tabrani (2006: 260) adalah manifestasi pribadi korporatif (gabungan kritis, fleksibel, dan bebas). Bila kelayakan estetis belum berani melewati batas-batas, maka transformasi justru berani melakukannya demi terciptanya sesuatu yang baru, yang tidak hanya iseng, baru, atau layak, tetapi juga mencapai sesuatu yang integral dan jujur (*truth*). Transformasi tidak lagi tunduk pada norma, atau situasi dan kondisi, tetapi mengintegrasikan beberapa norma sesuai dengan fleksibilitas dan kebebasan yang mendukung.

Transformasi menunjukkan bahwa masyarakat negara dibayangkan pada suatu masa, pada suatu ketika berubah, bahkan menghendaki suatu perubahan yang berakhir (sementara) dengan status transformasi. Kenyataan tersebut juga menunjukkan bahwa cepat atau lambat serat-serat budaya yang menyangga anyaman teguh suatu kebudayaan masyarakat pada suatu saat meruyak dan membusuk untuk kemudian tidak dapat berfungsi lagi sebagai pengikat kesatuan kebudayaan. Transformasi adalah kondisi perubahan dari serat-serat budaya tersebut. Semuanya menunjukkan bahwa apa yang disebut sebagai masyarakat atau kebudayaan beserta segala sistem yang terkandung di dalam tubuhnya pada hakikatnya pada tahap tertentu merupakan hasil dari persetujuan sementara,

kompromi, simpulan bersama sementara, seperti yang dialami oleh kebanyakan negara di dunia *ketiga* termasuk Indonesia. Artinya, mencoba mencari format dan sosok budaya yang akan lebih mampu dan efektif menjawab tantangan ekonomi serta kebudayaan yang dihadapkan kepada statusnya sebagai kawasan jajahan negara-negara barat (Kayam, 1989: 2).

Dari sisi kebudayaan Geriya (2000), menyatakan bahwa transformasi kebudayaan adalah perubahan bentuk dengan implikasi pada perubahan jaringan fungsi dan isi kebudayaan. Transformasi ini merupakan suatu perubahan besar, yaitu dimana kebudayaan mengalami pembesaran skala secara horizontal (lokal, nasional, dan global) sekaligus secara vertikal (seni beradaptasi), tetapi bahasa dan esensi jati diri kebudayaan tersebut tetap berkelanjutan. Menurut Ngurah Bagus (1988), tolok ukur yang dapat dipakai untuk melihat terjadinya transformasi ada dua aspek, yaitu (1) mata pencaharian masyarakat yang bersangkutan dan (2) derajat perubahan, baik horizontal maupun vertikal. Berdasarkan kriteria di atas, perubahan diidentifikasi menjadi tiga jenis, yaitu (1) perubahan yang bobotnya tidak besar, (2) perubahan besar yang mengarah pada dimensi vertikal dan horizontal, dan (3) perubahan yang mendasar yang berdampak pada revolusi kebudayaan.

Dalam budaya terjadi beberapa pola perubahan, satu di antaranya adalah inovasi. Proses perubahan inovasi kebudayaan terjadi karena di dalam kebudayaan terjadi pembauran yang biasanya didasari dengan penggunaan sumber-sumber alam, energi, modal, peraturan baru, tenaga kerja, dan penggunaan teknologi baru. Semua ini akan menyebabkan adanya perubahan sistem produksi dan dihasilkannya produk-produk baru. Dalam proses penemuan

baru ini baik berupa alat maupun ide baru, biasanya berlangsung cukup lama.

Bertolak dari konsep itu, yang dimaksud dengan konsep transformasi adalah perubahan yang terjadi dalam waktu yang panjang dan bertahap-tahap, bersipat linier dan hierarkis, dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi ke idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen. Perubahan-perubahan tersebut didorong oleh adanya komersialisasi, komodifikasi, dan industrialisasi yang dilakukan kapitalisme untuk memproduksi produk-produk baru berupa produk industri budaya yang dapat didistribusikan ke pasar. Ciri-ciri transformasi SLWK merupakan manifestasi pribadi korporatif dari pemikiran kritis, fleksibel, dan bebas untuk menciptakan produk-produk baru dengan inovasi, kreativitas, dan jaringan yang lebih luas mengarah ke postmodern. Implikasi transformasi mengakibatkan terbukanya jaringan pasar yang sangat luas menghubungkan kegiatan sektor primer ke sektor sekunder, dari produsen ke konsumen untuk memproduksi produk-produk kreatif yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Seni Lukis Wayang Kamasan

Seni Lukis Wayang Kamasan (SLWK) sangat terikat oleh *pakem*, norma, nilai, serta ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Menurut I Wayan Simpen A.B. (1974: 7) dalam “Serba Neka Wayang Kulit Bali”, secara etimologi perkataan “wayang” berarti “bayangan” setelah dipengaruhi “warga aksara” (huruf *osteya* atau huruf bibir) seperti hurup “w” dan “b” maka kata “wayang” menjadi “*bayang*” yang berarti bayangan. SLWK yang bersifat simbolik sering digunakan sebagai bayangan dalam pencerahan terhadap umat. Purwadarminta dalam *Bausastra Jawa* menyatakan

“wayang” berarti “*ringgit*” yang artinya “gerigi” atau bergerigi”. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kata wayang adalah suatu bayangan yang diwujudkan dalam bentuk lukisan yang dihiasi dengan ornamen-ornamen bergerigi.

Berbicara tentang “bayangan” berarti ada sesuatu yang tampak sehingga dapat menginspirasi umat untuk mengetahui hukum sebab dan akibat dalam kehidupan ini. Secara tertulis istilah “*wayang*” dikenal di Bali semenjak pemerintahan Raja Ugrasena (896 M) zaman Bali Kuno di *Singhamandawa* (daerah Pejeng Sekarang). Dalam *Prasasti Bebetin* berangka tahun Saka 818 atau 896 Masehi yang disadur oleh R. Goris, disebutkan Bali sudah memiliki peradaban berkesenian *wayang* disebut “*parbwayang*” yang berarti *wayang*. Dari hasil penyelidikan Goris, ditemukan bentuk *wayang* tertua yang dipahatkan pada “*Sangku Sudamala*” sebuah relief yang menggambarkan *Semara-Ratih* yang tersimpan bersama *prasasti Raja Anak Wungsu* tahun 1071 Masehi. Di *Pura Kehen* (Bangli) didapatkan pula sebuah lukisan *wayang* berangka tahun 1204 yang berbentuk “*Bhatara Guru*”. Pada waktu pemerintahan *Dalem Ketut Semara Kepakisan* (Raja Bali), hubungan raja-raja Bali dengan raja-raja di Jawa terjalin sangat baik. Setelah mengikuti upacara *serada* di Majapahit pada tahun 1362 saat pulang membawa *sekropak wayang*.



Gambar 2.1 Lukisan pada Daun Lontar (Dokumen: Mudana, 2014)



Gambar 2.2 *Rerajahan* (Dokumen C Hooykaas, 1933)

Sebagaimana yang tampak pada lukisan daun lontar (Gambar 2.1) pada naskah-naskah kuno berupa *lontar* bisa ditemukan lukisan-lukisan dengan cerita pewayangan yang sampai sekarang masih digemari masyarakat Bali. Lukisan dalam lontar merupakan miniatur yang indah dikerjakan

dengan alat berupa pisau bermata tajam (*pengrupak*) yang digoreskan di atas daun lontar berformat sangat kecil, pipih, memanjang, yaitu sekitar 2 cm sampai dengan 18 cm. Parit yang tercipta dari goresan mata pisau itu kemudian dilumuri dengan minyak dan jelaga. Setelah minyak dan jelaga kering lalu permukaan daun *lontar* dibersihkan sehingga tampak ada lukisan dari jejak-jejak goresan yang ditinggalkan dari pisau *pengrupak*. Gaya seni lukis pada *lontar-lontar* ini rupanya menjadi cikal bakal munculnya SLWK (Kanta, 1978: 10).

Karya kebanggaan Gede Modara berupa *dua* buah lontar pelajaran untuk putra-putri raja yang mengangkat kisah kakawin ‘*Sutasoma dan “Lubdaka”* yang disertai dengan ilustrasi berupa lukisan wayang Kamasan sebagai penerang manuskrip. Akan tetapi, pada waktu perang melawan Belanda (1908) yang dikenal dengan “*Puputan Klungkung*” kerajaan Klungkung kalah. Salah satu, yaitu *Lontar Sutasoma* dirampas oleh Belanda, sedangkan *Lontar Lubdaka* dapat diselamatkan dan disimpan di *Geria Pidada Klungkung* (Nurdjanti, 2006: 6).

Menurut Kanta (1977/1978: 9) dan TY (2007:105), SLWK pada awalnya bernama lukisan *wong-wongan* merupakan kelanjutan dari melukis *rerajahan*. Bentuk karya lukisan pada saat itu difungsikan sebagai persembahan dan sarana pelengkap ritual Agama Hindu Bali diwujudkan melalui simbol-simbol. Di dalamnya terkandung ajaran tentang keseimbangan kehidupan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam (*tri hita karana*). Coulson (1978) dalam Titib (2003: 63) mengatakan bahwa kata simbol mengandung arti menggambarkan sesuatu yang imaterial, abstrak, suatu ide, kualitas tanda suatu objek dan proses. Lebih lanjut Titib mengatakan bahwa

kata simbol adalah “*pratika*” yang mengandung arti yang datang ke depan, yang mendekati.

Pada masa pemerintahan *Dalem Waturenggong* sekitar abad ke-15 (1460--1550 Masehi) terjadi akulturasi budaya di *Gelgel* ditandai dengan berdatangnya sastrawan besar ke Bali, seperti *Dang Hyang Astapaka*, *Danghyang Angsoka*, dan *Danghyang Nirartha*. Kedatangan mereka diharapkan dapat memajukan agama dan kebudayaan Bali hingga mencapai zaman keemasan (*golden age*). Munculnya SLWK menjadi lebih nyata pada waktu *Kerajaan Gelgel* jatuh dan pindah ke Klungkung pada tahun 1686 Masehi yang diberikan nama *Keraton Semarapura*. Perpindahan pusat kerajaan terjadi pada masa pemerintahan *Raja Dewa Agung Jambe*. Hampir semua pemegang wilayah “*apanage*” memerdekakan diri yang akhirnya terbentuklah *sembilan* kerajaan di Bali yaitu: Klungkung, Gianyar, Badung, Bangli, Karangasem, Buleleng, Tabanan, Negara, dan Mengwi.

Dalem Klungkung Dewa Agung Jambe sangat serius menaruh perhatian dan memberikan perlindungan serta pembinaan kepada para pelukis Kamasan. Pada suatu ketika *Dalem* memerintahkan seorang *sangging* yang bernama I Gede Mersadi yang berasal dari Desa Kamasan untuk membuat lukisan wayang dengan tokoh *Mahapatih Modara* yang dipetik dari lontar *Bomantaka*. Keberhasilan Gede Mersadi mengekspresikan tokoh *Mahapatih Modara* dalam bentuk lukisan wayang dengan karakter sangat menjiwai (*metaksu*) membuat *Dalem Klungkung* merasa puas sehingga *sangging* ini sering dipanggil raja dengan nama “*Modara*”. Selanjutnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas *sangging Modara* dikirim kepada raja-raja bawahan seperti Gianyar, Karangasem, Mengwi, Badung, dan Bangli untuk menghias *pura*, *pemerajan* dan istana raja. Karena

Modara berasal Desa Kamasan, rupanya asal kelahirannya inilah yang secara historis dianggap sebagai tempat lahirnya SLWK dan Modara sebagai pelopor. Bahan-bahan yang digunakan diambil dari alam diolah dengan teknik-teknik tradisi, seperti *pere*, *belau*, *mangsi*, dan *tulang*. Selain itu, juga menggunakan *warna gincu*, *atal*, *perade gede*, dan *ancur* didatangkan dari negeri Cina.

Pada tahun 1686 *Dalem Klungkung Dewa Agung Jambe* memerintahkan para *sangging* membuat bangunan *Kertha Gosa* dan *Bale Kambang* di *Taman Gili* yang pada dinding-dindingnya dihiasi dengan SLWK untuk memberikan pencerahan pada umat. *Sangging* yang mengerjakan lukisan pada bangunan di *Taman Gili* berasal dari Desa Kamasan, seperti I Gede Mersadi (I Gede Modara), Lui, I Saburg, dan Liya. Material yang digunakan dibuat dari “*Kain Bali Tenunan Nusa*”. Karena material ini tidak tahan lama, dalam pemugaran tahun 1930 diganti dengan enternit.

Lukisan wayang yang terpampang pada dinding bangunan *Kertha Gosa* menceritakan “*Bima Swarga*” dan lukisan di *Balai Kambang* menceritakan “*Sutasoma*” sebagai cerminan bagi masyarakat untuk dapat membayangkan kehidupannya kelak. Artinya, kalau berbuat jahat, akan menerima *pahala* yang buruk ketika meninggal, yaitu bertempat tinggal di neraka “*kalebok ring kawah candra gomuka*”. Kalau berbuat baik mendapatkan *pahala* baik dan akan menghuni surga, dilayani oleh bidadari yang cantik-cantik “*suka tanpewali duka*”, perasaan senang yang abadi. Visualisasi karya-karya sastra (teks) ke dalam bentuk lukisan menjadi sangat mendidik masyarakat dan dapat memberikan pencerahan kepada umat. Setiap tokoh dalam pewayangan memiliki karakteristik tersendiri yang dapat

ditransformasikan dalam kehidupan masyarakat sebagai bayangan.

Menurut Nyoman Mandra, tahapan-tahapan kerja SLWK, yaitu (1) *ngedum karang* (mengatur komposisi), (2) *molokan* (membuat pola bentuk), (3) *ngereka* (menggambar ekpresi), (4) *ngewarna* (memberi warna), (5) *nyawi* (penyelesaian memberi kontur berupa hiasan ornamen), (6) *nyocain* (memberi warna permata/soca pada tengah-tengah ornamen), (7) *meletik* (memberi warna putih pada tengah *soca*), dan (8) *ngerus* (mencencangkan kain kanvas dengan kerang). Kegiatan itu dikerjakan secara kolektif dan komunal, yaitu dikerjakan secara bersama-sama (gotong royong) yang mencerminkan kebersamaan tanpa menonjolkan pribadi-pribadi. Karya-karya yang dihasilkan diklaim sebagai milik bersama (Wawancara dengan Nyoman Mandra, 2013 di Kamasan)..

Aktor-aktor yang terlibat dalam transformasi SLWK pada era pramodern sehingga menghasilkan karya-karya yang dapat memberikan pencerahan pada umat adalah raja dan kaum bangsawan, *sangging* Gede Modara, *sangging* Ketut Kute/Ketut Lui.

Raja dan Kaum Bangsawan

Kata-kata raja (*sabda*) merupakan perintah, hukum yang harus dihormati serta ditaati oleh masyarakatnya. Campur tangan raja dan bangsawan membawa kesenian rakyat keistana (seni rakyat) untuk menghias bangunan-bangunan suci dan menghias perlengkapan sarana *upakara*. Melalui istana, seni rakyat ini disebar ke pelosok-pelosok raja bawahan untuk menghias tempat suci dan sarana *upakara* sebagai bentuk pencerahan. Sebagai seni rakyat ketika dibawa keistana kemudian dari istana disebarluaskan

sehingga berubah menjadi *tradisi agung*. Raja memerintahkan *sangging* untuk memvisualkan nilai-nilai yang terdapat dalam karya sastra menjadi lukisan wayang kemudian ditempatkan di tempat-tempat yang strategis. Dari lukisan wayang diharapkan masyarakat yang sebagian besar melek huruf dapat memaknai nilai-nilai yang terkandung dalam lukisan tersebut sebagai pencerahan.

Sangging Gede Modara

Gede Modara merupakan pelopor SLWK yang hidup pada tahun 1770-an. Nama Modara bukan merupakan nama asli pemberian orang tuanya melainkan merupakan pemberian raja yang memerintah saat itu. Nama pemberian orang tuanya adalah Gede Mersadi mempunyai *dua* orang adik bernama Made Meresada dan Nyoman Payungan. Dari *ketiga* bersaudara, hanya Gede Mersadi yang menyukai lukisan, sedangkan *kedua* adiknya memilih pekerjaan sebagai undagi.

Gede Modara tidak memiliki anak laki-laki, semua anak-anaknya perempuan. Perempuan pada saat itu tidak dibolehkan mengambil pekerjaan melukis. Ketika Modara meninggal tidak ada yang meneruskan keterampilan melukis sehingga SLWK mengalami kevakuman generasi yang cukup lama. Menurut "*Lelintihan Keluarga Modara*", Mangku Wayan Muliarsa mengatakan bahwa salah satu anak Modara diambil sebagai istri raja yang bernama *Jero Mura* juga sering disebut *Jero Bandem*. Setelah berselang *lima* generasi ± 300 tahun baru muncul pelukis keturunan Modara bernama Mangku Wayan Muliarsa (1962). Ayahnya bernama I Nyoman Sergig (1933) dan ibunya Ni Wayan Sasih (1942). Kedua orang tuanya bukan seorang pelukis, melainkan seniman tari yang sering membantu dalam pewarnaan

(Wawancara dengan Mangku Wayan Muliarsa, 2014 di Kamasan).

Kebesaran nama Gede Mersadi muncul ketika Dewa Agung Jambe penguasa Kerajaan Klungkung memerintahkan membuat figur tokoh Patih Modara atau Mahudara dalam bentuk wayang. Bentuk wayang harus mengekspresikan karakter '*patih*' sebagaimana dikisahkan dalam sastra "*Lontar Bomantaka*", yaitu orang yang cekatan dan sangat berwibawa. Raja sangat terkesan oleh lukisan Gede Mersadi sehingga raja selalu memanggil Gede Mersadi dengan sebutan Modara. Berkenaan dengan memberikan nama tersebut orang-orang di sekitarnya lebih sering memanggil dengan panggilan *sanging* Modara.



Gambar 2.3 "*Pemurtian*" I Gede Mersadi/Modara tahun 1686 (abad ke-17) di atas kanvas dengan warna Bali dan warna emas. Koleksi Mangku Muliarsa (Dokumen: I Wayan Mudana, 2014.)

Pada Gambar 2.3 tampak lukisan “*Pemurtian*” yang dibuat pada tahun 1686 atau abad ke-17 dengan bahan dasar “*kain tenunan Nusa*” menggunakan *warna pere, kencu, atal, perade emas* yang didatangkan dari negeri Cina. Itu berarti bahwa jauh sebelum Bali dikuasai oleh kolonial Belanda warna-warna tersebut sudah dikenal di Bali. Diperkirakan warna-warna tersebut didatangkan melalui lalu lintas perdagangan antara Bali dan Cina sebelum Bali dikuasai oleh pemerintah kolonial Belanda.

Sangging Ketut Kute/Ketut Lui

Generasi pelukis di Kamasan mengalami kepakuman (*mandeg*) cukup lama, yaitu semenjak meninggalnya Gede Modara. Aktivitas melukis baru bisa dilakukan pada generasi *kumpi* Ketut Kute/Ketut Lui. Lui merupakan anak Nyoman Payungan (*undagi*) yang melahirkan *empat* anak, yang paling kecil bernama Ketut Kute yang sering dipanggil Ketut Lui yang hidup antara tahun 1850--1910 (Forge,1978: 84). Ketut Kute/ Kute Lui, inilah yang mewarisi keahlian Gede Modara. Teman seangkatan Lui adalah *Kumpi Sambug, Pan Alus, Kumpi Karta, Nyoman Liya*. Mereka ini juga termasuk pelukis pokok yang memenuhi segala kebutuhan peralatan upacara yang ada kaitannya dengan lukisan pada waktu itu.

Karya-karya Ketut Lui banyak menghiasi pura-pura dan rumah-rumah adat, tetapi karena termakan waktu dan bahan yang dipakai mudah dimakan rayap, maka sangat sulit mencari dan menemukan peninggalan karya lukisannya. Harta yang berharga yang masih dapat dilacak hingga kini adalah jasanya membina anak-anak muda berbakat yang tertarik belajar melukis, seperti I Wayan Kayun, I Wayan Ngales, Nyoman Dongol, I Nyoman Lenged, dan Pan Remi. Kelima orang tersebut berusia sebaya merupakan teman sepermainan (Kanta, 1977/1978: 36).

Ketut Lui meninggal pada tahun 1910. Ia meninggalkan seorang anak laki-laki bernama Nyoman Mireg yang juga memiliki nama panggilan lain, yaitu *Nyoman Delem*. Anak semata wayang ini ternyata tidak mengikuti jejak ayahnya sebagai pelukis. Menurut Nunung Nurdjanti (2006: 4--6), Mangku Mura yang hidup antara tahun 1920--1993 mengaku belajar melukis dari Ketut Lui, padahal Lui sudah meninggal 1910 sedangkan Mangku Mura baru lahir tahun 1920. Mungkin yang dimaksud adalah Mangku Mura banyak belajar dari karya-karya Lui. Oleh sebab itu, kalau ingin melihat karya-karya Ketut Lui, dapat dilihat pada karya Mangku Mura. Kesamaan karya Ketut Lui dengan Mangku Mura dapat dilihat pada penampilan garisnya yang sangat tegas tidak putus-putus, percaya diri, menguasai teknik melukis tradisi Kamasan dan memahami karakter pertokohan yang akan dilukiskan. Sebagai cerminan dalam karya-karya Mangku Mura terkandung nilai-nilai yang penuh dengan penjiwaan sehingga menghasilkan karya sangat berkarakter yang diterjemahkan dalam bahasa garis yang sangat tegas dan sangat kuat.

Anak didik Ketut Lui masing-masing memiliki latar belakang yang khas dan keunggulan dalam bidangnya. I Wayan Ngales yang hidup antara tahun 1910--1952, unggul dalam melukis figur Sangut, Delem, dan raksasa. Karakter Sangut dan Delem sangat kuat terwakili dalam penampilan lukisannya. Selain itu, juga keangkeran raksasa dapat dilihat dan dirasakan sehingga orang mengatakan karyanya seolah hidup. Karya-karya Ngales sangat mirip dengan karya Lui sebagai gurunya. Ia meninggal dunia pada tahun 1952, tidak punya anak laki-laki, semua anaknya perempuan, dan pada saat itu belum ada perempuan berprofesi sebagai pelukis.

Dogol merupakan anak *Kumpi Rambug* seorang pelukis kawan seangkatan Ketut Lui. Karena teman-temannya banyak belajar pada Lui, sedangkan Dogol (masa kanak-kanak) lebih banyak menghabiskan waktu untuk belajar dan bermain-main bersama teman-temannya, seperti Wayan Ngales, I Wayan Kayun, I Wayan Lenged, dan Pan Remi. Dogol sangat taat dalam menjalankan perintah agama untuk menghias tempat suci dan tempat-tempat yang digunakan sebagai pencerahan. Ia banyak membantu mengerjakan lukisan baik untuk pura maupun untuk upacara-upacara, yang diselenggarakan oleh sanak saudaranya yang membutuhkan. Karya-karya yang dibanggakan sangat sukar ditemukan.



Gambar 2.4 “*Pemurtian Swatama*” oleh Dogol. Koleksi Wayan Soka.
(Dokumen: I Wayan Mudana, 2014)

Pada lukisan Dogol yang berjudul “*Pemurtian Swatama*” (lihat gambar 2.4) yang masih disimpan oleh kemenakannya Wayan Soka dalam kondisi yang sudah lapuk menunjukkan jejak-jejak garis, pewarnaan, komposisi, proporsi, yang sangat artistik penuh dengan penjiwaan dan berkarakter. Nyoman Dogol meninggal dunia pada tahun 1963. Cerminan karya-karya Dogol dapat dilihat pada karya-karya Nyoman Mandra yang pernah menjadi anak didiknya sejak kecil. Dogol tidak memiliki anak (*bekung*), Mandra adalah anak dari saudara perempuan Nyoman Dogol (Forge, 1978: 84--85). Sedangkan I Wayan Ngales kebanyakan melukis untuk kepentingan upacara keagamaan sehingga ia tidak mempunyai karya yang lepas. Ngales mempunyai anak diantaranya yang bernama I Wayan Seken/ *Pan Semari* karya-karya mereka sangat sulit diperoleh informasinya. I Wayan Seken/*Pan Sumari*, inilah menjadi tokoh dalam usaha pelestarian dan pengembangan seni tradisi lokal khususnya SLWK untuk dijadikan objek dan atraksi wisata.

I Wayan Kayun anak sulung dari I Wayan Sari dengan I Wayan Togog yang memiliki kisah sangat menyedihkan. Sejak kecil ditinggal oleh ayahnya, kemudian dibesarkan oleh kakek dan neneknya Nyoman Tangen dan Ni Ketut Kampih. Berkat bimbingan intensif dari ketut Lui, Kayun menjelma menjadi pemuda yang mahir melukis. Wayan Kayun terkenal suka melukis secara demonstratif. Ia dapat mengerjakan lukisan dimulai dari tumit baru kemudian menambah ke bagian-bagian yang lain, hasilnya tetap mengagumkan. Tidak hanya dari tumit, ia dapat mengerjakan bermula darimana saja sesuai dengan keinginan orang. Karyanya banyak dipuji seolah dapat berkomunikasi. Ia pandai memberikan perwatakan sesuai dengan karakter dan pertokohan.

Pengabdian yang tulus kepada masyarakat sifatnya jauh dari pamrih pribadi, hubungannya yang baik dengan sesama lapisan masyarakat membuahkan kebaikan bagi keluarganya, ia diberikan sebidang tanah milik desa oleh warga desa Banjar Pekandelan. Ia dapat membuat rumah sederhana untuk tinggal menetap tanpa berpindah-pindah menumpang pada orang lain. Karya monumentalnya terpampang di *Pura Puseh Banjar Budaga*. Lukisan di langit-langit *Kertha Gosa* dan di *Balai Kambang* “Taman Gili” dikerjakan bersama teman-temannya. Untuk yang di rumah-rumah pribadi bertebaran, antara lain di *Desa Manduang*, di *pura Dalem Tampwangan*, rumah *Pan Mekar*, *Pan Margi*, *Pan Dumun*, dan *Pan Ngayon* (Anthony, 1978: 45). Salah satu anaknya yang masih hidup yaitu I Made Kanta (almarhum) berprofesi sebagai budayawan yang menerbitkan buku tentang “Proses Melukis Tradisional Wayang Kamasan”.

Pada era modern SLWK dikomersialkan sebagai profesi untuk dijadikan sandaran menghidupi keluarga. Implikasi dari komersialisasi mendorong pelukis bekerja lebih keras untuk menunjukkan identitas diri meskipun secara umum masih mengacu pada identitas kelompok. Komersialisasi membawa peradaban baru bagi masyarakat Kamasan karena keterampilan melukis dapat mendatangkan penghasilan berupa uang. Aktivitas melukis berkembang sangat cepat tiada hari tanpa dilewatkan dengan kegiatan melukis. Uang yang diperoleh dari menjual lukisan dapat meningkatkan kesejahteraan. Sebagian besar warga pindah profesi sebagai pelukis karena dapat meningkatkan kesejahteraan. Masyarakat sangat senang mendapatkan uang dari wisatawan atas pertukaran lukisannya, oleh sebab itu disebut sebagai masa keemasan (*golden age*) atau *renaissance*

baru, karena sebagian besar penduduk Desa Kamasan pekerjaannya adalah sebagai pelukis.

Gambaran Umum Kampung Seni Desa Kamasan dan Profil Lukisan

Lokasi dan Kondisi Umum Desa Kamasan

Kamasan merupakan salah satu desa di wilayah Kabupaten Klungkung, Bali. Desa tersebut terletak ± 4 km ke arah selatan Kota Semarapura (ibu kota Kabupaten Klungkung). Dari Kota Denpasar ke arah timur berjarak ± 42 km. Luas wilayah Desa Kamasan ± 249 hektar dengan batas-batas, yaitu di sebelah utara Desa Galiran, di sebelah selatan Desa Gelgel, di sebelah Timur Desa Tangkas, dan di sebelah barat Desa Jelantik.

Kondisi Geografis

Secara geografis Desa Kamasan merupakan daerah dataran rendah ± 75 m di atas permukaan laut, terbentang dari Pantai Batu Klotok atau Pantai Jumpai sampai dengan perbatasan Desa Galiran. Persentase kontur tanah pada saat ini relatif bervariasi, yaitu mulai dari daerah datar dengan perkiraan kemiringan lereng berkisar 0% sampai dengan 3% dan beberapa lahan dengan kemiringan lereng berkisar antara 3% sampai dengan 10 %. Rata-rata topografi wilayah Desa Kamasan termasuk daerah landai (Profil Desa Kamasan, 2005: 3).

Kondisi jalan cukup baik untuk mencapai Desa Kamasan karena hampir seluruh jalan sudah diaspal sehingga dapat dilalui dengan kendaraan bermotor. Para pengunjung dapat dengan mudah mencapai sentra-sentra kerajinan dan tempat-tempat para pelukis wayang tradisional. Akses untuk menuju desa Kamasan dapat ditempuh melalui *empat* jalur. *Pertama*, jalur barat, yaitu

ditempuh melewati pusat Kota Semarang ke arah selatan sepanjang $\pm 1,5$ km sampai di Banjar Sangging, sebagai alamat rumah kediaman I Nyoman Mandra (seorang pelukis wayang Kamasan). Di sebelah selatannya, yakni Banjar Pande Mas yang merupakan sentra kerajinan emas dan perak. Kedua, jalur utara, yaitu ditempuh melalui Kota Semarang ke arah tenggara, sehingga sampai di Banjar Siku, tempat kediaman Mangku Mura, seorang pelukis wayang tradisional gaya Kamasan. *Ketiga*, jalur selatan, yaitu ditempuh melalui Kota Semarang ke selatan sejauh ± 3 km melalui Desa Tojan dan Desa Gelgel, maka akan sampai di Banjar Pande, yakni merupakan pusat kerajinan dengan bahan selongsong peluru bekas. *Keempat*, jalur timur, yaitu ditempuh melalui jalan *by pas* di sebelah barat Tukad Yeh Unda menuju Desa Kamasan.



Gambar 4.1 Peta Kabupaten Klungkung (Dokumentasi Pemda Klungkung, 2014)



Gambar 4.2 Peta Desa Kamasan (Dokumentasi Pemda Klungkung, 2014)

Kondisi Demografi

Sebagian besar penduduk Desa Kamasan menganut agama Hindu dengan dasar kepercayaan mengacu pada “*panca srada*”, yakni berasal dari kata *panca* yang berarti *lima* dan *srada* berarti kepercayaan. Jadi, *panca srada* berarti *lima* kepercayaan yang meliputi (1) percaya dengan adanya *Sanghyang Widhi Wasa*, (2) percaya dengan adanya *atman*, (3) percaya dengan adanya *punarbawa*, (4) Percaya dengan *karmapala*, dan (5) percaya dengan adanya *samsara*.

Jumlah penduduk yang berdomisili di wilayah Desa Kamasan \pm 3.441 jiwa, tersebar di sepuluh banjar adat (Profil Pembangunan Desa Kamasan, 2007: 7). Desa Kamasan termasuk desa dengan jumlah penduduk cukup padat jika dibandingkan dengan luas wilayahnya. Rata-rata tingkat

kepadatan mencapai 72 orang per km². Pemilikan tanah pertanian seluas 0,36 ha perkepala keluarga. Secara rata-rata pemilikan tanah keseluruhan untuk bertani tidak sebanding dengan jumlah penduduk, yaitu 0.075 perorang.

Terkait dengan tanah garapan berupa sawah atau lahan kering yang dimiliki para petani di desa tersebut, ternyata sangat sempit dan hasilnya tidak dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehubungan dengan itu, masyarakat berupaya untuk mengembangkan segala bentuk potensi, warisan budaya, dan keterampilan yang dimiliki, seperti mengembangkan keterampilan menempa logam, menenun, dan melukis wayang. Hal tersebut menyebabkan mata pencaharian masyarakat Desa Kamasan sangat beragam di antaranya sebagai petani, pedagang, buruh, pande besi, mas, perak, tembaga, tukang kayu, dan pelukis wayang. Sejak mulai menggeliatnya perkembangan pariwisata di daerah tersebut, masyarakat banyak yang beralih profesi dari bertani menjadi perajin atau sebagai pelukis lukis wayang klasik, bahkan banyak di antaranya menjadikan sebagai mata pencaharian utama.

Perkembangan keterampilan menempa logam juga semakin marak dan menghasilkan karya-karya kerajinan yang luar biasa berupa perlengkapan upacara umat Hindu, seperti *bokor*, *sangku*, *canting*, peralatan pedupaan untuk *Ida Peranda*, dan sebagainya. Selain itu, juga membuat peralatan untuk rumah tangga. Dari keterampilan menenun diciptakan kain *songket*, kain *endek* dengan berbagai jenis motif, baik dari hasil stilasi fauna maupun flora. Dipihak lain dari melukis *wong-wongan* yang sering disebut *rerajahan* dikembangkan menjadi karya seni lukis dengan mengangkat tema-tema bersumber pada epos Ramayana dan

Mahabharata, cerita Sutasoma, cerita Tantri dan cerita rakyat lainnya.

Data statistik penduduk Desa Kamasan tahun 2013 menunjukkan bahwa selama ini masyarakat yang paling banyak melakukan kegiatan kerajinan dan melukis wayang klasik terdapat di Desa Sangging. Keahlian tersebut diperoleh secara turun-temurun dari generasi ke generasi hingga sekarang masih tetap eksis. Bahkan, karya-karya yang dahulunya dibuat semata-mata untuk persembahan, kini diproduksi dijadikan sebagai barang komoditas dan digeluti dalam bentuk industri rumahan dengan modal relatif kecil serta lebih berorientasi padat karya (*intensive labor*). Kegiatan tersebut melibatkan kaum pria dan wanita, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa (Bagus, 1981: 10).

Desa Wisata Kamasan

Desa Kamasan merupakan desa tua yang memiliki sentra-sentra industri sangat khas dan unik tersebar merata di seluruh pelosok. Sejarah *Desa Gilda* dapat dijual sebagai desa wisata yang memiliki produk-produk unggulan yang sangat khas dan unik. Akses menuju Desa Kamasan tergolong sangat strategis, yaitu berjarak \pm 500 meter dari jantung kota. Di samping itu, juga dapat diakses dari berbagai arah dengan kondisi jalan yang cukup baik. Sentra-sentra industri di Desa Kamasan sangat layak dikembangkan menjadi desa wisata di kawasan Bali bagian timur.

Keberadaan Desa Kamasan pada masa pemerintahan Raja-Raja di Klungkung ditugaskan untuk memasok segala peralatan yang berhubungan dengan alat-alat dapur, alat *upakara*, peralatan perang, karya seni, dan kerajinan sangat layak dijual sebagai objek dan atraksi wisata untuk diceritakan kembali kepada wisatawan yang berkunjung ke

Desa kamasan. Objek-objek desa “*gilda*” seperti keterampilan melukis, *memande*, *menenun*, membuat kerajinan sangat layak dikedepankan sebagai daya tarik wisata karena memiliki latar belakang sejarah dan mitos yang melekat pada masyarakatnya.

Sejarah kebesaran nama Gede Mersadi yang hidup tahun 1830-an merupakan leluhur pelukis di Desa Kamasan. Sebagai pelopor pelukis wayang gaya Kamasan ia dikenang secara abadi dengan nama Gede Modara. Nama Modara merupakan panggilan *Dalem Klungkung Dewa Agung Jambe* tahun 1686-an ketika melukis *Mahopatih Modara* (dalam cerita Ramayana) yang diperkirakan dilanjutkan dengan berdirinya *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang*. Generasi Gede Modara lama mengalami kemandekan cukup lama karena tidak memiliki anak laki-laki, sedangkan perempuan tidak diperbolehkan melukis secara tradisi. Setelah berselang ± 300 tahun baru muncul pelukis dari generasi ke-5 bernama Mangku Muliarsa (1962). Di sisi lain generasi Payugan adik Mersadi yang memiliki empat anak. Anaknya yang bungsu bernama Ketut Lui (1850--1910). Generasi Ketut Lui inilah memunculkan banyak generasi, seperti Nyoman Dogol (1910--1963), Kayun, Ngales, Lenged, dan Pan Remi, yang karyanya masih terpampang pada bangunan *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* di *Taman Gili Klungkung*. Lukisan wayang gaya Kamasan yang dikerjakan leluhur masih banyak tersebar di *merajan*, *sanggah*, atau *pura* di Desa Kamasan atau daerah sekitarnya sebagai bukti layak diselamatkan sebagai warisan budaya.

Dalam buku “*Soroh Pande*” dikatakan bahwa mitos tentang profesi *memande* yang bisa membuat senjata dan peralatan dari logam di Klungkung pernah hampir punah dibunuh karena dianggap sebagai penyebab terjadinya

pemberontakan pada masa pemerintahan raja-raja. Akibatnya, aktivitas kerja menjadi terhambat karena tidak ada peralatan. Akhirnya, *Dalem* (Raja) memerintahkan mencari *pande* sampai ditemukan. Setelah dibawa ke istana, *Dalem* memberikan *pande* kedudukan yang terhormat sebagai pendamping raja yang khusus menangani senjata. Sebagai tanda-tanda peninggalan di Desa Kamasan terdapat banyak *warga pande* yang masih aktif *memande* seperti *Pan Sekar* yang lebih dikenal dengan kerajinan selongsong pelurunya, *Mangku Dalem Gandamayu (Pande)* yang lebih dikenal dengan kerajinan lencana. Selain itu banyak pula yang membuat *bokor*. Sedangkan I Nyoman Mandra, Pande Sumantra, Puspa, dan Suparta menetapkan pilihannya sebagai pelukis.

Picard (2006) mengatakan bahwa Desa Kamasan sebagai desa yang layak dikunjungi oleh wisatawan sudah terjadi sejak pemerintahan kolonial Belanda tahun 1914 ditandai dengan dicantumkan dalam agenda perjalanan wisata. Artinya, setelah mengunjungi objek wisata *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* dilanjutkan mengunjungi Desa Kamasan yang terletak \pm 500 meter dari jantung kota. Lukisan wayang gaya Kamasan selain dapat dijual secara visual dalam bentuk lukisan, *souvenir*, dan kerajinan juga dapat dijual sebagai jasa berupa nilai tiket masuk Desa Kamasan ketika wisatawan ingin berkunjung melihat objek dan atraksi melukis wayang gaya Kamasan.

Produk-produk wisata yang dapat dijual di daerah wisata Desa Kamasan. *Pertama*, obyek wisata, yaitu sebagai *desa gilda* yang dapat menghasilkan barang kerajinan, seperti *memande* yang menghasilkan barang-barang kerajinan yang terbuat dari logam dan berbagai bentuk produksi. *Menenun* menghasilkan berbagai bentuk kain

tenunan, seperti *endek*, *cepuk*, dan *songket* yang sangat khas. Di pihak lain SLWK menghasilkan karya-karya lukisan, *souvenir*, dan kerajinan. Produk-produk tersebut dijadikan sebagai objek yang dapat dilihat secara langsung (*taingeble*) dapat diraba dan dipegang. Bila wisatawan berminat, cocok dengan kesepakatan harga, produk itu dapat dipindahtangankan atau dipertukarkan dengan uang. *Kedua*, atraksi wisata, yaitu memberikan pelayanan berupa jasa untuk kepuasan wisatawan ketika melihat atraksi-atraksi yang disajikan di Desa Kamasan, seperti atraksi menempa logam, atraksi menenun, dan atraksi melukis. *Ketiga*, industri budaya, yaitu tempat menjual produk-produk *souvenir* dan barang-barang kerajinan dan produk-produk lain yang dibutuhkan oleh pariwisata. *Keempat*, yaitu, penduduk Desa Kamasan dapat berinteraksi langsung dengan wisatawan yang sering dilanjutkan dengan transaksi.

Tinjauan Historis Desa Kamasan dalam Konteks Seni Lukis

Desa Kamasan diperkirakan sudah ada sejak pemerintahan raja-raja Bali Kuno. Hal tersebut dibuktikan dalam prasasti Anak Wungsu tahun Saka 994 (1072 M). Di dalamnya terdapat istilah '*kamasan*' yang merupakan nama sebuah Desa di wilayah Kabupaten Klungkung. Istilah tersebut jika dikaji secara etimologi, terdiri atas kata *kama* dan *san*. *Kama* berarti bibit atau dapat juga diartikan cinta, sedangkan *san* artinya indah. Jadi, istilah kamasan mengandung arti dan maksud bahwa daerah tersebut merupakan tempat bibit atau sumber pembuatan artifak budaya berupa karya seni yang memiliki nilai keindahan yang tinggi (Suprihadi, 2006: 67). Dari wawancara yang dilakukan dengan Nyoman Gunarsa, Kepala Museum *Seni Lukis Bali Klasik* diketahui bahwa perkembangan SLWK dapat dilihat

dari zaman Bali Kuno, zaman Hindu Bali, zaman kolonial Belanda, dan zaman kemerdekaan sampai sekarang (Wawancara dengan Nyoman Gunarsa, 2013 di Banjar Banda, Klungkung).

Miguel Covarrubias (2013: 170) mengatakan bahwa keberadaan kesenian dan kerajinan yang tumbuh dan berkembang di Desa Kamasan, Klungkung secara umum sejalan dengan perkembangan kebudayaan Bali dengan pembabakan sebagai berikut.

Zaman Kuno dan Pengaruh Hindu Jawa di Bali

Eka Suprihadi (2006) dalam “*Vibrasi Seni Lukis Kamasan di Bali Indonesia* “ mengatakan; pada zaman sebelum mendapat pengaruh Hindu (Tarikh Masehi - 700 M), masyarakat Bali telah menganut kepercayaan animisme dan dinamisme. Khususnya Desa Kamasan sudah mengenal seni karawitan (*gamelan*), tari, dan seni rupa. Proses terciptanya karya seni rupa didorong oleh keinginan untuk mencoba-coba menggores dari wujud yang sederhana sampai rumit. Keinginan mengabadikan pengalaman-pengalaman estetis yang diwujudkan berupa karya-karya seni sebagai simbol-simbol ditujukan untuk sarana penunjang yang terkait dengan kepercayaannya (*magic and releyg*).

Pada pemerintahan Raja Ugrasena (896.M) kegiatan berkesenian di Bali mengalami perkembangan yang semakin intensif ditandai dengan bunyi prasasti Bebetin Caka 818 atau 896 Masehi. Di dalamnya terdapat istilah *parbhwayang*. Hal tersebut membuktikan bahwa “wayang” sudah dikenal oleh masyarakat Bali sebagai salah satu seni yang sangat disukai oleh masyarakat. Dilanjutkan pada masa pemerintahan Raja Anak Wungsu (1045--1071) sesuai dengan “prasasti Anak Wungsu” abad XI (1045--1047). Di

dalamnya terdapat istilah “*aringgit*” yang dimaksud adalah wayang. Pada salah satu prasasti tersebut terdapat goresan motif wayang yang menggambarkan *Batara Siwa*. Gambar wayang berupa goresan dalam prasasti menggambarkan bahwa pada waktu pemerintahan Anak Wungsu sudah dikenal keterampilan menggambar wayang. Selanjutnya pada naskah-naskah kuno berupa lontar juga ditemukan lukisan-lukisan dengan ceritra wayang atau legenda yang sampai sekarang masih digemari masyarakat Bali. Keadaan tersebut memberikan indikasi bahwa pada zaman tersebut sudah ada anggota masyarakat Bali yang mempunyai keahlian melukis wayang.

Gambar atau lukisan yang dibuat pada lontar tersebut ditulis atau digores dengan *pengerupak*, yakni alat berbentuk seperti pisau belati, runcing bermata tajam, kecil, pipih, dan panjang \pm 18 cm. Goresan yang dihasilkan kemudian diolesi minyak kemiri yang dicampur dengan jelaga, sehingga gambar atau tulisan tampak lebih jelas. Orang yang ahli melukis wayang disebut *sangging*. Kegiatan tersebut dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan mengusung identitas kelompok sehingga karya-karya peninggalan dari zaman kuno banyak yang tanpa nama atau *anonymous*. Gaya seni lukis pada lontar-lontar tersebut merupakan cikal bakal munculnya seni lukis wayang klasik di Bali, seperti yang berkembang di Desa Kamasan, Klungkung.

Pada tahun 1362 Dalem Ketut Semara Kepakisan sebagai Raja Samprangan pernah melakukan perjalanannya dari Bali ke Majapahit untuk mengikuti *upacara srada*. Sepulangnya ke Bali membawa *sekropak wayang* dan sejak itulah di Kamasan mulai dikenal wayang dan dikembangkan dengan bentuk yang berbeda sesuai dengan kreativitas pelukis di desa tersebut. Pada zaman pemerintahan *Dalem*

Waturenggong abad XV SLWK mengalami perkembangan sangat pesat di desa tersebut. Hal tersebut ditandai dengan adanya generasi atau genealogi pelukis wayang, mulai dari generasi Gde Modara hingga sekarang diwarisi oleh generasinya I Nyoman Mandra, Mangku Mura, dan Muliasa. Pada masa tersebut sudah mulai ada gejala kerja individu dalam proses pengerjaannya.

Secara umum perkembangan SLWK dapat diuraikan sesuai dengan pembabakan sebagai berikut.

1) Zaman Kerajaan Klungkung

Ketika kerajaan Gelgel jatuh dan pindah ke Klungkung pada tahun 1686 Masehi (Kanta, 1978: 9) muncul jenis seni lukis *wong-wongan*. *Wong* artinya manusia dan *wong-wongan* artinya menyerupai sosok manusia dan didukung alam sekitarnya. Demikian juga masyarakat di Desa Kamasan, lukisan tersebut lebih dikenal dengan nama *wong-wongan* karena lukisan berorientasi pada bentuk manusia. Manusia atau *wong* ditampilkan sebagai bayangan atau wayang. Dalam perkembangan lebih lanjut tema-tema lukisan wayang mengarah pada penggambaran bentuk yang terinspirasi dari imajinasi tentang alam para dewa (Kempers, 1956: 19; Kanta, 1978: 77).

2) Zaman Kolonial Belanda

Ekspedisi Belanda yang dipimpin oleh Cornelis de Houtman bertujuan untuk menemukan sumber rempah-rempah di dunia timur. Pada tahun 1597 sempat mampir di *Kerajaan Gelgel* (Bali) saat diperintah oleh Raja *Dalem Sagening* (Picard, 2006: 275). Kunjungan tersebut dengan dalih ingin menawarkan ikatan persahabatan yang nantinya akan ditingkatkan menjadi hubungan perdagangan.

Kedatangannya disambut dengan tata cara yang sangat hormat. Kesempatan itu dimanfaatkan oleh Belanda dengan sebaik-baiknya untuk menulis mengenai Bali, terutama mengenai segala sesuatu yang terkait dengan pemerintahan *Raja Dalem Sagening*. Belanda sangat tertarik dengan keindahan alam, agama, adat istiadat dan kebudayaan masyarakat di Bali. Di samping itu juga berkeinginan untuk mengembangkan potensi tersebut untuk dijadikan objek dan atraksi wisata. Keindahan alam dan kebudayaan Bali potensial dijadikan “*Museum Hidup*” sebagai objek wisata budaya. Semenjak peristiwa perang *Puputan* Badung (1906) dilanjutkan dengan *Puputan* Klungkung (1908), Pulau Bali berhasil dikolonialisasi oleh Belanda. Kekuasaan kerajaan secara berangsur-angsur diganti dengan sistem pemerintahan kolonial “modern”. Keadaan tersebut menimbulkan perubahan dalam tata kehidupan masyarakat ditandai dengan munculnya kelompok-kelompok *elite* atau golongan atas baru. Ide-ide baru diperkenalkan dalam masyarakat, misalnya dalam pendidikan, kesehatan, menanamkan pengertian tentang pentingnya hidup nonagraris dan pariwisata. Sebagai gambaran positif dan pencitraan pada tahun 1910 dikeluarkan kebijaksanaan “*politik etis*” oleh pemerintah Hindia Belanda yang prinsipnya mengakui “tanggung jawab” moral terhadap bangsa pribumi didasarkan pada pelestarian budaya Bali berikut promosinya melalui pariwisata.

G.P. Rouffaer, direktur ahli institut yang didirikan pada tahun 1915 di Belanda memberikan gambaran singkat tentang sikap yang baik dari administrasi kolonial Belanda sebagai berikut.

“Berilah orang Bali meneruskan pola hidup pribumi mereka yang indah, bebas dari gangguan apa pun

pertanian mereka, kehidupan pedesaan mereka, semuanya itu menunjukkan suatu kebudayaan pribumi yang amat lentur dan kaya. Maka janganlah, dibangun jalur kereta api di Bali, jangan pula membuka perkebunan kopi di Barat dan pabrik gula, tetapi juga jangan diijinkan mengadakan kegiatan misionaris agama, baik Islam dari daerah-daerah Hindia-Belanda lainnya atau Protestan maupun Katolik dari Roma. Biarkanlah administrasi kolonial dengan dukungan pemerintah Belanda memperlakukan Bali sebagai suatu permata langka yang wajib dilindungi dan dijaga secara utuh keperawannya” (Robinson, 1995:41 dalam Picard, 2004).

H.Te Flierhaar, seorang tokoh pendidik negeri Belanda pada tahun 1920 ketika menjadi guru HIS di Klungkung mengembangkan sistem pendidikan kolonial berintegrasi dengan tata kehidupan adat dan agama Hindu di Bali. Salah satu di antaranya adalah dengan mengangkat tenaga pendidik lokal, seperti pelajaran menggambar diajarkan oleh “*guru adat*” (pelukis tradisional). Pemerintah kolonial menganggap Bali sebagai “*Museum Hidup*” dari kebudayaan Hindu-Jawa, penampung warisan Hindu-Majapahit yang tersapu dari Jawa saat datangnya Islam. Dalam pandangan mereka, agama Hindu merupakan dasar dari masyarakat Bali, penjamin keutuhan budayanya dan mengilhami kegiatan-kegiatan kesenian. Menurut pandangan mereka, Bali laksana sebuah tempat suci, sebuah dunia tersendiri, unik, dan rapuh. Para orientalis dan pejabat Belanda mengajarkan bagaimana menjadi orang Bali yang sebenarnya yang lebih dikenal dengan *Baliseering* atau “*Balinisasi*”, yang diterapkan pada tahun 1920-an (Putra, 1991/1992). Seni lukis wayang kamasan yang terinspirasi dari agama Hindu Bali juga dikhawatirkan akan tergerus dari dampak dahsyat modernisasi bila tidak dilindungi (Flierhaar 1941 dalam Picard, 2004).

Selain hal tersebut, pada tahun 1928 di bawah pimpinan Leifrinck dan Van der Tuuk didirikan *Gedong Kirtya* di Singaraja yang digunakan untuk perpustakaan lontar-lontar yang berisi sastra Bali kuno. Kemudian di Denpasar pada tahun 1932, W.F. Kroos mendirikan sebuah bangunan digunakan untuk menyimpan benda-benda budaya peninggalan masa lalu dan sekarang dijadikan Museum Bali.

Dalam usaha mempromosikan Bali sebagai daerah tujuan wisata, dilakukan dengan mendatangkan beberapa pakar dalam berbagai disiplin ilmu dari negeri Belanda untuk mempelajari, meneliti, dan menulis berbagai aspek tentang Bali. Di antaranya H. N. Van der Tuuk, menulis *Kawi-Balinesesch-Nederlandsch Woordenboek* (1912), P. De Kat Angelino dengan tulisannya berjudul *De Leek op Bali* (1923), R. Goris menulis buku berjudul *Secten op Bali* (1933), V. E. Korn menulis buku berjudul *Het Adatrecht van Bali* (1932), dan yang lainnya. Kemudian tulisan-tulisan tersebut didistribusikan ke seluruh dunia. Walhasil, usaha tersebut cukup menggetarkan keinginan banyak orang termasuk para penulis dari barat untuk melihat Bali secara langsung.

Pada tahun 1920, kapal dagang Belanda KPM (*Koninklijke Paketvaart Maatschappij*) dialihfungsikan untuk mengangkut rombongan wisatawan Belanda pertama mengunjungi Bali. Sarana dan prasarana pendukung kepariwisataan di Bali saat itu kurang memadai sehingga banyak di antara mereka terpaksa tidur dalam kapalnya. Namun, kebanyakan wisatawan dalam rombongan merasa puas setelah meninggalkan Pulau Bali. Berdasarkan peluang pengembangan pariwisata selanjutnya mulailah diadakan pembenahan sarana dan prasarana yang terkait, seperti membangun Hotel Bali di Denpasar, pesanggrahan di Kinta-

mani dan di Pelaga, perbaikan sarana transportasi, dan sebagainya.

Upaya pengembangan tersebut secara tidak langsung akhirnya berpengaruh pada kegiatan-kegiatan penciptaan karya seni. Para pelukis dan perajin mulai aktif menciptakan berbagai karya seni dan kerajinan termasuk seni lukis wayang Kamasan dengan orientasi finansial. Karya yang dihasilkan dipakai sebagai barang dagangan. Kegiatan tersebut mulai dipakai sebagai mata pencaharian baru untuk menopang kehidupan. Melukis bagi pelukis sudah merupakan pilihan sebagai profesi tempat menggantungkan hidup. Tidak ada hari tanpa diisi oleh kegiatan melukis wayang. Hal itu termotivasi oleh adanya permintaan wisatawan terhadap karya lukisan yang semakin meningkat sehingga pelukis, perajin, dan pengusaha menjadi semakin termotivasi untuk menciptakan karya-karya seni dan kerajinan Bali.

Semangat penciptaan yang dulunya dilandasi dengan rasa pengabdian yang tulus untuk kepentingan ritual dan persembahan pada raja, lambat laun mengalami perubahan atau transformasi fungsi sehingga muncul gejala yang mengarah pada komersialisasi. Karena terobsesi oleh keinginan untuk mendapatkan penghasilan lebih besar dan terbukanya peluang pasar, semangat pelukis dan perajin terpicu untuk berkreaitivitas. Demikian juga halnya dengan penciptaan SLWK tampak semakin marak dengan orientasi mengarah pada karya-karya untuk komoditas sebagai barang *suvenir*.

Pada masa selanjutnya, yaitu pada pendudukan Jepang dan sebelum meletusnya Perang Dunia II, pengembangan pariwisata di Bali tidak dapat diteruskan lagi

oleh pemerintah Belanda, mengingat pada waktu itu Belanda harus menerima kekalahan dalam menghadapi semangat agresi Jepang (Mirsa, 1988). Pada masa penguasaan Jepang yang berlangsung dalam waktu relatif singkat situasi dan kondisi masyarakat di Bali mengalami perubahan cukup drastis. Pengembangan sektor pariwisata kurang mendapat prioritas karena saat tersebut Jepang terfokus pada ambisinya memenangkan perang Asia Timur Raya. Kegiatan berkesenian termasuk penciptaan karya lukis wayang Kamasan juga mengalami kemandegan atau stagnan. Selain itu, banyak pelukis dan pengerajin beralih profesi untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup.

3) Zaman Kemerdekaan

Setelah Jepang menyerah pada Sekutu dan kemerdekaan Republik Indonesia diproklamasikan pada 17 Agustus 1945, Bali berada di tengah konflik antara kaum nasionalis dan otonomi daerah yang setia pada Belanda (Picard, 2006: 56). Tahun 1949 Belanda terpaksa mengakui kemerdekaan Republik Indonesia. Tahun 1958 Pulau Bali secara resmi dijadikan salah satu provinsi di Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dipimpin seorang gubernur berkedudukan di Singaraja. Provinsi Bali mewilayahi delapan kabupaten, yaitu (1) Tabanan, (2) Badung, (3) Gianyar, (4) Klungkung, (5) Bangli, (6) Karangasem, (7) Buleleng, dan (8) Jembrana. Tiap-tiap daerah dipimpin oleh seorang bupati. Situasi semakin kondusif dan berbagai kebijakan mulai dilaksanakan untuk mengisi kemerdekaan. Pengembangan pariwisata semakin digalakkan dan dijadikan sebagai salah satu sumber devisa negara.

Sarana dan prasarana semakin dikembangkan, seperti peresmian bandar udara Ngurah Rai Tuban pada 1 Agustus 1969, membangun Hotel Bali Beach di pantai Sanur (diresmikan pada tahun 1966) (Picard, 2006:59). Tahun 1966 pembukaan hubungan terhadap dunia Barat yang tergabung dalam IGGI. Pada tahun 1967 dilanjutkan sebagai awal masa pemerintahan orde baru dan dikeluarkan undang-undang penanaman modal asing dengan perencanaan Repelita. Bali dijadikan etalase pencitraan sebagai pulau surga dilanjutkan penyusunan rencana induk pengembangan pariwisata Bali yang dilaksanakan SCETO (Societe Centrale pour l ,Equipement Touristique Outre-Mer) perusahaan Prancis dimulai pada April 1970 dibiayai oleh UNDP (United Nation Development Program) (Picard, 2006: 63--64). Tahun 1978, Direktur Jendral Pariwisata mengumumkan sepuluh sebagai daerah tujuan wisata, Bali plus Nine atau Bali and Beyond. Sejak tahun 1993 diputuskan bahwa ke-27 provinsi menjadi wilayah tujuan wisata. Pada tahun 1983 pariwisata dipromosikan secara intensif ditandai dengan didirikan Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi. Tahun 1981 Direktur Jenderal Pariwisata mengeluarkan instruksi untuk memasyarakatkan pariwisata dan memariwisatakan masyarakat.

Pada tahun 1989 diadakan kampanye “Sadar Wisata” dengan promosinya “Sapta Pesona” yaitu (1) keamanan, (2) ketertiban, (3) kebersihan, (4) kesejukan, (5) keindahan, (6) keramah-tamahan, dan (7) kenangan. Tahun 1991 Indonesia Visit Year disusul Visit Asean year 1992, Year of Enveronment 1993, diakhiri dengan Visit Indonesia Decade antara 1993--2000 (Picard, 2006:79).

Wisatawan yang berkunjung ke Desa Kamasan, Klungkung semakin banyak. Hal itu menyebabkan aktivitas

berkesenian semakin marak untuk menciptakan produk-produk souvenir sebagai produk menunjang pariwisata. Dalam wawancara dengan I.B. Narendra (2013) selaku Kepala Desa Kamasan dikatakan bahwa kegiatan penciptaan kesenian dan kerajinan semakin mantap dan lebih mengarah pada penciptaan karya untuk konsumsi para wisatawan. Demikian kegiatan melukis juga semakin marak untuk menciptakan karya-karya kreatif baru sebagai konsumsi pariwisata. Kini posisi SLWK menghadapi kondisi yang dikotomis. Artinya, di satu sisi memiliki kewajiban untuk mempertahankan idealisme seni dengan menciptakan karya berdasarkan pakem-pakem yang telah mentradisi, tetapi di sisi lain, muncul godaan yang sangat menjanjikan terkait dengan ekonomi. Kondisi tersebut sangat sulit dihindari sehingga mengakibatkan pelukis menjadi pedagang. Artinya sambil berjualan karya seni yang dipajang di toko pelukis juga melakukan kegiatan melukis untuk menghilangkan kejenuhan. Penjualan SLWK dapat mendatangkan uang untuk menopang kebutuhan hidup. Walaupun demikian, dalam pengembangannya pada masa datang dibutuhkan sikap yang dilandasi dengan kearifan lokal sehingga kedua sisi tersebut dapat berjalan seiring dan harmonis.

Profil Lukisan Wayang Gaya Kamasan

Profil lukisan wayang Kamasan dapat digambarkan melalui struktur, bahan dan peralatan, dan proses melukis. Hal-hal tersebut diuraikan secara terperinci di bawah ini.

Struktur Lukisan Wayang Gaya Kamasan

Kata struktur mengandung arti pengorganisasian, pengaturan, menghubungkan atau menyusun bagian-bagian dari keseluruhan bentuk (Djelantik, 1990:32). Dalam setiap bentuk tentu terdapat susunan atau struktur, demikian juga dengan seni. Menurut Weitz dalam buku *Philosophy of Art*

and Aesthetics (Tilman-Cahn, 1969: 547--556) dikutip Sahman (1993: 33), struktur seni merupakan kesatuan organik (*organic unity*) dari unsur-unsur ekspresif yang menyangkut bentuk dan isi. Setiap unsur tidak berperan berdiri sendiri, tetapi selalu berkaitan dengan internalnya atau unsur yang lain. Menurut Soedarso (1973: 2), struktur karya seni tidak hanya dirancang dengan mempertimbangkan unsur-unsur dari karya seni karena hal tersebut dapat menimbulkan rasa tidak puas, kecewa dan muak. Selanjutnya menurut Swarjono (1957: 14), ada dua faktor besar yang mempengaruhi penciptaan karya seni, yaitu (1) faktor ideoplastis, (2) faktor psikoplastis. Ideoplastis berhubungan dengan dunia ide yang bersifat simbolik yang dapat memberikan pencerahan. Di pihak lain psikoplastis berupa bentuk estetika yang distilir dari alam beserta isinya sehingga terwujud bentuk-bentuk wayang yang dapat dijadikan bayangan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

Struktur bentuk SLWK dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu (1) kepala, (2) badan, dan (3) kaki. Di dalam bentuk terdapat isi yang bersifat simbolik berkaitan dengan nilai-nilai budaya dan nilai-nilai sosial sebagai bayangan atau cerminan dalam kehidupan manusia.

1) Bagian Kepala

Kepala merupakan bagian terpenting dari lukisan yang memvisualkan ekspresi dan pertokohan serta karakter wayang, yang terdiri atas karakter manis, galak manis, galak, galak keras, raksasa, dan karakter lucu. Pada bentuk karakter muka "*Bima Muka*" bentuk muka Bima dijadikan pola untuk membuat muka Meganada dan Gatotkaca. Pada bagian kepala juga terdapat hiasan berupa *gelung*, antara lain;

gelung pandita, pati, suka, duka, manu, manusa, eraja, dewa, raksasa. Penamaan *gelung* ini diambil dari *wewaran* yaitu “*dasa wara*”. “*dasa*” artinya sepuluh dan “*wara*” artinya hari. Hiasan yang dikenakan pada *gelung* terdiri atas *petitis, silut karna, ron-ronan, mangle wijaya, garuda mungkur, dan gelung.*

2) Bagian Badan

Struktur bentuk badan dalam “*wanda*” dapat memberikan cerminan terhadap pertokohan wayang yang divisualkan sebagai karya lukisan. Bentuk badan yang ramping dimaknai sebagai makhluk yang suka mengikat diri. Sebaliknya bentuk badan yang buncit sebagaimana halnya dengan badan raksasa dimaknai sebagai orang yang memiliki sifat yang tamak dan rakus. Untuk menggambarkan bentuk badan Bima disebut “*Wrekodara*” yang artinya perut anjing. Penggambaran perut tokoh pewayangan Bima dalam visualisasinya dibuat ramping seperti perut anjing. Pada bagian badan terdapat hiasan pada bahu dan dada, seperti (a) *badong*, (b) *simping*, (c) *kelat bahu*, (d) *naga wangsul*, (e) *selimped*, dan (f) *penetebes dada*.

3) Bagian Kaki dan Tangan

Dalam mengekspresikan sikap dari visualisasi wayang dapat juga dilihat dari sikap kaki dan tangan. Untuk menggambarkan posisi kaki wayang dalam posisi berdialog digambarkan dalam posisi kaki merapat sehingga posisi kaki berada dalam posisi yang simetris. Ketika menggambarkan posisi kaki sedang bergerak, marah, gembira digambarkan dengan posisi mengangkang sehingga posisi kaki menjadi tidak simetris. Demikian juga dengan sikap tangan, dalam penggambaran tokoh pewayangan yang statusnya lebih tinggi telapak dan jari tangannya tegak ke atas sebagai tanda

memberikan wejangan, sedangkan yang menerima wejangan statusnya lebih rendah telapak dan jari tangannya dibuat menekuk ke bawah. Gambar model dan hiasan kain (*wastra*) yang diterapkan pada wayang Kamasan terdiri dari beberapa bagian, seperti (a) *naga wangsul*, (b) ikatan atau *tetegulan*, (c) *jejebug*, (d) *angkeb paha*, (e) *bullet*, (f) *tanggun kancut*, (g) *jaler*, (h) *kancut*, (i) *oncer*, (j) *lambih dara*, (k) *karang waduk*, dan (l) *kembang waru*. Hiasan yang menyertai bagian kaki dan tangan berupa gelang kaki dan *gelang kana* yang terdapat di pergelangan tangan.

Komposisi

Dalam kosmologi Hindu, salah satu diantaranya terdapat konsep "*ruwa bineda*" yang merupakan dua hal yang berbeda, yaitu antara kiri dan kanan (*kiwa* dan *tengen*), siang dan malam, dewa dan raksasa, vertikal dan horizontal. Akan tetapi, bagi para pelukis Bali, perbedaan yang dimaksud justru merupakan satu kesatuan yang mampu memberikan ketegasan berkaitan dengan pemaknaannya sehingga mendapatkan keharmonisan visual dan nilai yang terkandung di dalamnya.

1) Komposisi Horizontal

Secara horizontal wujud lukisan digambarkan dijejer memanjang ke samping dalam satu bidang yang dikelompokkan menjadi *dua* kelompok, yaitu kanan dan kiri. Tokoh-tokoh yang menggambarkan pihak kanan merupakan simbol kebenaran, sedangkan untuk tokoh di pihak kejahatan dilukiskan di sebelah kiri dalam satu bidang. Derajat suatu tokoh dalam seni lukis wayang juga dapat dilihat dari sisi penggambarannya. Tokoh yang memiliki derajat lebih tinggi digambarkan di kanan, sedangkan yang lebih rendah di sebelah kiri. Hal tersebut tampak seperti gambar 4.3 berikut.



Gambar 4.3 Komposisi Horizontal (Dokumen Pemda Klungkung, 2014)

Konotasi penggambaran SLWK dari sisi penempatan dapat dimaknai sebagai tanda bahwa tokoh yang dilukiskan di sebelah kanan dalam satu bidang berkonotasi kebenaran, kebajikan, kemuliaan, atau statusnya lebih tinggi mewakili hal-hal positif. Sebaliknya yang digambarkan di sebelah kiri berkonotasi kejahatan, kelaliman, atau yang memiliki kedudukan lebih rendah.

2) Komposisi Vertikal

Persepsi orang Bali terhadap yang berhubungan dengan ketinggian selalu dikonotasikan sebagai tempat suci, tempat ber-setana-nya para dewa, sumber kehidupan. Secara vertikal konsep tersebut menggambarkan hubungan hierarkis yang bertingkat-tingkat dari yang tingkatannya paling bawah sampai dengan yang paling tinggi. Dalam kosmologi Hindu dikenal adanya konsep *tiga* tingkatan alam dalam alam semesta ini yang dikenal dengan “*tri bhuana* “

(*bur, buah, swah*) (lihat gambar 4.5). Visualisasi lukisan dalam menggambarkan alam “*bur*” ditandai dengan menggambarkan tema-tema binatang, hewan yang menggambarkan status sosial atau kelas pada tingkatan rendah. Objek yang digambarkan paling bawah dapat dimaknai memiliki tingkatan sosial atau kelas yang paling bawah sebagai status sosial.

Visualisasi SLWK dalam alam “*buah*” ditandai dengan menggambarkan bagaimana hubungan sosial dan interaksi sosial yang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat (dunia fana). Dalam menggambarkan nilai-nilai hubungan kemanusiaan dalam SLWK dapat dicermati dari tema-tema lukisan dengan ide cerita diangkat dari cerita yang menggambarkan potret sosial yang dihubungkan dengan mitos-mitos atau cerita-cerita rakyat yang sudah menyatu dalam kehidupan masyarakat. Garis-garis vertikal cenderung membuat bentuk wayang lebih langsing dan lebih tinggi (Dharsono, 2007:87). Hal tersebut tampak pada gambar 4.4 berikut.



Gambar 4.4 Komposisi Vertikal. Dokumen: Arma Museum, 2012

Viualisasi SLWK dalam alam “*swah*” menggambarkan “alam atas” atau surga atau kayangan tempat para dewa bersemayam. Menurut mitos masyarakat Bali, tempat tersebut merupakan tempat untuk mendapatkan sumber penghidupan atau *amerta* dan kemuliaan. Di surga tidak ada kesedihan, kekurangan, permusuhan, dengki, bahkan tidak ada siang dan malam, laki-laki dan perempuan. Dalam bahasa visual berupa lukisan wayang Kamasan, sesuatu yang berhubungan dengan kemuliaan dilukis secara hierarkis dan ditempatkan pada posisi paling atas.



Gambar 4.5 Komposisi yang Menggambarkan Alam “Bur”
(Dokumentasi: I Wayan Mudana, 2014)

3) Komposisi Memusat atau Sentral

Dalam *teori golden section*, oleh Fradera Franciska bahwa, komposisi memusat dapat dijumpai pada ruang persegiempat (Soedarso, 1976: 17). Komposisi tersebut sering diterapkan pada hal-hal yang bernapaskan kesucian, keseimbangan, dan spiritual. Titib (2003) dalam *Teologi Simbol-Simbol dalam Agama Hindu* menyatakan sebagai berikut.

“.....Reg Weda VIII.57.2 juga *Brhadaranyaka Upanisad* 111.9.1 ...seluruh dewa-dewa itu jumlahnya 33, menguasai tri bhuwana (*bhur, bhuah, svah loka*, yakni bumi, langit, dan surga). Seluruh dewa itu terdiri dari 8 *Vasu* (*Astavasu*: Anala, Dhava, Anila, Prabhasa, Pratyusa, Aha, Candra, Druva), 11 *Rudra* (*Ekadasarudra*: AjaikapatAhirbudhnya, Viruvaksa, Suresvara, Jayanta, Bahurupa, Aparajita, Savitra, Tryambaka, Vaisvata, Hara), 12 *Aditya* (*Dvadasaditya*: Mitra, Aryman, Bhaga,

Tvastr, Pusan, Vivasvat, Varuna, Daksa, Amsa, Savitr, Sukra, Visnu), serta Indra dan Prajapati (Titib, 2003: 27).

Sesuai dengan pandangan Titib, dalam mantra-mantra kitab suci *Reg Weda* ternyata jumlah dewa tidak hanya 33 tetapi melainkan sebanyak 3.339 yang merupakan kelipatan dari 101 3/11 (*seratus satu tiga persebelas*). Dalam *Reg Weda X. 36.14* juga disebutkan bahwa dewa-dewa yang datang dari penjuru pada zaman *Purana* dikenal dengan *Astadikpalaka* (penguasa atau pelindung delapan penjuru, yaitu utara-*Kuvera*, timur-*Indra*, barat-*Varuna*, selatan-*Yama*, timur laut-*Siva*, tenggara-*Agni*, barat daya-*Nirrti*, barat laut-*Vayu*) di Bali disebut *Dewata Nawa Sanga* (Siwa sebagai penguasa tengah). Nilai-nilai artistik yang terdapat pada karya sastra ketika divisualkan menjadi lukisan wayang Kamasan ditransformasikan dari perilaku manusia sehingga sering digunakan sebagai pencerahan atau bayangan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat.







Dalam menggambarkan arah mata angin (*mandala*) yang dipercayai memiliki kekuatan magis yang berbeda-beda, dalam SLWK digambarkan dengan komposisi memusat terinspirasi dari *mandala Dewata Nawa Sanga*. Siwa sebagai mahaguru ditempatkan di tengah-tengah sebagai titik sumbu. Secara filosofis Siwa merupakan bagian inti dari *pengider-ider* yang mampu menciptakan keseimbangan. Pertemuan delapan warna yang mengitarinya menjadi warna abu-abu atau *brumbun* yang letaknya di tengah. Kekuatan di tengah memiliki angka tertinggi, yaitu sembilan. Angka sembilan dipercayai memiliki kekuatan mistis yang sangat hebat.







Dewata Nawasanga memiliki identitas warna, senjata dan tempat. Tata letak dan jenis senjata tersebut adalah sebagai berikut. *Pertama, utara* (utara) *Dewa*

Wisnu, warna *ireng* (hitam), senjata *cakra* bermakna sebagai simbol kekuasaan atau kekuatan *Dewa Wisnu* untuk mengatur rotasi dan peredaran bumi. Dalam hal ini berfungsi sebagai kutub utara yang nantinya dihubungkan dengan *Dewa Brahma* di kutub selatan sehingga terbentuk sumbu rotasi bumi. *Kedua*, *Ersanya* (timur laut), *Dewa Swayambhu*, warna *pelung* (biru), senjata *trisula* bermakna merupakan simbol kekuasaan Tuhan dalam manifestasinya sebagai *Dewa Sambu*, yaitu berfungsi menjalankan tugas sebagai pengatur kehidupan di bumi berdasarkan ketentuan *utpeti*, *setiti*, dan *pralina* atau lahir, hidup, dan mati. *Ketiga*, *purwa* (timur) *Dewa Iswara*, warna putih, senjata *bajra* bermakna merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Iswara* yang bertugas mengatur getaran alam (makrokosmos dan mikrokosmos). *Keempat*, *geniyan* (tenggara) *Dewa Mahesora*, warnanya *dadu* (merah muda), senjata *dupa* bermakna merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Mahesora* dalam fungsinya sebagai pengatur panas alam (makrokosmos dan mikrokosmos). *Kelima*, *daksina* (selatan) *Dewa Brahma*, warnanya *bang* (merah), senjata *gada* maknanya merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Brahma* dalam fungsinya mengatur, mengendalikan dan menentukan hukuman alam yang menyangkut *rwabhineda*. Siang vs malam, baik vs buruk. *Keenam*, *niriti* (barat daya) *Dewa Rudra*, warna *orange* (jingga), senjata *moksala* bermakna merupakan stana kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Rudra* dalam menjalankan tugas sebagai pengatur atau menentukan sifat dan karakter alam semesta bersama isinya. *Ketujuh*, *pascima* (barat) *Dewa Mahadewa*, warna kuning, senjata

nagapasa bermakna merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi *Dewa Mahadewa* dalam menjalankan tugasnya sebagai pengikat atau pengatur kestabilan alam semesta bersama isinya. *Kedelapan, wayabya* (barat laut) *Dewa Sangkara*, warna *wilis* (hijau), senjata *angkus* bermakna merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Sengkara* dalam menjalankan tugasnya sebagai pengatur kemakmuran dan kesejahteraan alam semesta bersama isinya. Kesembilan, *madya* (tengah) *Dewa Siwa*, warna *brumbun/amanca* (pancawarna), senjata *padma* bermakna merupakan simbol kekuasaan atau kekuatan Tuhan dalam manifestasi sebagai *Dewa Siwa* dalam menjalankan tugas sebagai pengendali dan penentu dari tugas-tugas yang dijalankan oleh *delapan dewa* yang terletak di delapan penjuru arah mata angin. Simbol senjatanya digubah dari bentuk bunga teratai atau *padma* yang bermahkota delapan atau *asta dala*, sebagai kekuasaan atau kekuatan dari delapan dewa tersebut terpusat pada *Dewa Siwa* atau disebut dengan *Padma Anglayang* atau *pengider-ider*. Tata letak tersebut tampak seperti gambar tabel 4.3.

Tabel 4.3 Jenis dan Tata Letak *Senjata Nawa Sanga*

<ul style="list-style-type: none"> • Wayabya (barat daya) • Sangkara • Angkus • Limpa • Wilis (Hijau) 	 	<ul style="list-style-type: none"> • Uttara (utara) • Wisnu • Cakra • Ampru (empedu) • Ireng (Hitam) 	 	<ul style="list-style-type: none"> • Ersanya (timur laut) • Swayambhu • Trisula • Ineban • Pelung (biru) 	 
--	--	---	--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Pascima (barat) • Mahadewa • Nagapasa • Ungsilan Ginja • Kuning 		<ul style="list-style-type: none"> • Madya (tengah) • Siwa • Padma • Tumpuking Hati) • Amanca (Pancawarna) 		<ul style="list-style-type: none"> • Purwa (timur) • Iswara • Bajra • Jantung • Putih 	
<ul style="list-style-type: none"> • Niriti (barat daya) • Rudra • Moksala • Usus • Oranye (jingga) 		<ul style="list-style-type: none"> • Daksima (selatan) • Brahma • Gadha • Hati • Bang (merah) 		<ul style="list-style-type: none"> • Geniyan (tenggara) • Mahesora • Dupa • Peparu (paru paru) • Dadu (merah muda) 	

Komposisi memusat merupakan komposisi yang terfokus, konsentrasi menuju pada satu titik, sebagai pusat keseimbangan. Karya-karya yang menggunakan komposisi memusat cocok ditempatkan di semua tempat karena sifatnya sangat netral, bersahaja, dan mampu memberikan harmonisasi terhadap ruang, sebagaimana tampak pada gambar 4.7 di bawah ini.



Gambar 4.7 Komposisi memusat Dokumentasi Mudana, 2014

Proporsi atau Kakuwub

Proporsi atau *kakuwub* (bahasa Bali) merupakan perbandingan ukuran atau dimensi suatu benda dalam hubungan keseluruhan atau kesatuan (*unity*) antara bagian dan bagian yang lain (Sidik, 1981: 26). Menurut Dharsono (2007: 87), proporsi atau skala yang mengacu kepada hubungan antara bagian dan keseluruhan. Proporsi juga ditentukan oleh warna dan garis dalam penciptaan karya seni. Seperti penerapan teknik *sigar mangsi* atau *sigar warna* pada SLWK bertujuan selain untuk memberikan kesan volume di samping juga berpengaruh pada ketepatan proporsi wayang yang dilukisnya. Untuk memberikan kesan proporsional, maka pada busana wayang sering kali diberikan hiasan dengan teknik *sigar* melintang. Selain itu, pada SLWK juga terdapat struktur proporsi yang digunakan berdasarkan fungsinya, seperti proporsi lukisan wayang yang

diterapkan pada *parba* berbeda dengan lukisan pada *langse* dan sebagainya. Oleh karena itu secara umum jenis proporsi atau *kakuwub* pada wayang Kamasan dapat dibedakan sebagai berikut.

1) Kakuwub Rentet

Kakuwub rentet biasanya digunakan untuk menghias bidang-bidang yang sifatnya memanjang, seperti *ider-ider*, *pedapa*, dan *palelintangan*. Dengan bidang terbatas posisi yang memanjang (*landscape*) diperlukan inovasi dari pelukis untuk mendistorsi figur-figur wayang dengan ukuran yang “tidak wajar” tetapi tetap memberikan kesan harmonis. Untuk memperoleh *proporsi rentet* digunakan kepala sebagai patokan atau *gegulak* dengan perbandingan 3,5 -- 5,5 dikalikan ukuran kepala.

2) Kakuwub Nyepék

Kakuwub nyepék atau *jengki* biasanya digunakan untuk menghias bidang-bidang yang sifatnya ideal. Perbandingan ukuran tinggi dengan lebar wayang memadai sehingga tercipta figur-figur wayang yang harmonisasi. *Proporsi nyepék* dibuat dengan perbandingan ukuran kepala dengan badan dan kaki biasanya digunakan patokan 7,5--9,5 dikalikan ukuran kepala

3) Kakuwub Lanjar

Kakuwub lanjar biasanya digunakan untuk menghias bidang-bidang yang memiliki kesan tinggi (*portrait*). Penggambaran pada tempat-tempat yang memiliki kesan tersebut dilakukan dengan mendistorsi bentuk wayang dengan ukuran lebih panjang atau meninggi, yakni dengan perbandingan 9,5 ke atas dikalikan ukuran kepala sehingga kesan figur-figur wayang menjadi lebih tinggi. Dalam distorsi

bentuk wayang tersebut biasanya dilakukan pada bagian bahu ke bawah, sedangkan bagian kepala dilukiskan dengan ukuran yang wajar. Lukisan wayang jenis tersebut biasanya diterapkan untuk ornamen, seperti pada *langse*, *lamak*, dan sebagainya.

Gelungan

Gelungan adalah hiasan atau mahkota pada bagian kepala wayang. Pada umumnya dapat dikelompokkan menjadi sepuluh (*dasa wara*) jenis (Lihat Tabel).

Tabel 4.4 Jenis-Jenis *Gelung* Wayang

No	Jenis-jenis	Keterangan	Contoh Tokoh Wayang
1.	<i>Ketu/Pandita</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan para begawan	Begawa Biasa, Derona
2.	<i>Supit Urang/Pati</i>	<i>gelungan</i> berupa <i>kapit udang</i>	biasa digunakan pada tokoh wayang Arjuna, Nakula, Sahadewa
3.	<i>Kekendon/Suka</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan para patih.	biasa digunakan pada tokoh wayang Patih Merica, Subali, Sugriwa, Detya Kala Maya, Patih Merica
4.	<i>Kekelingan/Duka</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan tokoh dewa-dewi	biasa digunakan pada tokoh wayang Darmawangsa, Drupadi, Sakuni
5.	<i>Panji/Manu</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan tokoh dalam pegambuhan	biasa digunakan pada tokoh wayang Baula

6.	<i>Udeng-udengan/Manusa</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan punakawan	biasa digunakan pada tokoh wayang Twalen, Sangut, Delem, Merdah, Dewi Kunti
7.	<i>Tajuk/Raja</i>	<i>gelungan</i> yang digunakan para raja	biasa digunakan pada tokoh wayang Rama dan Krisna
8.	<i>Candi Kurung/Dewa</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan para dewa	biasa digunakan pada tokoh wayang Daserata, Karna, Indra, Siwa
9.	<i>Bok Gambah/Kala</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan kala	biasa digunakan pada tokoh wayang Kala Bang
10.	<i>Pelekir/Raksasa</i>	<i>gelungan</i> yang biasa digunakan Raksasa	biasa digunakan pada tokoh wayang Detya Percona

Sumber: Wawancara di rumah Mangku Muliasa, 2013

Tabel 4.4 menunjukkan jenis *gelung*. Dalam ketentuan melukis wayang tradisi Kamasan terdapat *sepuluh* jenis *gelung*. *Pertama*, *gelung ketu/pandita*, yang biasa digunakan oleh pendeta, seperti Begawa Biasa, Derona. *Kedua*, *supit urang/pati*, *gelungan* berupa *kapit udang*, biasa digunakan oleh tokoh wayang Arjuna, Nakula, Sahadewa, khusus *supiturang* yang digunakan Bima bernama *bhuwana lukar*. *Ketiga*, *kekendon/suka*, *gelungan* yang biasa digunakan para patih, biasa digunakan pada tokoh wayang Patih Merica. *Keempat*, *kekelingan/duka*, *gelungan* yang biasa digunakan tokoh dewa-dewi, biasa digunakan pada tokoh wayang Darmawangsa, Drupadi, Sakuni. *Kelima*, *panji/manu*, *gelungan* yang biasa digunakan

tokoh dalam pegambuhan, digunakan pada tokoh wayang Empu Baula. *Keenam, udeng-udengan/manusa*, digunakan punakawan Twalen, Sangut, Delem, Merdah, Dewi Kunti. *Ketujuh, tajuk/raja*, digunakan para raja seperti Rama dan Krisna. *Kedelapan, candi kurung/dewa*, gelungan yang biasa digunakan para Dewa, seperti Daserata, Karna, Indra, dan Siwa. *Sembilan, bok gambah/kala*, gelungan yang biasa digunakan kala, seperti Kala Bang. *Kesepuluh, pelekir/raksasa*, gelungan yang biasa digunakan raksasa, seperti Detya Percona.

Bahan dan Peralatan Melukis Wayang Gaya

Kamasan

Bahan yang dipakai pada lukisan Kamasan menggunakan bahan dari alam, meliputi bahan dasar lukisan dan bahan-bahan pembuat warna. Bahan-bahan tersebut sampai sekarang masih didapatkan dan diperoleh secara tradisional, walaupun pada perkembangan selanjutnya juga digunakan bahan-bahan buatan pabrik, seperti cat *acrylic* dan cat plakat.

Bahan Kain

Awalnya kain yang digunakan adalahn kain tenunan dari Pulau Nusa Penida, yang disebut kain “*Bali tenunan Nusa*”. Sekarang banyak digunakan kain blacu dan kain Bali, kain dril, dan kain kanvas, baik yang sudah siap pakai maupun kanvas yang belum jadi. Selain kain kanvas yang sudah siap pakai, semua bahan, baik kain Nusa, blacu, dril, maupun kain kanvas diproses secara tradisional, sebagai berikut.

1. Kain dicuci, kemudian dijemur hingga setengah kering (*kume udang*).

2. Memasak bubur, dilakukan dengan tepung beras dicampur air secukupnya dan dimasak sampai matang betul (*lepah*).
3. Kain yang setengah kering dimasukkan ke bubur yang agak panas dalam sebuah priuk atau *paso* dan diremas-remas sampai merata.
4. Kemudian kain direntangkan dan dijemur pada terik matahari sampai kering betul. (Kalau hasil penjemuran kurang kering, dapat mengakibatkan resapan warna kurang sempurna sehingga warna menjadi kurang cerah atau kusam).
5. Penggerusan dengan cangkang kerang sebaiknya dilakukan ketika kain dalam kondisi hangat sehabis dijemur, kemudian dibentangkan di atas papan yang permukaannya datar dan digerus dengan *bulih*, yaitu sejenis kerang yang bentuknya bulat sehingga dapat dipakai untuk menggerus permukaan kain menjadi halus dan licin.

Tahapan tersebut sangat menentukan keberhasilan untuk penyelesaian suatu lukisan wayang Kamasan. Jika permukaan kain tidak licin, dapat mengakibatkan garis yang dihasilkan tidak rata atau tersendat-sendat karena ujung pena (*penelek*) sering tersangkut pada pori-pori kain yang tidak rata tersebut.

Bahan Lukisan dengan Kayu Papan

Papan berupa lembaran kayu yang dapat terbuat dari papan jati, tripleks, dan *hardboard*. Proses pengerjaannya sebagai berikut.

1. Permukaan papan dibuat rata dan diampelas sampai halus,
2. Papan yang telah halus kemudian diberikan *plamir*, kemudian cat dasar menggunakan pelarut air (*water base*) warna putih. Proses pengecatan diterapkan secara tipis dan berulang-ulang sampai *limabelas* kali. Tujuannya agar serat atau pori-pori bagian permukaan papan tertutup dan rata
3. Papan yang telah dilapisi warna putih tersebut dan setelah kering siap untuk digunakan sebagai bidang gambar lukisan wayang Kamasan.
4. Setelah lukisan selesai dilanjutkan dengan tahap *ngapon*, dilakukan dengan melapisi *apon* atau cairan terbuat dari campuran ancur dan air.

Bahan Warna dan Alat Melukis

Pada masa lalu bahan warna yang digunakan melukis wayang Kamasan terbatas hanya empat atau lima macam warna yang *dipitrih* sendiri dengan ancur, yaitu semacam perekat *casseine* Cina. Warna tersebut merupakan warna pokok, seperti merah, biru, kuning, hitam, dan putih. Alat yang digunakan sangat sederhana. Menurut Tirta Ray, *batu pere* didatangkan dari Sulawesi sebagai pemberat kapal KPM dalam pelayaran dari Sulawesi ke Bali. Di Sulawesi ditandai dengan terdapat batu sejenis dengan batu *pere* yang bernama

pere, sedangkan di Bali tidak ditemukan batu sejenis (*pere*). Menurut Muriati seorang pelukis dari Banjar Siku, warna *pere* dibawa dari Belanda sebagai pemberat kapal KPM ketika melakukan pelayaran dalam perdagangan menuju Maluku, Sulawesi, dan singgah di Bali (Wawancara dengan Tirta Ray, 2014 di ISI Denpasar) dan (Muriati 2014 di Banjar Siku). Jenis-jenis warna, bahan, dan alat melukis dapat dijelaskan sebagai berikut.

1) Jenis Warna, Bahan, dan Proses Pembuatannya

Warna putih dibuat dari tulang babi atau tulang rusa. *Warna hitam* dibuat dari jelaga (*mangsi*). *Warna kuning* dibuat dari *batu pere* atau *atal*. Bahan ini juga digunakan untuk membuat warna merah. *Warna merah* dibuat dari “kencu”. Dahulu dibuat dari *geluga* (semacam batu), tetapi warnanya kurang cemerlang tidak secemerlang *kencu*. Serbuk *kencu* dibeli di datangkan dari negeri Cina. *Warna biru* dibuat dari daun taun, tetapi banyak dipakai *blawu*. *Warna cokelat* dibuat dari batu *pere* merah dicampur jelaga. *Warna kelabu* dibuat dari warna hitam dicampur dengan air lebih banyak. *Warna hijau* dibuat dari warna biru dicampur dengan kuning. *Warna hijau muda (wilis)* dibuat dari warna kuning emas dicampur dengan warna hitam. *Warna merah dadu* dibuat dari warna putih dicampur dengan warna merah. *Warna kuning kuranta* dibuat dari warna putih dicampur dengan warna kuning.

Proses pencampuran warna atau disebut *nadiang* (menjadikan) dilakukan dengan menggilas (*ulig*) bahan pewarna dan diayak sampai berupa bubuk. Kemudian bahan baku warna tersebut dicampur dengan *ancur* dan diisi air secukupnya sebagai bahan pelarut. Perbandingan antara serbuk warna dan *ancur* adalah *sat* sendok teh berbanding

delapan biji/sping. Campuran itu diaduk lebih kurang setengah jam. Setelah ditambahkan air sedikit, adonan warna diaduk lagi, kemudian didiamkan beberapa menit sampai mengendap. Setelah terjadi pengendapan, endapan dan air dipisahkan.

2) Peralatan Melukis

Alat-alat yang digunakan dalam melukis selain terbuat dari bahan-bahan alami atau dibuat sendiri secara tradisional, ada juga yang menggunakan alat-alat buatan pabrik. Alat-alat tersebut adalah seperti berikut.

1. Arang (digunakan sebagai pensil) berasal dari arang kayu biduri (*menduri*), berfungsi sebagai alat pembuat sketsa pada tahap *molokan*.
2. *Penelak* berfungsi sebagai pena atau kuas. Ada beberapa jenis sesuai dengan fungsinya, seperti (a) *penelak* (pena) untuk tahap *pengerekaan*, (b) untuk tahap *penelingan*, (c) untuk tahap *penyawian*, (d) untuk tahap *pengampadan*, (e) untuk tahap *pemuluan* (membuat bulu), dan (f) untuk tahap *pemerean*, yaitu pemasangan warna *pere*.

Proses Melukis Wayang Kamasan

Melukis wayang Kamasan dikerjakan melalui proses yang bertahap. Oleh karena itu, dibutuhkan kesabaran, ketekunan, dan keahlian tangan (*virtousity*) sangat tinggi. Tahapan melukis wayang Kamasan dapat diuraikan sebagai berikut.

Ngedum Karang

Proses melukis wayang Kamasan merupakan tradisi yang tidak bisa lepas dari pakem berupa ketentuan-ketentuan yang dapat dilihat dari penempatan tokoh, karakter, adegan, atribut, ekspresi, dan busana. Jika karya lukisan yang dibuat menyimpang dari pakem tersebut, maka karya lukis yang diciptakan tampak kurang sempurna dan dapat terjadi perubahan atau pengaburan makna yang sebenarnya.

Dalam *pakem* melukis wayang Kamasan dikenal istilah *ngedum karang* (bahasa Bali). Dalam tradisi melukis wayang Kamasan kata *ngedum* berarti membagi, sedangkan *karang* berarti bidang. Jadi, *ngedum karang* berarti membagi bidang lukis menjadi beberapa bagian sehingga *lay out* lukisan tampak seimbang. Langkah tersebut merupakan tahapan awal dari proses melukis tradisional wayang Kamasan, artinya pembagian ruang. Kalau dihubungkan dengan proses menggambar tradisi wayang Kamasan dengan medium kanvas, maka artinya; sebidang kanvas yang dibagi menjadi beberapa bagian untuk menempatkan tokoh-tokoh wayang tertentu, dikelompokkan sedemikian rupa sesuai dengan stratifikasi atau tingkatannya sehingga tidak menyalahi pakem-pakem tradisi.

Tahap berikutnya adalah penempatan figur-figur wayang yang terlibat dalam suatu adegan cerita yang akan divisualisasikan ke dalam lukisan. Pada proses tersebut dibutuhkan kemampuan pelukis dalam penguasaan karakter, warna dan penempatan tokoh-tokoh wayang pada bidang lukis yang telah dibagi. Artinya tokoh wayang apa yang perlu ditonjolkan dalam suatu lukisan. Pembagian bidang dalam suatu lukisan tidak boleh menyimpang dari fungsi, seperti sebagai penunjang prosesi keagamaan atau menghias yang

mengacu pada nilai artistik. Pembagian ruang dalam lukisan yang mencerminkan idealisme individu masih mengacu pada pakem-pakem tradisi, ruang untuk berekspresi dalam menuangkan ide-ide lebih terbatas karena harus sesuai dengan kaidah tradisi.

Molokan

Proses *molokan* maksudnya juga sering dipadankan dengan pengertian *ngedum karang*, tetapi sebenarnya berbeda. *Molokan* berarti membuat pola atau menggambar secara global. *Molokan* dilakukan dengan membuat sketsa atau dalam bahasa Bali disebut *ngorten* menggunakan arang. *Ngorten* juga berarti *ngorte* yang artinya berdialog, berinteraksi, menjiwai sehingga apa yang didialogkan memiliki jiwa dan ekspresi. Dalam proses *molokan* dilakukan penentuan ukuran atau dimensi dengan proporsi (*kakuwub*), komposisi dan pembagian bidang (*ngedum karang*) yang diinginkan. Di samping itu, juga menyangkut ekspresi wayang, banyaknya tokoh yang akan digambar pada tiap-tiap bidang kanvas, jenis tokoh wayang yang ditampilkan, dan tata letak wayang. Dengan demikian proses *molokan* merupakan tahap yang sangat menentukan keberhasilan lukisan wayang Kamasan.

Pengelompokan penggambaran tokoh dapat dilihat dari bagian depan wayang sehingga ekspresi yang diwakili tiap-tiap tokoh tampak jelas dari raut muka, posisi kepala, bentuk badan, sikap tangan, sikap kaki, dan atribut yang dikenakannya. Perspektif yang digunakan dalam menggambar wayang Kamasan termasuk perspektif babakan atau hirarki. Hal tersebut tampak dari cara penempatan tokoh-tokoh wayang dimulai dari atas mengikuti derajat wayang yang paling tinggi. Kemudian di bagian bawahnya ditindih oleh wayang yang memiliki derajat lebih rendah.

Dengan perspektif tersebut tidak jarang wayang yang memiliki derajat lebih tinggi, seperti para dewa di bagian bawahnya digambarkan terpotong atau tidak tampak karena ditindih oleh wayang yang ada di bawahnya. Tokoh yang paling bawah, seperti punakawan atau *parekan* biasanya digambar secara utuh. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mencapai keharmonisan dari keseluruhan lukisan. Proses *molokan* merupakan pola pembabakan cerita yang dituangkan dalam satu media kanvas dengan menyertakan pakem-pakem tradisi. Oleh karena itu, secara pola sehingga secara pola gambar tersebut sudah terbayang atau terpolakan ceritra yang diangkat.

Ngereka

Ngereka (bahasa Bali) berarti menghubungkan, menyatukan, menyambung antara satu bagian dan bagian yang lain menjadi satu kesatuan yang utuh. Proses *ngereka* dalam menggambar wayang Kamasan merupakan lanjutan dari proses *molokan*. *Ngereka* juga diartikan membuat detail dari satu bagian dengan bagian yang lain sehingga ekspresi, karakter, atribut, dan tata busana figur yang digambarkan tampak jelas. Salah satu ciri dari proses *ngereka* adalah dominan menggunakan garis atau terdiri atas susunan garis-garis yang menghubungkan antara satu elemen dengan elemen yang lain. *Ngereka* dapat dikatakan sebagai tahap menebalkan sketsa awal dengan tinta hitam (*mangsi*) sehingga garis-garisnya menjadi lebih jelas. Jadi, setelah *molokan* dirasakan sudah sesuai dengan kehendak pelukis, maka dilanjutkan dengan *ngereka* dengan memperjelas garis-garis dengan menggunakan tinta hitam. Agar tidak mengganggu tahap pemasangan warna berikutnya, maka sketsa awal yang dibuat dari arang harus dihapus sampai bersih.

Urutan cara *ngereka* dimulai dari bagian wajah figur-figur wayang, kemudian bagian badan, kaki dan tangan, serta bagian gelung. Setelah selesai kontur pada bentuk figur wayang, dilanjutkan dengan *ngereka* pada bentuk pendukung lainnya, seperti pohon, awan, gunung, dan binatang.

Ngewarnin

Ngewarnin dalam melukis wayang tradisional Kamasan memiliki peranan yang sangat penting untuk menciptakan estetika wayang, baik sebagai simbol atau tanda dengan makna sesuai dengan warna *pengider-ider* maupun untuk memberikan figur wayang dan elemen pendukung lainnya.

Warna sebagai simbol atau tanda pada wayang Kamasan secara *qualisign* penerapan tampak pada bagian wajah dan *pengawak*, yaitu warna yang diterapkan pada wajah dan badan secara kualitas warna berkaitan dengan karakter dan ekspresi wayang. Di pihak lain kesan artistik wayang Kamasan sangat erat berkaitan dengan teknik yang digunakan dalam melukis. Teknik pewarnaan dengan *sigar* warna, yakni penerapan warna secara gradasi dari warna terang ke gelap akan memberikan kesan volume sehingga wayang secara keseluruhan tampak memiliki kesan ketebalan atau memiliki ruang dan terkesan “hidup”, seperti diterapkan pada bagian *petites*, *ron-ronan*, *bapang*, *kancut*, *tangun kancut*, *bullet*, dan *selibah*. Demikian juga pada hiasan busana, seperti *gelung*, *subeng*, *gelang*, *nagawangsul*, *karangan waduk*, *bapang*, *oncer*, *sesimping*, dan *kekendon* digunakan warna kuning keemasan (oker) yang terbuat dari warna batu pere, sehingga memberikan kesan keagungan.

Nyawawi

Kata *nyawawi* sering disebut “*nyawawis*” (bahasa Bali) yang artinya selesai. Kegiatan *nyawawi* merupakan tahap terakhir atau *finishing touch* dan menandakan lukisan sudah selesai dikerjakan. Proses *nyawawi* merupakan kelanjutan dari proses *ngewarnain* yang dilakukan secara detail dengan memberikan garis-garis berupa kontur pada bagian bidang dan kesan ruang untuk menambah artistik. Bidang-bidang yang diberikan *cawian*, seperti bidang ornamen, hiasan pada kain, atribut, dan *gelung*. Di pihak lain kesan ruang yang diberikan *cawian* atau kontur adalah pada *awun-awunan*, pepohonan, bebatuan dan ornamen. Ornamen yang digunakan menghias diangkat dari unsur *keketusan* (geometri), *pepatran* (ploraistis), *kekarangan* (zoomorfis), dan *wewanggan*.

Muluhin

Muluhin memberikan kesan bulu, seperti pada bagian kaki, dada, dan tangan. Tahap tersebut sebenarnya merupakan bagian dari *nyawawi*, tetapi dilakukan dengan menggunakan garis atau coretan pendek warna hitam yang mengikuti garis *cawian* atau kontur. Proses tersebut sangat detail dan membutuhkan konsentrasi serta ketekunan. Garis-garis yang diterapkan untuk *muluin* selain memberikan kesan “hidup” juga bertujuan untuk memperkuat kesan volume yang dihasilkan dari penerapan *sigar warna*.

Neling

Neling berarti memberikan penekanan untuk memperjelas bentuk melalui pemberian aksentuasi pada garis, warna, dan bidang-bidang tertentu. Tujuannya adalah untuk memberikan efek terhadap kesan lukisan menjadi lebih dinamis.

Nyoca

Nyoca berarti memberikan hiasan berbentuk bulatan-bulatan yang memberikan kesan manik-manik atau *soca* pada ornamen pendukung, sehingga terkesan elegan. *Nyoca* biasanya dilakukan dengan memberikan *sigar warna* dan kontur berupa bulatan pada hiasan yang berada pada bagian inti ornamen. Posisinya berada pada bagian yang mencolok, seperti *petitis*, *sekartaji*, *silut karna*, *gelung*, *babang*, dan *oncer* sehingga *soca* dapat dijadikan pusat pandangan.

Meletik

Meletik dalam seni rupa disebut dengan “*high light*”, yaitu teknik pewarnaan dengan memberikan aksent dengan warna putih pada bagian-bagian atau ornamen-ornamen tertentu. Tujuannya adalah untuk memberikan kesan menonjol atau bersinar. Pada teknik menggambar wayang Kamasan biasanya dilakukan untuk menggambar *soca* sehingga berkesan lebih muncul dan bersinar. Bahkan, yang digunakan untuk mengoles warna putih tersebut dibuat agak kental. Proses ini biasanya dibuat pada lukisan yang bahan dasarnya dari papan atau kayu, sedangkan untuk kain jarang dilakukan karena warna putih ini kental sehingga mudah lepas.

Ngerus

Ngerus dalam bahasa Indonesia berarti menggerus atau menggosok. Alat yang digunakan terbuat dari cangkang kerang. Tahap menggerus biasanya dilakukan sebanyak dua kali. Pertama, ketika mempersiapkan atau memproses bidang gambar secara tradisional menggunakan kain blacu, dilapisi bubur beras, dan dikeringkan. Kemudian digerus dengan cangkang kerang secara berulang-ulang sampai rata, kencang dan pori-porinya tertutup. Kedua, ketika lukisan

wayang sudah dianggap selesai, kemudian digerus dengan cangkang kerang sampai permukaannya tampak licin. Dalam perkembangan selanjutnya seiring dengan kemajuan teknologi, penggunaan alat tersebut sudah mulai ditinggalkan dan digantikan dengan strika karena dianggap lebih praktis dan hasilnya lebih baik.

Faktor-Faktor Pendorong Terjadinya Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern di Klungkung Bali

Peradaban manusia di berbagai belahan dunia tidak ada yang bersifat statis dan terisolasi, tetapi selalu mengalami perubahan atau transformasi yang sangat dinamis seiring dengan waktu dan zaman. Di pihak lain pola pikir manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan lahiriah atau batiniah dalam komunitas bersangkutan juga semakin berkembang. Oleh karena itu dalam konteks tradisi melukis wayang Kamasan sebagai salah satu artifak budaya juga mengalami transformasi atau perubahan paradigma ke arah komersialisasi.

Transformasi menurut Kayam (1989: 1) merupakan proses pengalihan total dari suatu bentuk ke sosok bentuk baru yang mapan melalui tahapan dan memerlukan waktu lama. Pembabakan transformasi yang ditawarkan Featherstone (2001: 122), bersifat *linier hierarkis* berkaitan dengan produksi dan berbagai rezim signifikansi yang implikasinya terjadi perubahan ke arah postmodern. Ciri-ciri transformasi merupakan manifestasi pribadi korporatif, yaitu gabungan pemikiran kritis, fleksibel, dan bebas (Tabrani, 2006: 260). Karya-karya transformasi tidak terikat oleh norma tetapi dapat membentuk norma baru dalam ruang dan waktu yang berbeda. Sebagai contoh Max Weber menyimpulkan bahwa transformasi masyarakat Eropa menjadi masyarakat kapitalis karena di dalam tubuh budaya masyarakat Eropa, sudah terkandung “bumbu-bumbu”,

ingredients, yang melahirkan semangat kapitalis. Sachari (2002: 68) menyatakan bahwa tahapan-tahapan transformasi dapat diuraikan dari era pramodern, modern, dan postmodern.

Menurut Nyoman Mandra seorang pelukis tradisi senior di Desa Kamasan, menyatakan transformasi SLWK sebagai berikut.

“.....aktivitas melukis dulu dilakukan berdasarkan atas panggilan jiwa untuk pengabdian dan persembahan kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa*. Gede Modara/Gede Mersadi merupakan *leluhurnya* yang melahirkan SLWK dilanjutkan oleh Ketut Lui/Ketut Kute, seangkatan dengan *Kaki* Samburg dan Liya. Dulu melukis hanya dilakukan oleh laki-laki, perempuan tidak diperbolehkan mengambil pekerjaan melukis....karena pada diri perempuan mengalami datang bulan (*sebel*).....aktivitas melukis pernah pakum selama ± 100--300 tahun. Baru pada generasi Ketut Lui melahirkan murid bernama Wayan Kayun, Dogol, Lenged, Ngales, dan Pan Remi....pada saat itu perempuan sudah diperbolehkan mengambil pekerjaan melukis. Kelima murid-murid Lui merupakan teman sepermainan. Mandra belajar melukis pada Dogol. Pada masa kecilnya dulu sehabis *ngulahan kedis*, membantu di sawah, sepulangnya ia melukis. Hasil lukisannya sering dititipkan bersama Ni Srengkog dan Ni Tangkid untuk dijual di Toko Indra. Kini melukis sudah dijadikan pekerjaan menjadi sandaran kehidupan keluarga. Oleh sebab itu, ia tidak anti terhadap komersialisasi (Wawancara dengan Nyoman Mandra, 2013 di Kamasan).

Pandangan Nyoman Mandra tentang SLWK merupakan kebiasaan-kebiasaan melukis secara turun-temurun mengacu pada norma-norma tradisi dan *pakem*. Mata pencaharian orang-orang Kamasan dulunya adalah bertani, menanam padi atau menanam palawija. Karena luas

tanah yang dimiliki sangat sempit, maka dikembangkan ketrampilan-ketrampilan, seperti menenun, *memande* dan melukis. Dalam “Profil Pembangunan Desa Kamasan” tahun 2007 disebutkan, luas tanah yang dimiliki rata-rata penduduk Desa Kamasan adalah 0,36 are/kepala keluarga atau 0,075 are/orang, tanah seluas itu tidak cukup untuk menghidupi keluarga. dan banyak terdapat waktu luang. Untuk memanfaatkan waktu luang sehabis bertani diisi dengan kegiatan melukis untuk menyalurkan hobi. Kebiasaan-kebiasaan melukis didorong untuk dikembangkan menjadi salah satu ketrampilan untuk menghias sarana ritual, bangunan suci, dan tempat-tempat yang dapat memberikan pencerahan. Masyarakat dan lingkungan merupakan tempat pembelajaran secara langsung maupun tidak langsung sehingga menjadi terbiasa untuk ikut serta dalam kegiatan melukis. Pandangan yang sama juga disampaikan oleh Wayan Kondra bahwa dilingkungan Banjar Siku sebagian besar penduduk masih menggantungkan hidup sebagai petani. Anak yang dibesarkan dilingkungan petani menyebabkan ia tidak pernah belajar melukis secara langsung pada orang tuanya (Mangku Mura). Namun, kesadaran melukis tersebut muncul dari melihat langsung orang tuanya dalam beraktivitas melukis. Selain itu, juga didukung oleh bakat seni yang dimilikinya. Berdasarkan pengamatan karya lukis yang dibuat oleh Kondra, banyak masyarakat di Banjar Siku mengatakan bahwa karya-karya Kondra merupakan duplikat dari karya Mangku Mura yang susah dibedakan. Kendatipun demikian, sebenarnya Kondra juga melakukan pembongkaran terhadap tema-tema lukisan yang tidak hanya terpaku pada tema-tema pewayangan. Artinya, Kondra sudah berani menceritakan kehidupan pribadi mereka sebagai tema lukisan.

Masuknya budaya modern di Bali menurut Picard (2006) ditandai dengan terjadinya komersialisasi SLWK menjadi produk penunjang pariwisata oleh pemerintahan kolonial Belanda untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan khususnya pelukis. Masyarakat didorong tidak hanya bergantung pada sektor pertanian semata, tetapi sudah saatnya memperhatikan sektor lain, yaitu pariwisata. Pelukis juga didorong untuk menghasilkan karya-karya maksimal sehingga layak dikomersialkan. Artifak-artifak SLWK di *Kertha Gosa* direnovasi sebagai salah satu objek wisata yang direkomendasikan wajib dikunjungi oleh wisatawan ketika berwisata ke Bali. Perempuan-perempuan yang pada awalnya tidak diperkenankan mengambil pekerjaan melukis dalam peradaban baru dilibatkan dalam setiap kegiatan melukis untuk keperluan *ngayah* maupun keperluan komersial. Semakin semaraknya komersialisasi berimplikasi terhadap munculnya pelukis-pelukis perempuan di Desa Kamasan, seperti Ni Srengkog, Ni Tangkid, Ni Made Suciarmi, Ni Tanjung, Normi, Muriati, dan Sriwedari.

Mandra tidak anti terhadap komersialisasi karena seorang pelukis juga memerlukan biaya untuk hidup, mempunyai keluarga, kebutuhan anak bersekolah, dan kebutuhan-kebutuhan lain. Oleh sebab itu ia tidak pernah menolak *order-order* lukisan atau masyarakat yang memerlukan jasa-jasanya untuk membuat karya lukisan, seperti menghias tempat suci, perkantoran, rumah tinggal atau menghias bangunan hotel. Kalau ada *order-order* di luar lingkungan Desa Kamasan, Mandra mengerjakan secara bersama dengan murid-muridnya. Mandra juga ingin memberikan kesempatan kepada mereka untuk

menunjukkan eksistensinya sebagai pelukis tradisional wayang gaya Kamasan.

Pernyataan Mandra dibenarkan oleh Pande Sumantra salah seorang muridnya yang dipercayai mampu meneruskan cita-citanya untuk melestarikan keberadaan SLWK. Dalam wawancara dengan Sumantra dikatakan sebagai berikut.

“.....ia sering diberikan *order-order* oleh Nyoman Mandra untuk mengerjakan proyek-proyek lukisan diluar Desa Kamasan.....ia sangat mengharapkan komersialisasi berupa *order-order*. Kalau tidak ada *order* ia tidak memiliki semangat untuk melukis karena tidak ada kepastian....ketika tidak ada *order* ia sangat khawatir terhadap kebutuhan hidup keluarganya.....baginya keluarga adalah segala-galanya” (Wawancara dengan Pande Sumantra tahun 2013 di Banjar Pande Kamasan)

Menurut Sumantra, gurunya (Mandra) dalam aktivitasnya melukis memang benar menerima komersialisasi terkait dengan kewajiban sebagai orang tua untuk memikirkan kondisi keluarga. Untuk memenuhi kebutuhan hidup Mandra menerima mendorong mantan muridnya untuk bisa melukis secara mandiri dan dapat hidup dari profesi sebagai pelukis. Sumantra juga mengatakan jika kondisi ekonomi keluarga sudah terasa aman pikiran bisa terkonsentrasi dan fokus melukis sehingga dapat menghasilkan karya-karya lebih maksimal.

Michel Foucault (2007: xix) dalam “*Order of Thing*” mengatakan bahwa retorika tradisional dan gagasan bersifat *catachresis* merupakan produk aplikasi dari suatu norma yang sifatnya sosial karenanya dapat dibuat menjadi apa saja memperkirakan perbedaan antara makna sebenarnya dengan makna kiasan. Dalam kontek SLWK mendorong semangat pelukis bekerja lebih keras untuk menghasilkan

karya-karya maksimal sehingga pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan kesejahteraan.

Meskipun terjadi komersialisasi masih terdapat pelukis yang mempertahankan identitas diri, seperti Mangku Mura dan Nyoman Mandra. Tetapi belakangan ini muncul identitas baru berupa gaya lukisan pasar yang memproduksi keinginan-keinginan konsumen untuk didistribusikan ke pasar. Produk yang didistribusikan ke pasar secara umum masih mengacu pada identitas kelompok yaitu SLWK. Di samping itu, kehidupan sosial religius juga dapat berjalan sebagaimana mestinya, bahkan tidak mengesampingkan hal tersebut, seperti saat melakukan kegiatan *ngayah*. Pada saat seperti itu pelukis senantiasa menunda semua pekerjaan yang bersifat pribadi dan mendahulukan *ngayah* secara bersama-sama (kolektif) untuk menghias tempat suci, seperti melukis *kober*, *tabing*, *parba*, *pedapa*, *umbul-umbul*, dan sarana lukisan untuk keperluan ritual. Pelukis sangat bahagia ketika dapat mengabdikan keterampilannya pada umat sebagaimana yang telah dilakukan oleh leluhurnya meskipun ia sadar bahwa *ngayah* tidak memperoleh imbalan berupa uang. Artinya modernisme sebagai produk asli kebudayaan Barat yang bersifat individualistik, anti terhadap tradisi ketika berkembang di Bali menjadi “gerakan ganda” yang dapat membedakan antara kepentingan material dan kepentingan sepirtual.

Kunjungan pariwisata ke Desa Kamasan semakin meningkat disertai dengan permintaan terhadap produk-produk *souvenir* yang semakin meningkat pula. Sehubungan dengan itu, maka SLWK dikomodifikasi menjadi produk *souvenir* sebagai produk penunjang pariwisata. Produk-produk *souvenir* merupakan produk yang dihasilkan dari permainan simulasi untuk menciptakan produk baru yang

kreatif dan inovatif sehingga dapat memenuhi kebutuhan pariwisata. Komodifikasi merupakan ciri postmodern (2002-2014) yang mampu menciptakan produk-produk global yang terintegrasi dari berbagai elemen kehidupan ke dalam sebuah sistem tunggal berskala dunia. Di pihak lain pariwisata merupakan industri global yang memiliki modal dan jaringan sangat luas diasumsikan mampu mengonsumsi produk-produk yang didistribusikan di pasar global.

Dalam praktik-praktik perubahan sosial yang terjadi di masyarakat Kamasan, secara ringkas Bourdieu menyatakan rumus generatif yang menerangkan praktik-praktik sosial dengan persamaan (*habitus* x modal) + *ranah* = praktik (Jenkins, 2004: 95-124). Bourdieu menekankan keterlibatan subjek dalam proses konstruksi budaya bertalian erat dengan *habitus*, *modal*, dan *ranah*. *Habitus* diasumsikan sebagai kebiasaan-kebiasaan melukis masyarakat Kamasan yang terjadi secara turun-temurun terikat oleh *pakem*, norma, serta ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku, dikerjakan secara kolektif dan komunal. Di pihak lain keterampilan melukis yang dimiliki *habitus* disebut modal dalam bentuk modal simbolik dan modal kultural, sedangkan keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan *habitus* disebut sebagai *ranah*.

Praktik-praktik transformasi SLWK yang terjadi di tengah-tengah masyarakat global melepaskan diri dari oposisi klasik subjektivisme dan objektivisme di samping konsep-konsep *habitus*, arena, dan modal. Keterampilan melukis yang dimiliki individu-individu masyarakat Kamasan terjadi secara turun-temurun (*habitus*) merupakan modal kultural yang dipertarungkan dalam *ranah* produksi dan mereproduksi keinginan kapitalisme menjadi produksi massa yang dapat didistribusikan di pasar. Bourdieu

menggugat subjektivisme dengan meletakkan subjek intelektual sebagai peran utama pembentukan dunia tanpa memperhitungkan konteks ruang dan waktu.

Latar belakang objektivisme dianggap tidak memperhitungkan peran posisi subjek intelektual dalam pembentukan struktur baru. Dalam konteks SLWK, Bourdieu dalam Fasri (2014: 91) merumuskan praktik-praktik sosial sebagai hasil dinamika dialektika masyarakat Kamasan dengan budaya global dan pariwisata dalam pembentukan struktur baru untuk didistribusikan ke pasar. Kebiasaan-kebiasaan melukis yang dilakukan individu atau kelompok masyarakat Kamasan harus dianalisis sebagai hasil interaksi antara *habitus* dan struktur. *Habitus* merupakan rangkaian kecenderungan yang mendorong pelaku sosial untuk beraksi dan bereaksi dengan cara tertentu melahirkan praktik-praktik, persepsi, dan perilaku yang tetap dan teratur kemudian menjadi kebiasaan yang tidak dipertanyakan aturan-aturannya. *Habitus* dapat menjadi filter bagi pelaku sosial yang dihasilkan oleh struktur baru untuk kemudian melahirkan praktik sosial yang terus berlangsung secara kontinu.

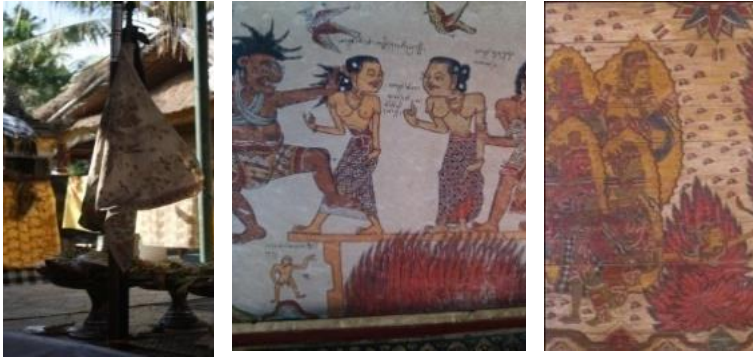
Selain *habitus*, konsep penting teoretik Bourdieu adalah *ranah* (arena, *field*). *Ranah* adalah hubungan yang terstruktur dan secara tidak sadar mengatur posisi individu, kelompok, atau lembaga dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan. *Ranah* merupakan metafora yang digunakan oleh Bourdieu untuk menggambarkan kondisi masyarakat yang terstruktur dan dinamis dengan daya-daya yang dikandungnya (Fashri, 2014: 96). *Ranah* adalah sepotong kecil dunia sosial sebuah jagat penuh mufakat yang bekerja secara otonom dengan hukum-hukumnya sendiri,

misalnya *ranah* politik, seni, agama, ekonomi, dan filsafat (Rusdiati, 2003: 33).

Dari uraian di atas diketahui bahwa faktor-faktor pendorong terjadinya transformasi SLWK sehingga berimplikasi terjadi perubahan disebabkan oleh (1) motivasi ekonomi sebagai pencitraan, (2) identitas diri yang berkelanjutan, (3) kreativitas melukis sebagai langkah menuju kesejahteraan, (4) globalisasi, dan (5) pariwisata dalam menciptakan produk-produk *souvenir* sebagai produk penunjang pariwisata.

Motivasi Ekonomi: sebagai Pencitraan

Secara tradisi seni lukis wayang Kamasan (SLWK) digunakan sebagai sarana persembahan dalam ritual agama Hindu, seperti *kober*, *umbul-umbul*, *payung-pagut*, *tabing*, *pedapa*, *ider-ider*, *langse*, *parba*, dan *rerajahan*. Secara visual SLWK memiliki estetika sangat artistik. Di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik yang sering digunakan sebagai pencerahan atau bayangan dalam kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat. Sebagaimana bentuk pencerahan SLWK yang tampak pada gambar 5.1.



Gambar 5.1 “Estetika Pencerahan” dalam bentuk “Kober”, hiasan dinding *Kertha Gosa*, dan “*Tabing*”. Dokumen I Wayan Mudana, 2013

Estetika pencerahan divisualkan dari simbol-simbol yang terdapat pada karya sastra, mitos, cerita rakyat ditransformasikan ke dalam bentuk simbol-simbol berupa lukisan wayang yang memiliki estetika yang sangat artistik. Estetika pencerahan menurut Ratna (2011) dalam *Estetika Sastra dan Budaya* adalah seperti dibawah ini.

“.....pengalaman estetika sudah berubah menjadi pemahaman, penjelasan, dan interpretasi tentang keindahan itu sendiri dengan karya seni. Tuhan adalah mahaindah, sumber dari segala sesuatu yang berfungsi menyenangkan, memberikan perdamaian bagi umat manusia, sedangkan aspek visualisasi berfungsi untuk menopang kepuasan rohani manusia. Keindahan mendominasi keseluruhan unsur yang lain, keindahan adalah hakekat dari kehidupan manusia” (Ratna, 2011: 32-34).

Lukisan wayang pada *kober* digunakan sebagai sarana ritual dalam agama Hindu. Lukisan *atma prasangsia* dalam cerita “*Bima Swarga*” yang dilukiskan pada dinding *Kertha Gosa* dengan *titi ugal-agil*, dan lukisan *pemurtian*,

digunakan sebagai pencerahan pada umat. Nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik dapat memberikan pencerahan dan tuntunan bagi umat untuk membedakan perbuatan yang baik dan buruk, benar dan salah. Perbuatan baik mendapatkan pahala yang baik, sedangkan perbuatan buruk mendapatkan pahala yang buruk pula. Semua perbuatan dapat digambarkan dalam lukisan wayang, baik di dunia maupun akhirat. Simbol estetika pencerahan dalam SLWK menggambarkan setiap perbuatan akan mendapatkan pahala sesuai dengan karmanya. Titib (2003: 63) mengatakan bahwa kata simbol mengandung arti menggambarkan sesuatu yang imaterial, abstrak, suatu ide, kualitas tanda suatu objek dan proses.

Gede Modara merupakan sosok *sangging* pertama yang mampu mentransformasikan ide-idenya dengan mengekspresikan perasaan pribadi ke dalam wujud lukisan ketika melukiskan tokoh *Mahopatih Mahodara* dalam cerita *bomantaka* (*pemurtian*). Simbol-simbol tradisi yang terdapat pada teks-teks karya sastra ditransformasikan menjadi bentuk karya visual berupa lukisan wayang dengan memasukkan pertimbangan-pertimbangan estetis sehingga menjadi tokoh *Mahopatih Mahodara* seolah-olah hidup dalam lukisan yang indah dan menyenangkan (sangat harmonis). Kemampuan mentransformasikan perasaan estetis pada karya-karya tradisi sehingga tampak hidup yang oleh Mark disebut dalam tradisi sudah ada bibit-bibit modern (*ingredient*). Titib juga menyatakan bahwa kata simbol adalah "*pratika*" yang mengandung arti yang datang ke depan, yang mendekati.

Simbol sangat terikat oleh ruang dan waktu. E.D. Caples dan C.S. Coan dalam bukunya *Principles Antropology* menyebutkan bahwa istilah ruang dan waktu sifatnya

bersinambungan. Makna ruang dan waktu sangat realistis, objektif, bersifat subjektif, dan melekat pada diri subjek (Bambang, 2014: 32). Ruang dan waktu memiliki hubungan yang sangat erat tidak dipandang sebagai dua data yang mutlak terpisah tetapi merupakan satu kesatuan. Ruang yang dimaksud dalam SLWK dibuat untuk kepentingan ritual yang ditempatkan ditempat-tempat suci atau tempat-tempat yang dapat memberikan pencerahan. Nietzsche mengatakan bahwa pencerahan merupakan prinsip progresif hingga awal sejarah tradisional yang anti terhadap kehidupan yang *nihilistik* berupa pemujaan ideologi secara buta terhadap sesuatu yang buta melalui cara-cara melakukan tekanan (Adisusilo, 2013: 93).

Pekerjaan melukis pada masa lalu didominasi kaum laki-laki sedangkan perempuan masih dianggap tidak layak *ngayah* untuk menghias tempat-tempat suci. Pemujaan ideologi secara buta dapat menekan perempuan dalam melakukan aktivitasnya sebagai pelukis. Menurut anggapan tradisi bahwa dalam diri perempuan terdapat '*sebel*' kotor kain yang datang setiap bulan sekali. Pekerjaan perempuan adalah menenun untuk menghasilkan tekstil berupa kain *endek*, *cepu*, *songket*, dan membuat sesaji untuk dipersembahkan kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa*, melayani suami, mengurus anak dan dapur. Dikotomi pembagian pekerjaan sangat kuat membatasi gerak kaum perempuan.

Menurut Mangku Muliarsa keturunan langsung generasi ke-5 dari *sangging* Gede Modara/Gede Mersadi (1830), semua anak biologis Gede Modara perempuan. Pada saat itu gerak seorang perempuan sangat dibatasi dan tidak diperbolehkan mengambil pekerjaan melukis. Karena perempuan tidak boleh mengambil pekerjaan melukis

mengakibatkan terjadi kevakuman generasi dalam melukis wayang di Kamasan. Salah satu anak Modara bernama *Jero Mura* atau *Jero Bandem* dijadikan selir oleh raja sehingga hubungan keluarga Gede Modara dengan raja sangat harmonis. Keturunan langsung dari Modara/Mersadi baru muncul setelah berselang \pm 300 tahun yang bernama Mangku Wayan Muliarsa dari generasi ke-5.

Semenjak meninggalnya *Sangging* Modara terjadi kemandekan generasi melukis karena semua anak-anak Gede Modara perempuan tidak diperkenankan untuk mengambil pekerjaan melukis. Generasi pelukis justru muncul dari *kumpi* Payungan (seorang *undagi*) yang bernama Ketut Kute lebih dikenal dengan Ketut Lui. Pelukis seangkatan Lui adalah *Kaki Sambug*, dan *Kaki Liya*. Pada generasi Lui-lah lahir pelukis-pelukis maestro (*sangging*), seperti Kayun, Dogol, Lenged, Ngales, dan Pan Remi. Kelima pelukis ini merupakan kawan sepermainan sejak kecil dan belajar melukis pada Lui secara bersama-sama. Padahal orang tua Dogol seorang *sangging* yang sangat pintar melukis wayang bernama *Kaki Sambug* dan sangat disegani pada saat itu.

Untuk menghindari terulangnya sejarah SLWK ditinggalkan oleh pendukungnya, pada masa pemerintahan kolonial Belanda terjadi pembongkaran tradisi lama dengan memperbolehkan perempuan terlibat dalam profesi melukis. Ni Tanjung dan Ni Srengkog dilibatkan dalam pemugaran lukisan yang terdapat pada bangunan *Kertha Gosa* tahun 1930 khususnya dalam bidang pewarnaan (lihat gambar 5.2).



Gambar 5.2 “*Semarandana*” Lukisan Gede Modara di atas kanvas menggunakan warna Bali, *perada* emas, *kencu*. Koleksi Mangku Muliarsa. Dokumen Mudana, 2014.

Karya-karya pelukis perempuan dapat disejajarkan dengan pelukis laki-laki sebagaimana yang tampak pada lukisan *Semarandana* yang menggambarkan ekspresi percintaan antara Arjuna dan Supraba dikomposisikan dengan adegan romantis antara Twalen dan *penyeroan* yang tidak kalah romantisnya. Ekspresi muka, dan gerak wayang dikomposisikan dalam ruang yang sangat harmonis. Garis-garis sketsa yang terdapat pada karya Ni Srengkog tersusun sangat rapi menunjukkan karakter yang sangat dinamis, menyatu dengan bentuk sehingga menjadi satu kesatuan harmonis antara bentuk dan isi. Ide-ide yang dituangkan

dalam karya lukisan dapat memberikan pencerahan terhadap umat. Demikian juga dalam hal penyusunan elemen-elemen dan unsur-unsur lukisan wayang yang secara tradisi sangat erat terikat oleh *pakem* serta ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku disusun menjadi susunan yang sangat harmonis.

Di pihak lain pada lukisan duplikasi Gede Modara (1686) dengan cerita *Bomantaka* yang dibuat oleh Mangku Muliarsa dapat dilihat pada gambar 5.3.



Gambar 5.3 “*Pemurtian*” (2014) di atas kanvas dengan warna emas. Mangku Wayan Muliarsa. Generasi ke-5 dari *Sanging Modara*. Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Duplikasi karya Muliarsa tentang tema ‘*pemurtian*’ menunjukkan adanya kemiripan dengan karya leluhurnya. Keyakinan itu bertambah ketika banyak dari pelukis di Kamasan mengatakan bahwa Muliarsa merupakan duplikat dari Gede Modara. Dalam lukisan tersebut sudah tampak adanya pengungkapan perasaan pribadi untuk ditransformasikan ke dalam bahasa visual dengan permainan komposisi, proporsi, sketsa, pewarnaan, tema-tema, dan penyajian disusun dengan sangat dinamis sehingga menghasilkan karya-karya yang indah dan harmonis.

Horkheimer menyatakan bahwa teori tradisional telah gagal menjadi teori emansipatoris karena sifat netralnya terhadap masyarakat. Yang disebut bebas nilai sesungguhnya suatu dogmatis dan ilusi karena netralitas yang dinyatakan suatu sikap yang secara tidak sadar mendukung nilai-nilai paradigma positivisme serta mempertahankan *status quo* (Lubis, 2006: 51--52). Terkait dengan upaya menyikapi dunia modern, Baudrillard dalam Hidayat (2012) mengatakan seperti di bawah ini.

“Paradigma modernisme berdiri di atas logika produksi sebagaimana yang dikatakan Marx kini sudah tidak relevan lagi. Jika era pramodern ditandai dengan logika pertukaran simbolik (*symbolic exchange*), era modern ditandai dengan logika produksi, maka kini berubah menjelang era baru, yakni era postmodern yang ditandai dengan logika simulasi” (Hidayat, 2012: 73).

Dalam pandangan Hidayat, sampai saat ini pendukung estetika pencerahan masih eksis di tengah-tengah wacana mapan tentang komersialisasi dan kapitalisme yang mengagung-agungkan nilai ekonomi. Di pihak lain Cassirer (1956: 93) dalam Ratna (2011: 38) menyebutkan bahwa manusia sebagai “*animal symbolicum*” seni dianggap sebagai sistem simbol terpenting dengan ciri

khas manusia adalah berupa hasil karya seninya. Praktik-praktik komersialisasi yang dilakukan untuk menunjukkan identitas diri mengacu pada identitas tradisi lama (SLWK) untuk dikembangkan menjadi identitas pribadi atau individu. Sentuhan-sentuhan estetis berupa narasi-narasi, imbuhan, tambahan, dan penyajian dapat memberikan warna baru sehingga muncul gaya-gaya lukisan yang diklaim sebagai identitas pribadi.

Untuk menunjukkan eksistensi estetika pencerahan Mandra, mengatakan seperti berikut.

“.....waktu pemugaran Pura Besakih *titiyang* (saya) diminta oleh warga *ngayah* membuat *empat* lukisan untuk dipasang di *Pedarman Pande* dan 4 (*empat*) lukisan dipasang di *Penataran Agung*, ia tidak meminta bayaran serupiah pun. Meskipun demikian, *titiyang* tetap dapat menafkahi keluarga, dapat menyekolahkan anak-anak ke jenjang pendidikan tinggi S1 (Wawancara dengan N Mandra, 20014 di Kamasan).

Artinya, modernisasi yang terjadi di Bali berinteraksi dengan baik, tidak terjadi dikotomi yang begitu tajam antara tradisi dan modern, seperti dikatakan Mandra bahwa rasa tulus ikhlas pengabdian akan mendapatkan perlindungan dari *Sanghyang Widhi Wasa*. Menurut Giddens (2005), dalam tradisi sudah ada bibit-bibit modern (*ingredient*).

Dalam *Refleksivitas Modernitas* Giddens (2005: 49) menyatakan sebagai berikut.

“.....dalam budaya tradisional, masa lalu dihormati dan simbol dihargai karena berisi dan bertanggung jawab atas pengalaman berbagai generasi. Tradisi adalah cara untuk mengintegrasikan *monitoring* tindakan secara refleksif dengan penataan ruang dan waktu dalam komunitas. Giddens juga mengatakan, tradisi tidak sepenuhnya statis karena ia harus ditemukan ulang oleh setiap generasi baru ketika ia mengambil alih warisan budaya dari

pendahulunya. Tradisi tidak terlalu melawan perubahan ketika terjadi dalam konteks di mana ada beberapa pertanda temporal dan spasial yang terpisah dengan catatan perubahan itu bisa memiliki bentuk yang bermakna” (Giddens, 2005: 49).

Sesuai dengan pandangan Giddens, tradisi bersifat statis tidak selamanya kaku, tetapi sangat dinamis, berkembang sesuai dengan masanya. Bahkan pada tataran tertentu dapat menciptakan makna baru. Kedinamisan karya-karya tradisi sudah ditunjukkan pada lukisan dengan judul “*pemurtian*” yang dilukis Mondara pada tahun 1686 dan duplikasi oleh Mangku Wayan Muliarsa tahun 2014. Kedua karya tersebut sama-sama memiliki identitas yang ditampilkan dalam situasi yang berbeda. Mc Kean (1973: 8) dalam Picard (2006: 172--177) mengatakan Bali sangat kaya akan seni dan budaya tetapi sangat miskin dari sisi ekonomi. Agar orang-orang Bali tidak hanya menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian sudah saatnya melirik sektor pariwisata sebagai pasar global. Dalam “Involusi Budaya” Kean (1973) juga mengatakan bahwa kalau keterampilan *sanggih* hanya dimanfaatkan untuk *ngayah* tidak memperhatikan tingkat kesejahteraan hidup, muncul kekhawatiran SLWK semakin ditinggalkan oleh masyarakat pendukungnya. Kekhawatiran yang sama juga pernah terjadi ketika perempuan tidak diperkenankan mengambil pekerjaan sebagai pelukis. Dengan masuknya modernisasi kebiasaan-kebiasaan itu dibongkar dengan melibatkan perempuan pada setiap kegiatan.

Keterlibatan pelukis perempuan dalam setiap kegiatan merupakan tanda berakhirnya dominasi laki-laki dalam aktivitas melukis di Desa Kamasan. Di samping itu juga terjadi kesetaraan *gender* dalam profesi melukis. Implikasinya SLWK berkembang sangat cepat disertai

dengan munculnya pelukis-pelukis perempuan, seperti Ni Srengkog, Ni Tangkid, Suciarmi, Normi, Muriari, dan Sriwedari. Pelukis tersebut merupakan pendobrak tradisi lama yang tidak memperbolehkan seorang perempuan untuk mengambil pekerjaan melukis. Secara tradisi di Desa Kamasan orang yang dapat dikatakan sebagai *sanging*/pelukis apabila sudah bisa membuat sketsa. Pelukis-pelukis yang terlibat dalam pemugaran *Kertha Gosa* diberikan imbalan sebanyak *tiga puluh* sen/hari (Picard, 2006: 22). *Ida Pedande Simpar* mengatakan, uang *satu* sen saat itu sudah dapat dibelikan makanan dan minuman yang cukup mewah. Uang yang diperoleh dari komersialisasi mendorong semangat pelukis untuk bekerja lebih keras untuk menunjukkan identitas diri meskipun secara umum identitas diri pelukis Kamasan masih mengacu pada identitas kelompok.

Hadirnya pelukis-pelukis perempuan membuat perkembangan melukis menjadi sangat semarak. Pada saat itu hampir semua penduduk di Desa Kamasan terlibat dalam kegiatan melukis sehingga dikatakan sebagai masa keemasan (*golden ege*) dan sering juga disebut sebagai masa *renaissance* baru. Begitu semaraknya perkembangan aktivitas melukis menyebabkan sebagian besar penduduk Kamasan beralih profesi dari pekerjaan sebagai petani menjadi seorang pelukis karena lebih memberikan harapan secara ekonomi. Ni Made Suciarmi dapat dikatakan sebagai pelukis pelopor yang sudah dapat melukis secara mandiri dari membuat sketsa, *ngewarna*, *nyawi*, sampai pada tahap penyelesaian.

Ni Srengkog dan Ni Tangkid merupakan *dua* orang perempuan yang memiliki peranan sangat besar dalam perkembangan SLWK, khususnya dalam memperjuangkan kesetaraan *gender* dalam profesi melukis. Menurut I

Nyoman Mandra, ia sering minta bantuan pada Ni Srengkog dan Ni Tangkid untuk menjualkan lukisannya ke “Toko Indra” yang letaknya ± 100 meter di sebelah timur *Kertha Gosa*. Demikian pula dengan pesanan-pesanan lukisan dari Toko Indra untuk membuat lukisan dengan tema-tema yang sudah ditentukan oleh konsumen. Semangat ini mendorong masyarakat Kamasan mempertaruhkan hidup keluarga mereka dari profesi sebagai pelukis. Pelukis harus berani menyatakan diri hidup dari karya-karya lukisannya. Uang yang diperoleh dari menjual lukisan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dapat menyekolahkan anak ke jenjang yang lebih tinggi, memperbaiki rumah, bahkan aktivitas ritual keagamaan menjadi semakin semarak.

H. Te Flierhaar, seorang tokoh pendidik, yaitu guru HIS pada masa pemerintahan kolonial Belanda tahun 1920-an, sangat berjasa dalam mengintegrasikan pendidikan dengan memasukkan mata pelajaran menggambar wayang dalam mata pelajaran yang harus diikuti sebagai bentuk pembinaan (Flierhaar, 1941; Picard, 2004: 26). Masyarakat (*tokoh adat*) yang pintar menggambar dilibatkan dalam pendidikan untuk memberikan pelajaran menggambar wayang di sekolah pada masa pemerintahan kolonial Belanda.

Gubernur Jenderal De Jonge dalam pemerintahan kolonial Belanda menugaskan Walter Spies dan Rudulf Bonnet untuk memberikan pembinaan kepada pelukis-pelukis di Desa Kamasan untuk menghasilkan karya yang layak dikomersialkan. Dalam pembinaan Spies dan Bonnet memperkenalkan estetika modern, tentang pengungkapan ekspresi, cara-cara menstilir, cara-cara membuat komposisi, proporsi, cara memperoleh kesan harmonis, pewarnaan, dan penyajian. Identitas tradisi yang unik dan khas tetap

dipertahankan seperti perspektif hierarkis, *ngedum karang*, *molokan*, *neling*, *ngampad*, *nyepuk*, *nyoca*, *meleti*, dan *ngerus* tetap dipertahankan sebagai identitas.

Pelukis didorong untuk dapat mengekspresikan perasaannya ke dalam karya-karya lukisan dengan permainan intuisi berupa daya khayal sehingga menghasilkan karya-karya yang mencerminkan kepribadian. Karya-karya yang mencerminkan kepribadian mampu mengomunikasikan perasaan pelukis melalui karya-karyanya. Pelukis juga didorong untuk berani mengeksplorasi objek menjadi olahan-olahan bentuk melalui permainan stilirisasi dan distorsi sehingga melahirkan proporsi *rentet*, *nyepuk*, dan *lanjar*. Warna tradisi sangat dop, kurang terang, sehingga tidak dapat menghasilkan lukisan yang maksimal. Untuk menghasilkan karya maksimal didatangkan beberapa warna sebagai pengganti warna-warna tradisi yang sudah ada sebelumnya, seperti warna *kencu* (warna merah) untuk mengganti *geluga* yang warna merahnya sangat redup, *atal* (warna kuning), *perada gede* (warna emas), tinta cina (warna hitam) pengganti jelaga, dan *ancur* sebagai perekat. Untuk selanjutnya semua warna tersebut diintegrasikan dengan warna tradisi yang sudah ada sebelumnya.

Untuk memenuhi kepentingan komersial dalam penyajian lukisan diperkenalkan spantram dan bingkai. Spantram berfungsi untuk mengencangkan lukisan, sedangkan bingkai dapat memperindah tampilan. Lukisan yang sudah jadi tidak baik disimpan dalam posisi digulung karena dapat merusak warna-warna lukisan yang menempel antara sesama permukaan ketika dalam posisi digulung. Lukisan yang digulung sangat rawaan dimakan *nget-nget* (rayap), apalagi disimpan di tempat yang kotor dan tidak

terawat. Lukisan yang disajikan dengan menggunakan spantram dan bingkai dapat meningkatkan nilai estetika, nilai jual, dan nilai tukar.

Produk-produk yang dihasilkan dari pembinaan diberikan ruang untuk dipamerkan dan diikutsertakan dalam aktivitas berupa kegiatan-kegiatan lomba-lomba melukis yang dilakukan di tingkat Kabupaten, Propensi, Nasional dan Internasional. Untuk mempermudah komunikasi dan koordinasi dibentuk organisasi tempat para seniman berkumpul yang bernama “*Pitamaha*” tahun 1930 yang berarti “vitalitas luar biasa” atau “tekad kuat” (Gouda, 1995: 235--237). Tiap-tiap wilayah dikoordinasikan oleh seorang pelukis. Koordinator Badung ditunjuk Deblog, koordinator Padangtegal ditunjuk A.A Gede Sobrat, koordinator Pengosekan ditunjuk Dewa Made Kobot, koordinator Peliatan ditunjuk I B Made Poleng, sedangkan untuk koordinator Kamasan ditunjuk I Wayan Seken/Pan Sumari. *Pitamaha* didirikan sebagai tempat para seniman berkumpul untuk berkomunikasi dan mendorong seniman lokal untuk berkreasi. *Pitamaha* juga ikut membantu memasarkan karya-karya pelukis lokal dengan menggandeng biro perjalanan wisata dan jasa pelayaran KPM. Untuk menunjukkan keseriusan kolonial Belanda dalam merevitalisasi SLWK *dua* anak perempuan Gubernur Jenderal De Jonge ikut dilibatkan dalam pameran yang dilakukan di Semarang sebagai pusat pemerintahan dan pemberdayaan perempuan sebagai bentuk kesetaraan *gendre*.

Secara khusus Belanda juga pernah memamerkan SLWK di Prancis dengan tajuk “Pameran Kolonial” (*Exposition Colonial*) tahun 1931 dalam satu anjungan yang dibuat sangat khusus. Dalam pameran tersebut disertakan

lukisan wayang Kamasan dan tersedia informasi-informasi pariwisata yang bermutu tentang masyarakat Bali sehingga banyak wisatawan yang datang ke Bali setelah mengunjungi pameran tersebut. Sayangnya anjungan yang sangat khusus dibuat untuk promosi wisata Bali terbakar (Gouda,1995: 363).

Karya-karya binaan Walter Spies dan R. Bonnet selain dipamerkan dan dilombakan juga disalurkan melalui komersialisasi dengan meminta bantuan Han Neuhaus dan Rolf Neuhaus (kembar) bersaudara yang lebih dikenal dengan “*Mr. Be*” berkebangsaan Jerman untuk membuka salah satu cabang *Gallery* di Bali yang berlokasi di Pantai Sindu Sanur. Sekarang lokasinya disekitar Hotel Segara *Village*, Sanur, Bali (Setem, 2003: 56--57). Neuhaus bersaudara tinggal dan membuka bisnis berupa *Gallery* di Pantai Sindu, Sanur dengan barang dagangan berupa keramik, *togog* (patung), dan lukisan.

Karya lukisan yang dipasarkan di Sanur di *Gallery* “*Mr.Be*” dibeli sangat murah, yaitu 20-30 sen. *Mr.Be*, bekerja sama dengan KPM dan menghubungi Bali Hotel sebagai penginapan terbesar saat itu. Pelukis sangat senang karya-karya mereka dapat diperjualbelikan. Karya yang dibeli sangat murah dijual dengan harga murah kepada wisatawan ternyata tidak ada yang mau membeli mengakibatkan Neuhaus frustrasi dan tidak mau menjual lukisan. Dalam kondisi frustrasi dan panik dia menganggap sudah tidak ada harapan untuk menjual barang seni, harga lukisan dinaikkan menjadi harga yang wajar dipasarkan dengan pendekatan profesional, ternyata bisnisnya menjadi sangat lancar. Karya-karya yang awalnya tidak laku diborong habis oleh wisatawan saat itu sehingga menambah semangat Neuhaus bersaudara untuk berburu lukisan. Menurut

Pedanda Simpar (dalam Setem, 2003: 57), harga lukisan yang dibeli sekitar 20--30 sen, lalu dijual kembali dengan 40 sen oleh *Mr Be*. Uang *satu* sen sudah cukup bagi orang miskin untuk makan dan minum.

Pada tahun 1946 seorang warga Belanda bernama Koopman mendirikan *Gallery* di Sindu, Sanur. Hal itu merupakan angin segar bagi para pelukis untuk berkarya kembali karena *Gallery* ini dapat memasarkan karya-karya mereka. Pada tahun 1948 tempat Neuhaus dibeli oleh Thomas Cook dari Surabaya yang bekerja sebagai biro perjalanan wisata. Selanjutnya, didirikan *Gallery* sekaligus sebagai tempat hunian. Berdirinya *Gallery* ini dapat menyalurkan karya-karya seniman lebih banyak lagi sehingga menyulut minat pelukis untuk bekerja lebih keras untuk menghasilkan karya-karya terbaik.

Arus kunjungan pariwisata ke Bali terus meningkat setelah Hotel Bali Beach di Sanur (sekarang *Inna Bali Beach*) berdiri tahun 1966. Selain itu, diresmikannya *Airport* Ngurah Rai, Tuban 1976 menyebabkan *Gallery*, *artshop*, toko seni, yang menjual lukisan tumbuh dan berkembang sangat pesat. Donal Freied (Tuan Tonal) seniman asal Australia membuat tempat tinggal di Batu Jimbar Sanur tahun 1968. Tempat ini berkembang menjadi pusat seni dan *gallery* untuk menjual karya-karya lukisan. Setelah Donald Friend meninggal tempat ini dibeli oleh Wija Wawuruntu. Selanjutnya direstorasi menjadi *Tanjung Sari Cottages* yang didalamnya terdapat *Gallery*. Semakin berkembangnya pariwisata menyebabkan muncul *Gallery-gallery* di Sanur, seperti Gabrig, Darga, Swardana, Restro, Rareangon, Puri Santrian. Di Ubud muncul *Gallery* Pande Suteja Neka *Gallery* (1966), Rudana (1974), Anak Agung Rai, Barwa. Semua *Gallery* tersebut menjual produk-produk lukisan wayang Kamasan.

Sebagai Identitas Diri Prinsip yang Berkelanjutan

Seni lukis wayang Kamasan (SLWK) diklaim sebagai karya kolektif dan kumunal yang memiliki identitas sangat khas dan unik. Di samping itu, juga sangat kuat terikat oleh *pakem*, norma, dan ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Kumbara (2004: 37) dalam *Pergulatan Elite Lokal Representasi Relasi Kuasa dan Identitas* mengatakan bahwa identitas dibedakan menjadi *dua* yaitu, identitas individu dan identitas kelompok. Untuk menunjukkan identitas diri setiap pelukis didorong bekerja secara maksimal sehingga dapat menghasilkan karya-karya yang layak dikomersialkan. Secara umum identitas lukisan yang berkembang di Desa Kamasan masih mengacu pada identitas yang bersifat kolektif dan komunal.

Mencermati identitas SLWK yang berkembang di Desa Kamasan, Nengah Muriati dan Wayan Sriwedari dalam wawancara terpisah mengatakan seperti di bawah ini.

“.....identitas seni lukis wayang Kamasan (SLWK) dapat dikelompokkan menjadi *tiga*, yaitu (1) identitasnya Mangku Mura, (2) identitas Nyoman Mandra, dan (3) identitas seni lukis pasar, tetapi secara umum identitas tersebut masih mengacu pada identitas kelompok yaitu SLWK yang diwariskan oleh leluhurnya yang bernama Gede Modara (Wawancara dengan Nengah Muriati dan Wayan Sriwedari, 2013 di Desa Kamasan).

Seperti dikatakan oleh Muriati bahwa identitas pelukis Kamasan masih mengacu pada identitas kelompok (SLWK) yang diwarisi secara turun-temurun. Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Sriwedari bahwa kebiasaan-kebiasaan melukis selain terjadi secara turun-temurun juga diajarkan baik dalam pendidikan formal di sekolah-sekolah maupun nonformal yang dididik di sanggarnya, yaitu “Sanggar Melukis Tradisional Wayang Gaya Kamasan”.

Sebagai bentuk kesadaran kritis Bupati Klungkung Nyoman Suwirta membangkitkan semangat keperdulian dari pelukis Kamasan untuk lebih menyemarakkan Desa Wisata Kamasan dari Kertha Gosa. Pada tahun 2015 dibentuk kelompok pelukis yang bernama “*Sekar Arum*” yang diketuai oleh I Komang Arcana. Tujuan dibentuknya kelompok pelukis ini adalah untuk dapat menunjukkan eksistensi SLWK yang layak dijual sebagai atraksi wisata. Dengan melakukan kegiatan demonstrasi melukis di Balai Kambang yang dilakukan secara bergilir pelukis dapat menunjukkan bahwa SLWK masih eksis ditengah-tengah masyarakat pendukungnya. Setiap hari Minggu pelukis yang terdaftar dalam kelompok *Sekar Arum* dapat mendemonstrasikan kebolehannya melukis sambil mempromosikan produk-produknya kepada wisatawan yang berkunjung ke *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang*.

Pelukis-pelukis yang bergabung dalam kelompok ini, yaitu Nyoman Kondra, Mangku Muriati, I Wayan Puspa, I Wayan Suartana, Ketut Mandra, I Komang Arcana, Wayan Tarca, Made Diarta, Mangku Wayan Muliarsa, Nyoman Widiarti, Nyoman Arnawa, Nyoman Mastra, Wayan Sueca, Wayan Yudara, Komang Adi Prabawa, Kadek Nata, Made Darmanta, Made Gita, Mangku Gina, Made Sesangka Puji Laksana, Made Puspa, Ketut Suwendra, Made Suparta, Wayan Jiwa, Made Ripta, Ketut Sukanta, Made Suantara, made Sukanta, Pande Sumantra, Ni wayan Wali. Pelukis-pelukis yang terlibat dalam kelompok *Sekar Arum* sebagian besar berasal dari Banjar Sangging, Banjar Pande Mas, Banjar Pande, dan Banjar Siku.

Pada era postmodern pelukis didorong untuk menunjukkan identitas diri sehingga menghasilkan karya-karya maksimal melalui narasi-narasi baru, berupa

tambahan, sisipan yang mencerminkan kebaruan. Menurut *kedua* pelukis perempuan tersebut sampai saat ini di Desa Kamasan berkembang *tiga* gaya lukisan yang memiliki identitas menonjol dan memiliki pengikut-pengikutnya yaitu; identitas Mangku Mura, identitas Nyoman Mandra, dan identitas lukisan pasar.

Gaya Lukisan Mangku Mura

Mangku Mura pengikut-pengikutnya berasal dari Banjar Siku. Pengikut-pengikutnya berasal dari lingkungan keluarga sendiri. Menurut Muriati, Mangku Mura sangat percaya terhadap suratan takdir, baginya ia percaya bahwa melukis merupakan anugrah yang turun dari atas harus dilakoni. Oleh karenanya ia tidak pernah mengajarkan orang-orang melukis atau menyiapkan kader-kader pengganti. Termasuk dari lingkungan keluarganya sendiri.

Identitas gaya lukisan Mangku Mura dapat dilihat dari sketsa-sketsanya yang sangat tegas, linier dengan tampilan garis memiliki ritme yang menyatu dengan bentuk lukisan. Tarikan garis yang berkesinambungan tidak terputus-putus mencerminkan napas yang dilekatkan pada sketsanya sehingga membuat seolah-olah sketsa itu hidup dan memiliki karakter yang kuat. Garis-garis yang tersusun menyatu dengan cerita dan tema-tema lukisan. Pendukung gaya lukisan Mangku Mura kini seolah-olah menurun pada anaknya Nyoman Kondra dan cucunya Widiadnya yang sedang menempa kuliah di FSRD, Seni Murni, Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar (lihat gambar 5.4).



Gambar 5.4 Gaya Lukisan Mangku Mura Dokumen: I Wayan
Mudana, 2014

Apalagi ketika melukiskan sosok raksasa atau tokoh-tokoh yang berkarakter *aeng* atau menyeramkan. Tema-tema lukisan kesukaannya adalah suasana peperangan yang diangkat dari cerita pewayangan yang menampilkan adegan kolosal terutama menampilkan tokoh-tokoh raksasa yang banyak sehingga pembagian ruang dan bidang lukisan terkesan padat mengingatkan pada pembagian ruang pada seni lukis Batuan. Untuk menunjang karakter lukisan, Mura menggunakan warna Bali yang lebih didominasi oleh warna oker (*warna pere*), merah (*kencu*) dan ditunjang dengan warna *blau*. Sebagaimana penuturan Mura semasa hidup kepada anak-anaknya, yaitu Muriati dan Darmi ketika membeli batu *pere* sangat banyak (*akampil*) dari orang Serangan dan warna *atal*, *kencu* di toko warna di Denpasar ia mengatakan seperti di bawah ini.

“.....*yi pang nawang, ne warna bin pidan anak lakar keweh ngalih melahan jani tambunan....*”, artinya anda (sebutan untuk anak perempuan) harus tau, nanti warna ini sangat sulit untuk mendapatkan sebaiknya sekarang dikumpulkan (Wawancara dengan Darmi dan Muriati, 2014 di Banjar Siku Kamasan).

Sadar akan bahan-bahan warna yang diperoleh dari alam akan sulit diperoleh maka Mangku Mura sedari awal menimbun bahan-bahan tersebut di rumahnya sehingga diwarisi sampai sekarang. Mura juga sangat piawai dalam membuat karakter punakawan, seperti *Sangut, Delem, Wredah* dan *Twalen*. Menurut Nurdjanti (2006), karakter punakawan ini dulu dilekatkan pada Ketut Kute/Ketut Lui yang dilanjutkan pada muridnya Ngales. Menurut Muriati (anaknyanya) Mura selain belajar melukis pada Ketut Lui (melalui karya-karyanya) juga belajar pada Kayun, Ngales, Lenged, dan Dogol. Oleh sebab itu, kelima tokoh *sangging* tersebut dianggap sebagai gurunya yang dijadikan panutan dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai pelukis. Mura dapat mewarisi keterampilan yang dimiliki oleh Lui dan Ngales dalam membuat karakter *raksasa*, dan punakawan, seperti *Sangut, Delem, Wredah* dan *Twalen*. Mura tidak pernah mengajarkan ilmu yang dimiliki secara khusus kepada anak-anaknya maupun kepada orang lain karena ia sangat memercayai garis keturunan atau takdir..

Rupanya kepercayaan terhadap suratan takdir mengantarkan semua anak-anaknya menjadi pengikut-pengikutnya sebagai pelukis, seperti I Nyoman Kondra, Nengah Muriati, Darmi, dan Widiadnyana. Stail lukisan putra dan putrinya mirip dengan karya-karya Mangku Mura, mungkin ini yang disebut sebagai suratan takdir yang terjadi secara turun-temurun.

Gaya Lukisan Nyoman Mandra

Mandra pengikutnya sangat banyak hampir berasal dari seluruh Desa Kamasan. Identitas gaya lukisan Nyoman sering dijadikan rujukan oleh pengikut-pengikutnya. Pelukis Mandra sangat disegani di Desa Kamasan atas karya-karya serta kemurahan hatinya untuk berbagi ilmu melukis tradisional wayang Kamasan dengan masyarakat dan lingkungan Mandra (lihat gambar 5.5)



Gambar 5.5 “Pemutaran Gunung Mandara Gaya Lukisan I Nyoman Mandra. Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Sejak kecil Mandra memiliki kegemaran menggambar untuk menyalurkan bakatnya. Ia belajar melukis pada Dogol (pamannya). Ayah Dogol bernama Sambug salah satu *sangging* seangkatan dengan Liya dan Lui. Tampaknya secara garis keturunan Mandra dilahirkan dari keluarga *sangging*/seniman. Sketsa-sketsa lukisan Mandra sangat

linier, mengalir seperti susunan cerita yang tidak putus-putus. Setiap garis yang dituangkan dalam sketsa mencerminkan napas yang meninggalkan jejak-jejak estetis. Garis-garisnya sangat halus, rapi, tertata sangat rapi dari rancang bangun/*molokan*, detail/*ngereka* sehingga garis-garis Nyoman Mandra layak dikatakan sempurna. pada usia senjanya kini Mandra masih mampu menggerakkan garis-garis yang sempurna menjadi bentuk-bentuk sketsa lukisan. Oleh sebab itu di kalangan anak didiknya ia disebut “maestro”.

Keharmonisan lukisan Mandra selain dapat dilihat dari sketsa-sketsanya juga dapat dilihat dari pembagian ruang yang berhubungan dengan komposisi dan proporsi. Bidang lukisan tidak harus dipenuhi dengan objek tetapi harus diberikan ruang untuk penekanan objek pada bidang. Dalam permainan ruang tidak jarang Mandra membuat *satu* figur wayang dalam satu bidang. Lukisan Mandra lebih banyak mengangkat tema *pegundeman* (sidang) yang diangkat dari cerita pewayangan. Sedangkan untuk pewarnaan Mandra mempercayakan pada kakak tertuanya Ni Tanjung yang sering disebut “empu warna” di Kamasan. Campuran warna Balinya sangat pas bila dikaitkan dengan karakter warna. Demikian juga warna yang menghias kain, *awun-awun*, *batuan*, *tumbuhan*, atau bidang-bidang penunjang lainnya. Perpaduan warna yang ditampilkan ketika membuat *sigar warna* pada hiasan kain atau pada bidang-bidang yang bersifat khusus sangat harmonis, tersusun rapi, sangat mengundang daya tarik.

Lukisan Nyoman Mandra memberikan inspirasi pada generasi muda pada saat itu untuk mau belajar melukis. Mandra merupakan pelukis yang visioner, sangat peduli terhadap kelestarian lukisan tradisional wayang gaya

Kamasan. Ia sangat khawatir terhadap ditinggalkannya keterampilan melukis oleh generasi-generasi penerusnya. Untuk menunjukkan dedikasinya pada 1971 ia mendirikan sanggar “Lukisan Tradisional Wayang Gaya Kamasan” sekaligus mengabdikan dirinya untuk membina generasi muda belajar melukis. Keinginannya untuk melestarikan SLWK mendapatkan respons dari berbagai kalangan, seperti Nyoman Tusan sebagai Dirjen Pendidikan dan Kebudayaan sekaligus sebagai seniman dan I Made Kanta sebagai budayawan anak maestro I Wayan Kayun pelukis tradisional wayang gaya Kamasan.

Pada angkatan *pertama* tahun 1971, yang mengikuti pelatihan di “Sanggar Melukis Tradisional Wayang Kamasan” berjumlah *sebelas* orang, terdiri atas (1) Made Gelgel, (2) Luh Manik Wiriyati, (3) Wayan Tumpek, (4) Komang Murdita, (5) Kadek Nata, (6) Made Puspa, (7) Komang Suardana, (8) Wayan Suardana Asta, (9) Kadek Diarta, (10) Muliarsa, dan (11) Suparta. Sedangkan angkatan *kedua* tahun 1972 berjumlah *dua belas* orang, terdiri atas (1) Komang Ayu Dastri Rahini, (2) Wayan Muliarsa, (3) Wayan Kariyana, (4) Ketut Suwendra, (5) Made Sukanta, (6) Kt Sukanta, (7) Wayan Puspa, (8) Komang Arcana, (9) Kadek Darmanta, (10) Ketut Suastika, (11) Pande Sumantra, dan (12) Sri wedari.

Tidak semua yang mengikuti pelatihan melukis di sanggar Mandra melanjutkan keterampilannya sebagai pelukis, tetapi ada yang menjadi tukang bangunan, pegawai negeri, polisi, dan pedagang. Memang sebagian besar pelukis di Desa Kamasan pernah menjadi muridnya. Tahun 1999 Nyoman Gunarsa seorang pelukis modern senior di Klungkung juga terpanggil untuk melestarikan warisan budaya adiluhung yang dimiliki Bali. Keinginan ini diwujudkan dengan mendirikan “Museum Lukisan Seni

Klasik Bali” di Desa Banda Klungkung yang secara khusus menyelamatkan karya-karya adiluhung lukisan tradisional gaya Kamasan. Di sela-sela kesibukannya menjadi guru di sekolah dilingkungan Kabupaten Klungkung yang mengajar muatan warna lokal melukis wayang Kamasan juga membantu orang tuanya (Mandra) untuk mengajar anak-anak di sanggar mengajar melukis tradisional wayang gaya Kamasan (Wawancara dengan Sriwedari, 2014 di Kamasan).

Sampai sekarang dalam usianya yang sudah tergolong tua dengan kondisi sakit-sakitan Mandra selalu menyediakan waktu untuk mengajari anak-anak asuhnya melukis. Pande Sumantra salah seorang anak didiknya dari generasi ke-2 mengatakan bahwa dari dulu sampai sekarang Mandra tetap khawatir terhadap siapa yang akan menjadi penerus mendidik anak-anak yang belajar di sanggar.

Gaya Lukisan Pasar

Gaya lukisan pasar diikuti oleh pelukis-pelukis yang terpinggirkan. Mereka tidak memiliki nasib yang baik sehingga harus menerima *order-order* dari pengelola industri untuk memproduksi *order-order* dari pasar. Konotasi dari pendukung gaya lukisan pasar adalah pelukis yang kurang beruntung sehingga masih bergulat dengan keterbelakangan dari sisi ekonomi. Untuk itu pelukis pasar harus mau menerima order-order dari kaum kapitalisme. Identitas lukisan pasar dikalangan masyarakat kebanyakan konotasi lukisan pasar sering diartikan sebagai karya-karya yang bermutu rendah, duplikasi, mendaur-ulang, meniru, dan bersifat hafal-hafalan, disajikan dengan ditumpuk sebagaimana layaknya barang komoditas yang menunggu pembeli di pasar (lihat gambar 5.6).



Gambar 5.6 “Gaya Lukisan Pasar” Produk Pencitraan SLWK
Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Padahal sesungguhnya lukisan pasar bersifat dinamis dapat mengikuti situasi yang ada. Ni Made Suciarmi seorang pelukis wanita senior di Desa Kamasan mengatakan bahwa produksi lukisan wayang Kamasan sekarang dibuat dengan cara menghafal, *mecepat-cepetan*, *meenggal-enggalan*, dilakukan melalui pengulangan-pengulangan sehingga menjadi hafal. Tujuan dari melukis hafal-hafalan adalah untuk memenuhi target-target dan mendapatkan upah yang lebih besar.

Praktik melukis hafal-hafalan, *meenggal-enggalan* merupakan ciri dari produk pasar untuk memperoleh target sehingga memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Produksi dan reproduksi lukisan Mandra dan Mangku Mura menghasilkan produk dan barang kerajinan berupa lukisan Mandra-Mandra-an, dan lukisan Mangku Mura-Mangku

Muraan. Praktik melukis secara hafalan mencerminkan karya tidak serius, tidak memiliki aura karena hanya mengejar target-target berdasarkan standar-standar upah yang sudah ditetapkan.

Kreativitas Melukis sebagai Langkah Menuju Kesejahteraan

Semakin meningkatnya kunjungan wisatawan disertai dengan permintaan terhadap produk-produk *souvenir* SLWK direvitalisasi menjadi produk kreatif melalui pemberdayaan dan pembinaan terhadap pelukis dan perajin di Desa Kamasan bekerjasama dengan Dinas Perindustrian, Dekranasda, dan perguruan tinggi yang berada di Bali maupun di luar Bali. Pelukis didorong untuk merevitalisasi SLWK menjadi produk industri baru tanpa menghilangkan identitas tradisi dan mendatangkan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat Desa Kamasan. Produk-produk baru yang dihasilkan dari revitalisasi secara rutin dipamerkan, semenjak Pesta Kesenian Bali (PKB) I yang diadakan tahun 1979 sampai dengan PKB XXVII 2015 di Taman Budaya (*art centre*).

Jenis-jenis produk yang dipamerkan oleh Kabupaten Klungkung, adalah kerajinan tenunan, kerajinan logam dan kerajinan lukisan wayang Kamasan. Pangdjaya sebagai Sekretaris Daerah Bali tahun 1979 mengatakan bahwa kegiatan PKB berupa pawai, pameran, pertunjukan, lomba, dan diskusi sastra (Picard, 2006: 253). Di pihak lain Ida Bagus Mantra (1978) dalam “Strategi Kebudayaan” mengatakan bahwa karya-karya inovasi dan kreativitas mendapatkan sambutan sangat antusias dari masyarakat karena dapat meningkatkan kesejahteraan. Picard (2006: 252) juga mengatakan produksi yang didistribusikan di pasar bersifat *touristict*. Karya-karya *touristict* lebih menonjolkan

budaya pamer dan pertimbangan ekonomi. Budaya pamer industri budaya mencerminkan karya industri kreatif yang menonjolkan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan produk-produk baru.

Mangu Gina seorang pelukis tradisi wayang Kamasan yang sering memproduksi lukisan pasar di Desa Kamasan mengatakan sebagai berikut.

“.....hikmah di balik kejadian “Bom Bali I” dapat memacu semangat pelukis untuk menciptakan produk *souvenir*. Produk *souvenir* dijual kepada *tourist*, baik langsung maupun melalui *order-order*. Karena bentuknya kecil-kecil harganya pun kecil sehingga produk ini tidak dilirik sebelumnya.....tetapi produk ini dapat dikerjakan oleh orang banyak...dapat melibatkan ibu-ibu rumah tangga di sela-sela kesibukannya” (Wawancara dengan Mangu Gina, 2014 di Desa Kamasan).

Menurut penuturan Mangu Gina bahwa eksistensi lukisan pasar berkembang sangat pesat semenjak peristiwa “Bom Bali 1” 2 Oktober 2002 yang terjadi di *Cafe Padis* dan *Sari Club* Kuta yang dikenal dengan “Oktober Hitam”. Pada waktu itu penjualan produk seni menjadi macet total. Bali di *travel warning* karena dipandang tidak aman dan nyaman sehingga serta merta pesanan untuk berlibur dibatalkan ironisnya, wisatawan yang sedang berliburpun memperpendek masa berliburnya. Hunian Hotel menurun derastis berhimpas secara langsung pada seniman, pelukis, perajin, pedagang, bahkan petani juga kena imbas. Dari kalangan pengelola elite pariwisata sampai dengan para petani yang berada di desa jauh dari Kuta juga terkena imbas. Dengan kata lain pasar sedang mendapat cobaan berat.

Toko-toko disepanjang Br Sanging dan Br Pande, yang biasanya menjual lukisan, *souvenir* dan barang-barang

kerajinan semuanya bangkrut karena tidak ada pembeli tidak ada wisatawan yang jalan-jalan. *Artshop-artshop* di Kuta, Ubud, Sanur, dan Nusa Dua semuanya sepi pembeli. Implikasinya produk yang dihasilkan pelukis tidak dapat dijual di pasar. Banyak Hotel sudah tutup, *arshop-arshop*, toko-toko seni, *Gallery* sudah memulangkan karyawannya lebih awal. Terjadi pemutusan hubungan kerja terus berlanjut sehingga terjadi pengangguran meningkat tajam. Sementara pasar tradisi dan pasar modern berada pada kondisi antara hidup dan mati. Pada saat itu hampir sebagian besar pelukis di Desa Kamasan sudah beralih profesi untuk mengambil pekerjaan apa saja, seperti membuat bokor, mengecat dulang, tukang bangunan, buruh bangunan, menjadi bengkel bahkan kembali menjadi petani.

Dalam kondisi panik dan pasrah pelukis yang terbiasa melayani kaum elite harus berani mencoba melukis diatas benda-benda apa saja, seperti produk *souvenir*, kerajinan yang terbuat dari anyaman bambu, kipas, labu, batok kelapa, kerajinan bubutan kayu, produk yang biasa dijumpai di pasar dihias dengan lukisan wayang kemudian dijual di pasar. Kadek Diarta melukis payung, Arnawa melukis telur dari kayu, Swita melukis bumbung, I Made Budiarta dan Puspa melukis telur, Sondra membuat map, dompet, dan wayang, Pande Sumantra membuat kipas. Produk *souvenir* dan kerajinan inilah yang menyelamatkan eksistensi pelukis di Desa Kamasan hingga sampai sekarang. Oleh sebab itu, kalau sekarang kita berkunjung ke rumah pelukis elite Desa Kamasan dirumahnya selalu ada produk-produk massa yang siap dijual di pasar untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (Wawancara dengan Kadek Nata dan Wayan Puspa, di Desa Kamasan Tahun 2014).

Produk *touristict* secara luas memengaruhi struktur komoditas sebagai topeng/kedok untuk mendapatkan keuntungan berupa uang. Dalam masyarakat kapitalis sering disebut masyarakat berdimensi satu karena diarahkan untuk kepentingan satu tujuan, yaitu kepentingan ekonomi. Selain itu eksistensi produk kreatif lebih mengutamakan nilai tukar daripada nilai seni. Menurut Lukacs dalam Kurniawan (1999: 71), dalam masyarakat kapital (postmodern) senipun telah direduksi sedemikian rupa hingga menjadi komoditas. Seni diperjualbelikan dan keindahan diukur dengan uang. Begitu pula Marx dalam Eagleton (2002: 131) menyatakan bahwa, dalam masyarakat kapitalis seni diubah menjadi komoditas dan diselubungi ideologi (Steger, 2005) atau Maguire (2004) sistem ekonomi kapitalis berdasarkan ideologi pasar dan disebut dengan istilah “agama pasar”. Oleh sebab itu, produk yang dihasilkan industri pasar sangat bersifat *touristict*, yaitu lebih mempertimbangkan produksi yang dapat memenuhi kepuasan pariwisata dengan mengesampingkan idealisme tradisi melalui pencitraan.

Produk-produk kreatif yang sifatnya meniru, mendaur-ulang, duplikasi atau hafal-hafalan disebut idealisme semu, palsu atau seni rendah. Selain itu sering juga disebut sebagai seni sampah atau *kitsch*. Gillo Dorfles menolak *kitsch* sebagai selera rendahan karena mempunyai sistem sendiri di luar sistem seni. Di pihak lain Baudrillard mendefinisikan *kisch* sebagai *pseudo*-objek (Piliang, 2003: 194).

Derajat perubahan produk pasar sangat luas, menurut Gede Wedaswara (1972) pemilik *Swar Gallery* mengatakan, sebagai berikut.

“.....produk pasar tidak hanya dapat dinikmati dari kalangan ekonomi kelas atas saja, tetapi juga dapat dinikmati oleh semua kalangan baik dari kalangan kelas menengah maupun kelas bawah. Produksi pasar tidak berhubungan langsung dengan baik dan buruk, tetapi berhubungan dengan kemampuan pembeli untuk membayar. Kalau pembeli menginginkan produk yang baik, pembeli harus mampu mengeluarkan biaya yang besar..... produk-produk pasar sangat kreatif, fleksibel, dinamis dan dapat mengikuti perkembangan pasar. Untuk memperoleh produk-produk pasar dapat dilakukan dengan membeli secara langsung (*disorder*) atau dengan cara memesan (*order*) terlebih dahulu (Wawancara dengan Gede Wedaswara, 2014 di Banjar Sangging, Kamasan).

Pendapat yang sama juga dikatakan oleh Kadek Merdah (1973) pemilik *Cempaka Gallery*, mengatakan bisnisnya di bidang *souvenir* dengan identitas wayang Kamasan tidak diduga sebelumnya. Pada awalnya ia menekuni pekerjaan membuat *bokor*. Sambil menjajakan barang-barang bokor, ia juga menjual produk-produk lukisan kecil-kecil yang dibeli dari perajin untuk ditawarkan pada *artshop-artshop* yang ada di Ubud, Sanur, Kuta, dan Nusa Dua. Akibat kerja kerasnya ia mendapatkan *order-order* yang besar sehingga dapat mempekerjakan sejumlah \pm dua puluh lima orang perajin. Pendapatan seorang perajin dapat mengantongi upah berkisar antara Rp 75.000,00 - Rp 100.000,00/hari. Pendapatan sebanyak itu cukup untuk meringankan kebutuhan keluarga sehari-hari.

Produk yang diproduksi oleh *Swar Gallery* maupun *Cempaka Gallery*, berupa lukisan, kerajinan anyaman bambu, kerajinan batok kelapa, kerajinan dari kayu yang dibubut, atau benda *souvenir* yang biasa ditemukan ditengah-tengah masyarakat. Pada dasarnya hampir semua produk dapat diproduksi menjadi *souvenir* atau barang

kerajinan sepanjang ada *order* dan kecocokan harga. Produk-produk kerajinan tersebut diinovasi hingga menjadi produk kreatif yang memiliki identitas yang sangat khas dan unik.

Untuk memproduksi *order-order* pasar yang mencerminkan kebaruan diperlukan permodalan yang besar. Semenjak tahun 2011 pihak BNI 46 memberikan dukungan berupa permodalan dengan bunga yang sangat rendah kepada pelukis dan pebisnis untuk mendorong peningkatan produksi dan reproduksi. Implikasi peningkatan produksi dan reproduksi dalam industri kreatif dapat memunculkan kelompok-kelompok usaha dagang (UD), industri rumah tangga (IRT), usaha karya mandiri (UKM) (Wawancara dengan Made Kamajaya, Kadis Perindustrian dan Industri Kecil Pemda Klungkung, 2014 di Klungkung). Kamajaya juga mengatakan bahwa pemerintah selalu mengikutsertakan SLWK dalam promosi dagang dan pameran sebagai upaya untuk memperkenalkan produk industri budaya yang memiliki identitas sangat khas dan unik dari Pemda Klungkung. Produk industri ini juga ditawarkan sebagai sarana pelengkap perhotelan, perkantoran, dan rumah pribadi. Untuk sarana perlengkapan perhotelan, produk kreatif dapat diwujudkan dalam bentuk peralatan seperti tempat tisu, kap lampu, dan mangkok. Lukisan juga dapat ditawarkan untuk menghias dinding bangunan.

Produk industri budaya yang didistribusikan ke pasar tidak saja dikonsumsi oleh orang-orang lokal tetapi juga dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Produk pasar sangat luas mampu melahirkan ide-ide terobosan bahkan berlebihan sehingga dapat menyentuh kebutuhan orang banyak. Produk pasar tidak saja diproduksi dalam bentuk skala besar, tetapi juga dalam bentuk skala kecil, remeh-temeh, dan

merakyat. Produk yang dibuat secara berlebih-lebihan dalam postmodern oleh Hutcheon (1992:60) disebut camp.

Bahan-bahan atau medium yang digunakan memproduksi produk kreatif yang remeh-temeh tidak terbatas pada benda-benda konvensional saja. Tetapi, juga berhubungan dengan benda-benda nonkonvensional seperti, tas, dompet, topi, lukisan telur, kipas, tempat tisu, gantungan kunci, dan bentuk-bentuk kerajinan lain. Sinarwati sebagai pengelola *artshop* di Desa Kamasan mengatakan sebagai berikut.

“..... medium yang digunakan memproduksi produk dan barang kerajinan selain diproduksi sendiri beberapa medium juga didatangkan dari daerah-daerah di sekitarnya. Seperti kipas tangan didatangkan dari Denpasar toko *Wirocana* dan *Dewi Sri* yang berlokasi di Sesetan, anyaman didatangkan dari Bangli, Payangan, batok kelapa dari Klungkung,dan kerajinan yang kebetulan ditemukan di pasar. Benda-benda tersebut kemudian dihias dengan lukisan wayang Kamasan.terkadang konsumen yang membawa benda untuk dihias dengan lukisan, seperti Dewa Bujana membawa gitarnya untuk dihias dengan lukisan wayang Kamasan. Pertimbangan yang dilakukan dalam memproduksi kerajinan dan *souvenir* yang bersifat *touristic* dalam industri kreatif berdasarkan atas pertimbangan ekonomi pasar (Wawancara dengan Pande Sumantra dan Sinarwati, 2014 di Banjar Pande Kamasan).

Sesuai dengan penuturan Sinarwati bahwa medium sangat menentukan dalam mencari ide-ide kreatif. Untuk memperoleh bahan-bahan kipas didatangkan dari toko *Wirocana* dan *Dewi Sri* yang berlokasi di Sesetan Denpasar. Bahan yang lain didatangkan dari daerah terdekat di sekitar Klungkung. John Howkins (2001) dalam “*Creative Economy How People Make Money from ideas*” mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan

kreativitas. Konsep ini dikembangkan menjadi industri kreatif oleh Ricard Florida (2001) dalam “*The Rise of Creative Class dan Citeis and the Creative Class*” mengulas status industri kreatif di masyarakat (Moelyoeno, 2010: 218). Perbedaan antara idealisme seni tinggi yang disebut budaya tinggi serta adiluhung, dengan seni rendah berorientasikan pasar hanyalah merupakan status sesuai dengan penilaian persepsi masyarakat serta jangkauan kemampuan ekonomi. Dalam menyoroti produksi lukisan pasar Strinati (2003: 69) mengatakan bahwa dalam budaya konsumen, konsolidasi fitisisme komoditas terbentuk dalam industri budaya akan terjadi standarisasi dan idealisme semu.

Marchel Duchamp seorang pelukis berkebangsaan Amerika Serikat menyoroti kreativitas pasar dengan konsep *ready mades* mengatakan hasil kreativitas yang didistribusikan di pasar seperti di bawah ini.

“Gerakan *dadaisme* awal dengan konsep “sudah jadi”(ready mades) yang tidak terkenal, kemudian dipuja-puja oleh para seniman *tran-ewan-garde* New York pada tahun 1960-an yang mengangkat gerakan ganda. *Pertama*, ada tantangan langsung terhadap karya seni, keinginan untuk meredupkan pancaran seni, menyembunyikan lingkaran cahaya tentang kekeramatannya dan menentang posisi terhormat dalam museum dan dalam lingkup akademik. *Kedua*, ada pula asumsi bahwa seni dapat terjadi di mana saja dan menjadi apa saja. Kerusakan budaya massa, turunnya nilai komoditas konsumen dapat dijadikan inspirasi untuk menghasilkan karya seni” (Fetherstone, 2001: 158).

Sebagaimana yang dikatakan Fetherstone (2001) bahwa wacana postmodern dapat memacu keragaman dan kebaruan ide secara terus-menerus tentang azas kreatif, kebebasan, demokratisasi, berekspresi, kompetisi, dan

individualisme. Kreativitas telah menggerakkan manusia melalui aneka pemecahan masalah dengan kecerdasan. Daya kreatif manusia mampu mengadakan restrukturisasi budaya dan juga melakukan evolusi dalam kebudayaan. Gerakan ganda yang dilakukan dalam konteks SLWK berupa restrukturisasi kebudayaan dengan cara merevitalisasi SLWK menjadi produk *souvenir* dan barang-barang kerajinan dengan berposisi biner dengan kaum kapitalisme.

Duchamp juga mendorong pelukis melakukan kreativitas, berinovasi untuk melahirkan karya-karya kreatif tanpa khawatir dicap melunturkan karya-karya yang sudah mapan dan turunnya nilai komoditas yang diulang-ulang serta menjadi budaya massa. Jordan, (2002) dalam Zulaikha (2008: 6) menyoroti industri kreatif terdiri atas *empat* pilar kreativitas (1) *curiosity*, (2) *open mind*, (3) *risk and*, dan (4) *energy*. Menurut pandangan Zulaikha mengatakan bahwa kreativitas didasari atas wawasan yang luas dan keterbukaan dalam menangkap fenomena-fenomena yang sedang dan akan terjadi dan berani mengambli risiko serta memiliki kemampuan modal dalam proses produksi dan reproduksi.

Sesuai dengan pemikiran Duchamp, Made Puspa seorang pelukis tradisi juga sering membuat sketsa-sketsa pasar untuk didistribusikan pada perajin Kamasan. Dirinya tidak merasa khawatir dicap sebagai melunturkan nilai-nilai tradisi sepanjang dapat membantu meringankan beban masyarakat terhadap himpitan terhadap kebutuhan ekonomi. Sebaliknya ia sangat khawatir kalau perajin tidak memiliki pekerjaan sehingga terjadi pengangguran sehingga pengerajin tidak memperoleh penghasilan tambahan. Menurut pandangan Puspa tidak semua perajin dapat membuat sketsa, tetapi orang baru dapat dikatakan sebagai pelukis bila sudah bisa membuat sketsa secara mandiri.

Produk-produk sketsa yang didistribusikan kepada perajin berupa produk industri yang diproduksi berdasarkan *order-order* pasar. Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Mangku Gina, bahwa order-order lukisan pasar selalu disertai dengan ketentuan-ketentuan dan standarisasi sesuai dengan model dan target-target yang harus dipenuhi.

Baudrillard (2004: 90) dalam “*Masyarakat Konsumsi*”, mengatakan bahwa produk pencitraan diwujudkan dengan maksud menunjukkan status/kelas melalui proses meniru dan simulasi ke arah komersialisasi. Sentuhan *pastiche* barang *souvenir* dapat menambah nilai jual di pasar karena memiliki citra seni adiluhung dan budaya tinggi (*hight culture*). Secara *pastiche* inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk-produk pasar merupakan permainan simulasi daur-ulang untuk memenuhi keinginan-keinginan konsumen berupa barang-barang *souvenir*. Produk *souvenir* yang didistribusikan di pasar menekankan pada kejadian, peristiwa, dan kenangan yang pernah dialami secara langsung. Setiap kenangan yang menyenangkan harus dibayar dengan pengeluaran untuk mendapatkan kepuasan. Produk *souvenir* kebutuhan pasar dikemas dengan *pesyen* sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan nilai jual. Inovasi dan kreativitas dalam memenuhi kebutuhan pasar dilakukan dengan menggabungkan elemen-elemen seni dan kerajinan. Sachari (2002: 32) mengatakan bahwa elemen-elemen produk *souvenir* bersifat eklektik berkaitan dengan media seni, segala sarana dapat dipadukan, segala alat dapat digunakan untuk menjadi instrumen seni dengan sumber pengambilan inspirasi mencakup bidang yang luas, yang kebanyakan dari budaya populer.

Tabel No 5.1

Produk Unggulan Kabupaten Klungkung Tahun 2014

No	Jenis Produk	Unit Usaha	Tenaga Kerja
1	Gong atau Gambelan	38	190
2	Selongsong Peluru	3	39
3	Keris	1	6
4	Perak (Bokor)	237	424
5	Kuningan (Bola Mimpi)	153	397
6	Kupas Pelapah Pisang	50	280
7	Kayu A(lat Rumah Tangga)	1	32
8	Lukisan Tradisional Kamasan	143	326
9	ATBM	142	461
10	Tenun Cagcag atau Cepuk	27	43
11	Ider-Ider	2	9
12	Payung Adat	25	78
13	Batok Kelapa	40	96
14	Kerajinan pis bolong	1	8

Data: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan
Kabupaten Klungkung, 2014

Produk-produk unggulan Kabupaten Klungkung (lihat tabel 5.1) terdapat 14 produk unggulan salah satunya berupa lukisan tradisional Kamasan yang terdiri dari 142 unit

kerja dengan menampung 326 tenaga kerja yang tersebar diseluruh Desa Kamasan. Jumlah pekerja 326 orang ini bergabung dalam 143 unit usaha yang bergerak dalam bidang-bidang berbeda tetapi saling terkait, seperti kelompok pelukis, kelompok perajin, usaha, bisnis dan pengelola *gallery* yang mampu menampung tenaga-kerja yang besar. Bagi pelukis yang belum mampu mandiri secara ekonomi bergabung dalam kelompok pelukis pasar. Pelukis yang tergabung dalam kelompok pelukis pasar, yaitu Suparta, Gita, Made Puspa, Suartana, Mangku Gina, Darmanta, jiwa, Rapet, Arnawa, Sukanta Kt, Sukanta Md, Kadek Mojong, Suwendra, Yudara, Mastra, Sweca, Diarta, dan Arcana. Kedelapan belas pelukis inilah yang perlu mendapatkan perlindungan dari negara karena sudah mampu memberikan jalan keluar bagi pekerja-pekerja seni sehingga terhindar dari pengangguran. Selain mendapatkan perlindungan juga harus mendapatkan penghargaan yang layak sebagai bentuk keberpihakan terhadap masyarakat kecil yang terpinggirkan dan sudah mampu mengembangkan industri kreatif Desa Kamasan.

Pasar sebetulnya sangat menghargai idealisme tradisi untuk melahirkan karya-karya maksimal dan bermutu tinggi. Akan tetapi secara realitas harus memperhatikan kemampuan konsumen yang tingkat kemampuan ekonominya sangat bervariasi. Konsumen yang memiliki kemampuan ekonomi lemah juga memiliki hak untuk mengonsumsi SLWK. Dalam era postmodern kebiasaan berpikir yang semata-mata menghasilkan karya maksimal perlu dikaji ulang bahwa seni itu tidak mutlak hanya dapat dikonsumsi oleh orang-orang kaya saja tetapi juga dapat dinikmati oleh kalangan ekonomi menengah bahkan dari kalangan bawah. Bagi konsumen dari latar belakang ekonomi

lemah diberikan pilihan yang harus dihargai sebagai kemampuan konsumsi yang maksimal.

Produksi lukisan pasar merupakan produk hafal-hafalan yang mencerminkan kerja industri budaya dalam memproduksi ide-ide orang lain dengan cara mendaur-ulang ide-ide masa lalu. Ketika produk hafal-hafalan didistribusikan ke pasar objek, kualitas, dan tanda distandarisasi dengan kesepadanan berupa uang. Semakin tinggi kualitas konsumsi yang dikehendaki oleh konsumen harus dibayar sepadan dengan barang-barang yang distandarisasi. Semakin banyak barang-barang standarisasi yang dikonsumsi oleh konsumen dirayakan sebagai bentuk keberhasilan dalam arena produksi kultural untuk memproduksi produk-produk pasar menjadi lebih banyak sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Perayaan-perayaan yang dilakukan merupakan ungkapan untuk menyatakan keberhasilan komoditas yang dikonsumsi oleh pasar. Terjualnya komoditas di pasar senantiasa dipuja karena mendapatkan hasil yang lebih besar.

Dari uraian di atas diketahui bahwa ciri-ciri produk kreatif, yaitu (1) menampilkan ide-ide didaur-ulang, unik, dan menarik perhatian, (2) pencitraan, dapat memberikan pendidikan, pencerahan, dan kenangan, (3) sangat simpel, mudah dibawa, (4) harga terjangkau, (5) hanya diperoleh ditempat-tempat tertentu, (6) bahan dan peralatan diolah secara tradisi, dan (7) ide, cerita dan tema dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Globalisasi: sistem tunggal bersekala dunia

Globalisasi adalah suatu proses integrasi berbagai elemen kehidupan ke dalam sebuah sistem tunggal bersekala dunia yang menyebabkan batas-batas dunia menjadi sempit

dan mengakibatkan kaburnya berbagai elemen dunia menjadi abu-abu (Naisbit, 1987: 208). Salah satu ciri budaya global adalah modernitas yang ditandai oleh perubahan, inovasi, dinamisme, dan kreativitas. Dunia global tidak lagi dibatasi oleh tembok penyekat yang memisahkan antara negara satu dengan negara lain. Akibat dari kemajuan teknologi dan komunikasi sistem kapitalis global memperlihatkan sejumlah kecenderungan imperialisme (Soros, 2001: 132). Kekuasaan kapital yang dimiliki dunia global mampu mengubah objek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas. Jaringan dunia global yang sangat luas tersebar keseluruh pelosok bersekala dunia. Kapitalisme global sibuk melakukan ekspansi, tidak pernah berhenti dengan terus menerus melakukan pembaharuan, sepanjang masih ada pasar, sepanjang masih ada sumber daya, sepanjang masih ada kesempatan dan peluang yang menguntungkan. Konsep Globalisasi merujuk pada semakin meningkatnya hubungan multi arah dari ranah ekonomi, sosial, kultural, dan politis yang membentuk dunia dan kesadaran. Menurut Barker (2014: 110) akselerasi globalisasi merujuk pada sejumlah aktivitas ekonomi yang saling berhubungan dipahami sebagai praktik-praktik kapitalisme.

Harkat martabat masyarakat global dan isu-isu makna budaya beralienasi dengan kaum kapital dalam menciptakan produk-produk baru untuk dipertukarkan di pasar. Pergerakan masyarakat global menurut Appadurai, berhubungan dengan (1) pergerakan manusia (*ethnoscape*), (2) pergerakan media (*mediascape*), (3) pergerakan teknologi (*technoscape*), pergerakan uang (*finanscape*), dan (4) pergerakan ideologi (*ideoscape*) (Ritzer dan Douglas, 2007: 598). *Kelima* pergerakan yang dimaksudkan di atas secara bersama-sama terkemas beralienasi dengan

pariwisata. Richard Schacht (1970:114-115), mengatakan bahwa alienasi yang telah dibangun oleh kaum kapital berimplikasi munculnya, *artshop*, *Gallery*, pasar seni, serta para pengusaha sebagai kapital baru yang bergerak dalam bidang seni.

Menurut penuturan Gede Wedaswara, pendistribusian produk global adalah sebagai berikut.

“.....produk global dibuat berdasarkan pesanan (*order*), kepercayaan dari rekanan bisnis dari model-model yang sudah ditetapkan sebelumnya.....produksi global dibuat sedapat mungkin persis sama dengan model atau mendekati sama. Setiap model memiliki standarisasi yang berhubungan dengan harga dan kualitas produk (Wawancara dengan Gede Wedaswara, 2014 di Kamasan).

Sesuai dengan pandangan Wedaswara, kepercayaan dan kecerdasan merupakan hal yang sangat penting dalam industri global. Kecenderungan manusia global ingin mensejajarkan keterampilan yang dimiliki dengan kerja mesin yang dapat menghasilkan karya-karya yang mirip. Semakin mirip produk satu dengan yang lain menunjukkan tingkat keberhasilan produksi dan reproduksi yang didistribusikan di pasar global. Giddens dalam Barker (2005: 149) menyatakan bahwa institusi modernitas adalah kapitalisme, industrialisme, negara-bangsa, pengawasan, dan kekuatan militer membawa perubahan pada segala perilaku, aktivitas manusia pada era modern. Ketika Wedaswara memamerkan produk industri di Jakarta, Singapore, dan Malaysia dengan menampilkan identitas wayang Kamasan. Ia mendapatkan *order* yang sangat banyak dari model-model yang dipamerkan. Atas *order-order* tersebut, konsumen ingin memperoleh kepastian atas standarisasi produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu, ia harus

mampu mendeskripsikan dan memberikan argumen-argumen yang rasional atas standarisasi produk yang didistribusikan di pasar global.

Produk SLWK yang didistribusikan di pasar global dapat dijadikan pendukung wacana kemapanan serta pencitraan produk sekuler sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar. Hamelink dalam Barker (2005: 53) menguraikan homogenisasi kultural menganggap globalisasi sebagai kapitalisme konsumen yang mendorong hilangnya keberagaman budaya dengan menekankan tingkat kesamaan dan mengasumsikan hilangnya otonomi budaya dan larut dalam wujud *imprealisme cultural*. Sekulerisasi menurut Laurer (1989: 193) terjadi akibat dari tumbuhnya hasrat perajin agar dapat mengikuti eksistensi dalam perkembangan masyarakat global. Laurer juga melihat bahwa telah terjadi pengemasan seni tradisi menjadi suatu komoditas pasar dalam artian seni tradisi yang bermutu tinggi dijual sebagai barang dagangan untuk memenuhi selera pariwisata (Lull 1998: 223) dan (Picard 2004:216). Di pihak lain Kean (1973), Bagus (1979), Geriya (1988), Mantra (1990), dan Erawan (1994), menyatakan bahwa komersialisasi yang dilakukan secara berlebihan berimplikasi penurunan kualitas berkesenian.

Untuk menghubungkan produsen dengan konsumen Polanyi (2003: 59) mengatakan bahwa produk yang dihasilkan industri global dapat di barter dengan uang. Polanyi mengatakan bahwa manusia dianggap sebagai makhluk ekonomi (*economic man*) yang bermain-main di pasar. Produk *souvenir* dan barang kerajinan yang dibarter diproduksi dari keinginan-keinginan pemilik modal melalui proses medaur-ulang ide-ide masa lalu menjadi produk-produk kemasan pasar.

Lebih lanjut Karl Polanyi (2003) dalam buku “*Transformasi Besar: Asal-Usul Politik dan Ekonomi Zaman Sekarang*”, mengatakan sebagai berikut.

“.....mengutip pikiran Adam Smith; pembagian kerja dalam masyarakat bergantung pada eksistensi pasar. Kecenderungan manusia untuk melakukan barter, pengangkutan dan pertukaran atas satu benda terhadap satu benda yang lain. Frasa inilah yang kemudian menghasilkan konsep manusia sebagai makhluk ekonomi (*economic man*). Herbert Spencer, pada paruh kedua abad ke sembilan belas, dengan hanya pemahaman yang terbatas terhadap ilmu ekonomi mampu menyamakan prinsip-prinsip pembagian kerja dengan barter dan pertukaran (Polanyi, 2003: 59).

Sesuai dengan pandangan Polanyi, yang terlibat dalam budaya global adalah kaum kapital yang diasumsikan pariwisata yang sering melakukan pertukaran (*barter*) untuk memperoleh produk *souvenir*. Aktor-aktor global berupaya melakukan terobosan-terobosan untuk menciptakan produk yang dapat memuaskan konsumen (Lunberg, 1990: 5). Lebih lanjut Lee (2006:69), mengatakan bahwa budaya Konsumen dikendalikan oleh *tiga* kekuasaan, yaitu kekuasaan produksi, kekuasaan kapital, dan kekuasaan media. Lee juga mengatakan bahwa masyarakat konsumen postmodern atau masyarakat komoditas industri kebudayaan bersama-sama membangun kekuasaan. Kekuasaan itu dibangun dengan membuat pelukis, perajin sudah “mati” kalau tidak trendi, kaya atau mewah.

Karl Marx dan Georg Simmel menyatakan bahwa munculnya gejala komodifikasi di berbagai sektor kehidupan masyarakat diakibatkan oleh ekonomi uang yang didasarkan atas *spirit* (semangat) untuk menciptakan keuntungan sebanyak-banyaknya (Turner, 1992: 115--138). Produk SLWK

era global merupakan kebudayaan daur-ulang (*recycling*) memoles dunia permukaan imanen, menciptakan konsumen *schizoprenik*, dan mementaskan parodi dalam permainan rumit estetika realitas semu dalam industri kreatif. Para agen merupakan perpanjangan tangan pengelola industri pariwisata selalu bermain mata untuk menangkap peluang-peluang dalam mengais keuntungan. Dalam praktik-praktik di lapangan agen telah menjalin hubungan kerja sama dengan pasar untuk menciptakan lapangan kerja baru, kreativitas baru yang semu karena dibangun sebagai kedok (topeng) untuk memaksimalkan keuntungan.

Kapitalis menjadi seperti agama sebagaimana yang dikatakan Daniel (2006) berikut ini.

“Agama pasar” sedang bergerak menjadi “agama dunia pertama yang sebenarnya, mengikat semua sudut dunia ke dalam sebuah pandangan dunia dan seperangkat nilai. Melalui jaringan iklannya yang luas kapitalis melakukan apa yang dilakukan tidak pernah dilakukan misionaris di zaman dulu. Kapitalisme menembus setiap dusun kecil dan desa. Kapitalisme telah menjadi agama yang paling sukses di sepanjang masa, memikat penganut baru lebih cepat dibandingkan sistem kepercayaan atau sistem nilai di dalam sejarah manusia. Pasar telah menjadi lingkaran setan produksi dan konsumsi yang senantiasa meningkat dengan berpura-pura menawarkan keselamatan sekuler. Uang adalah nama Tuhan yang diberikan orang pada agama ini sehingga sekarang bernama “*moneytheism*” (Daniel, 2006: 18--19).

Sebagaimana yang dikatakan Daniel bahwa seni yang berideologi pasar atau “agama pasar” dalam globalisasi melandasi kehidupan masyarakat Bali yang berorientasikan untuk memperoleh uang. Ideologi pasar tidak saja melandasi globalisasi, tetapi sekaligus juga napas atau semangat yang diembuskan oleh globalisasi. Ideologi pasar merupakan

suatu sistem kepercayaan yang mengagungkan pasar sebagai media utama, baik bagi pemenuhan segala kebutuhan maupun hasrat akan kesejahteraan sehingga manusia memiliki pandangan yang positif dan mendewakan pasar (Steger, 2005 dalam Atmadja, 2010: 137). Orang Bali mendewakan “pasar” maupun “uang” tidak merupakan hal yang baru tetapi berakar pada budaya Bali. Hal ini dapat dicermati pada kepercayaan orang Bali tentang adanya dewa pasar, yakni *Dewi Melanting* dan mereka mengenal dewa uang, yakni *Rambut Sedana*. Gejala ini memberikan petunjuk bahwa orang Bali menaruh hormat pada pasar dan uang sehingga melahirkan dewa uang dan dewa pasar bukan hal yang baru sehingga mempermudah mereka untuk menerima agama pasar yang disebarkan oleh sistem ekonomi kapitalis. Dalam rentetan upacara Hindu di Bali juga dikenal “*memasar*”. Pemaknaan *memasar* dalam ritual agama Hindu untuk menunjukkan keberhasilan persembahan ritual kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa* di pasar.

Kapitalisme global terus berusaha mendominasi dengan mengobarkan janji-janji untuk menjebak perajin dengan utang yang bersifat mengikat sehingga harus menaati perintah-perintahnya. Akibat dari utang perajin menuruti perintah kapitalisme untuk mengomodifikasi teks-teks tradisi budaya tinggi menjadi komoditas dalam memenuhi kebutuhan pariwisata. Di pihak lain, media sebagai ranah tempat mempertarungkan ide-ide kaum kapitalis untuk memproduksi barang-barang *souvenir* untuk dipertukarkan di pasar.

Peluang pasar global menurut Naisbitt (1987: 108) dalam “*Global Paradok*”, merupakan salah satu elemen budaya yang dapat disoroti dari proses, artifak, dan ilmu kebudayaan. Proses kerja globalisasi berintegrasi secara

menyeluruh sehingga mendapatkan solusi untuk menghasilkan karya yang efektif, efisien, dan ekonomi. Proses produksi global disejajarkan dengan proses kerja yang menggunakan peralatan seperti mesin untuk memproduksi produk-produk yang dijual di pasar. Estetika global mencerminkan budaya mapan bersifat mekanistik berupa hafal-hafalan. Pekerja seni dibebani target sehingga disepadankan dengan mesin dalam melakukan produksi melalui pengulangan-pengulangan bentuk bersifat hafal-hafalan karena harus mengejar target. Estetika global yang dibentuk berdasarkan hafal-hafalan dengan standarisasi dan idealisme semu dalam postmodern disebut sebagai “*kieth*” seni rendah.

Ketika keinginan-keinginan mengkonsumsi sudah tersampaikan, maka keinginan tersebut dapat dimaknai sebagai makna ekspresi. Akan tetapi, ketika karya itu digunakan memenuhi kebutuhan pasar menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan sebagai barang dapat dipertukarkan dengan imbalan berupa uang maka karya tersebut dimaknai sebagai makna pasar dan makna ekonomi. Sebagai makna pasar SLWK yang dikerjakan secara hafal-hafalan dapat dilihat di pasar-pasar seni seperti, *artshop*, *gallery*, toko seni, pasar seni, dan *supermarket*. Sebagai makna ekonomi dapat dilihat dari produk kemasan yang diperjualbelikan di *supermarket* Glael Dewata Ubud, seperti mainanan, gantungan kunci, kipas, keben, tas, payung dll. Produk yang di jual di pasar disertai dengan mencantumkan harga jual dalam bentuk rupiah.

Produk global bersifat rasional dikomersialkan berdasarkan setandarisasi pasar dengan kualitas yang dapat dikonsumsi dengan harga yang ditawarkan. Standarisasi produk pasar bertingkat-tingkat sesuai dengan kualitas

produksi. Semakin tinggi standar konsumsi yang ditetapkan semakin bermutu produk yang dihasilkan. Artinya, untuk mendapatkan standar produk yang tinggi harus dibayar dengan imbalan uang yang lebih besar. Williams (1962) dalam Lee (2006: 33) menyatakan bahwa masyarakat modern terlalu materialistis. Sedangkan Hebermas (1988) dalam karyanya "*Modernity: An Incomplete Project*", dalam Piliang (1998: 279) menyatakan bahwa seni modern pada dasarnya adalah sejarah tentang kemajuan (*progress*) dan keautentikan (*authenticity*). Prinsip sesuatu yang baru mencerminkan kerinduan manusia modern terhadap keindahan.

Produksi SLWK global mencerminkan kemiripan dan kesepadanan dengan standarisasi dan idealisme semu. Kemiripan ditandai dengan produk yang satu dengan yang lain susah dibedakan. Di pihak lain kesepadanan berhubungan dengan kesepakatan-kesepakatan yang dibuat bersama dalam oposisi biner untuk memproduksi produk-produk untuk memenuhi kebutuhan pasar. Produk yang mirip ketika dipertukarkan di pasar dapat diproduksi secara massa dengan melibatkan orang banyak. Semakin mirip produk yang distandarkan semakin besar peluang yang dicapai dalam pasar, karena konsumen tidak bisa membedakan antara produk yang satu dan yang lain karena mirip. Sebaliknya idealisme semu dihargai sebagai usaha kreatif untuk menciptakan produk-produk baru sebagai pencitraan.

Konstruksi realitas dan konsensus penamaan wacana kajian budaya dalam arena produk kultural sering disebut dengan istilah realitas, bahkan hubungan antara berbagai jenis pendekatan dalam gambaran tentang realitas menggelindingkan perbincangan *culture studies*. Konteks realitas dalam dunia lukisan diperbincangkan lebih dahulu

karena pernyataan-pernyataan akan tetap muncul setiap kali persoalan realitas itu diperbincangkan. Seno Gumira Ajidarma (2011: 29) dalam Disertasinya berjudul “*Panji Tengkorak*” mengatakan sebagai berikut.

Pendekatan realisme atau naturalisme dalam dunia gambar sering diasumsikan sebagai pendekatan yang paling berhasil mendekati realitas sebelum tempatnya diambil oleh fotografi. Namun, pendapat ini tidak pernah mencapai kesahihan, bahkan justru terombang-kan kembali, dengan munculnya perbincangan atas eksperimen dalam karikatur. Dalam perbincangan itu disepakati bahwa bukan kemiripan (*likeness*) yang mendekati suatu gambar kepada realitas, melainkan kesepadanan (*equivalence*) (Ajidarma, 2011: 29).

Dari kutipan tulisan “*Panji Tengkorak*”, bila ditransformasikan dengan identitas baru produk-produk kultural SLWK sangat relevan dengan kemiripan dan kesepadanan. Dengan kesepadanan seperti yang pernah diungkap oleh Rodolphe Toffer, yang dimaksud bukanlah unsur-unsur permanen seperti tiruan garis hidung, mulut, atau mata yang begitu mirip yang meyakinkan keterdekatannya dengan realitas, melainkan unsur-unsur yang mampu mengingatkan kembali tentang kenangan-kenangan, sejarah, dan peristiwa. Identitas baru produksi kultural mampu merepresentasikan identitas tradisi sebagai pencitraan untuk mengingatkan kembali tentang sejarah berupa kenang-kenangan bahwa SLWK memiliki identitas yang sangat khas dan unik.

Realitas teks tradisi berupa penggambaran berbeda dapat merepresentasikan realitas secara keseluruhan bukan sekedar susunan yang terdiri atas potongan-potongan hidung, mulut, dan mata. Pengenalan kembali atas sifat ekspresif gambar akan merepresentasikan sebagai

pendekatan realitas. Elemen-elemen dan unsur-unsur yang terkandung dalam lukisan sebagai realitas menjadi sangat mudah dikenali, mudah diingat, meskipun secara teknis hanya merupakan pembubuhan beberapa titik, garis, dan bidang. Namun, prinsip ini berlaku pada semua lukisan. Dalam setiap penemuan seni (lukisan) yang terjadi bukanlah penemuan kemiripan, melainkan kesepadanan yang memungkinkan pemandang melihat realitas dalam pengucapan lukisan dan dalam pengucapan realitas.

Kesepakatan ini tidak pernah ditentukan oleh kemiripan elemen-elemen dan unsur-unsur seperti ditentukan dari identitas yang terbentuk oleh tanggapan-tanggapan dalam hubungan antara konsumen dan produsen. Hubungan antara suatu lukisan dan realitas yang dilukiskan disebabkan oleh tatanan mental (*mental set*). Tatanan mental ditentukan oleh masa lalu dalam konteks sejarah yang dihayati. Ketentuan-ketentuan melukis dan proses melukis wayang Kamasan mengacu pada pendekatan psikoanalitis, Gombrich menyatakan seperti di bawah ini

“.....our concious and preconscious mind will always tend to guide and influence the we react to accidents. The inkblot is a random event; how we react to it is determined by our past.

“....pikiran sadar dan prasadar kita akan selalu cenderung mengarahkan dan memengaruhi cara kita memberikan reaksi terhadap kebetulan-kebeulan. Noda tinta adalah (baca: terbentuk oleh) suatu kejadian sembarang; bagaimana kita memberikan reaksi terhadap sesuatu ditentukan oleh masa lalu kita.

Kutipan lain menambahkan sebagai berikut.

The experience of likeness is kind of perceptual fusion based on recognition, and here as always past experience will colour the way we see a face. It is on this

fusion of unlike configurations that the experience of physiognomic recognition rest (Gombrich,1977: 302).

Pengalaman akan kemiripan adalah semacam peleburan perseptual berdasarkan pengenalan dan di sisi pengalaman masa lalu akan mewarnai cara kita melihat suatu wajah. Pada peleburan bentuk-bentuk tidak mirip inilah bersandar pengalaman dari pengenalan fisionomik.

Ini menjelaskan latar belakang terbentuknya tatanan mentalitas yang akan diterima atau diwujudkan sebagai realitas sebagai bentuk peleburan berbagai katagori yang terus-menerus diproses sepanjang waktu. Dengan kata lain, efek realitas (*reality effect*) selalu diterima atau diwujudkan atas dasar pengenalan untuk sementara telah dibentuk oleh keterleburan tersebut. Proses keterleburan ini berbeda-beda dalam berbagai wacana dunia lukisan. Segalanya terikat bersama dalam kata 'gaya,' yakni gaya semasa atau gaya pengubah. Peleburan bersekuensi secara alamiah (*natural adjustment*) yang kemudian membentuk tatanan mental pengubah pandangan terhadap karya lukisan.

Gaya bahkan mengatur ketika pengubah bermaksud melakukan reproduksi alam dengan setia. Selain itu, pemahaman atas batas-batasnya akan membantu pemandang untuk melihat objektivitas dalam pendekatan gaya tersebut, agar tidak tersesat ke arah efek realitas yang terkandung dalam pengayaan (*fallacy of stylization*). Hal itu penting karena memang tidak akan pernah ada satu lukisan dari realitas yang bisa dipetik dan dibandingkan dengan suatu gambar ataupun potret. Pengucapan benar atau salah hanya dapat diterapkan kepada pernyataan atau proposisi dan apa pun penggunaan dalam pengucapan kritis suatu lukisan tidak akan pernah merupakan pernyataan dalam pengucapan itu. Apa yang dimaksud sebagai

kebenaran lukisan biasa direpresentasikan oleh teks tertulis, karena memang setiap kali teks tertulis diubah, kebenarannya juga ikut berubah. Bahkan dalam ilustrasi untuk kepentingan ilmu pengetahuan, teks tertulis sangat menentukan kebenaran lukisan itu.

Meskipun begitu, para pengubah tetap mempunyai formula tradisional tentang sesuatu yang dikenalnya sebagai representasi realitas, sebagai suatu usaha klasifikasi, dan usaha ini tidak pernah bebas dari praduga yang telah diterima sebelumnya (*preconceived prejudices*). Betapapun tidak mungkin digubah suatu lukisan yang tepat dari kekosongan. Para pengubah lukisan harus mempelajari caranya jika memang hanya mungkin dipelajari dari gambar-gambar lain yang pernah dilihatnya. Pelukis tidak kurang dari seorang penulis yang membutuhkan perbendaharaan kata sebelum bisa tiba pada suatu *copy* dari realitas.

Lukisan merupakan visualisasi dari ekspresi pikiran manusia berupa tanggapan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi (*visible world*), karena itu lukisan adalah konseptual yang dapat merepresentasikan fenomena yang terjadi. Tanda yang dibangun untuk mengomonikasikan fenomena yang terjadi dapat dikenali dari gaya atau stail. Ini mengingatkan bahwa titik awal suatu ide bukanlah pengetahuan, melainkan dugaan yang terkodisikan dari kebiasaan-kebiasaan. Ketika setiap lukisan adalah konseptual maka konsep-konep lukisan tidak bisa dinilai benar atau salah. Mereka hanya lebih atau kurang berguna bagi formasi suatu deskripsi. Gaya-gaya lukisan yang sering diasumsikan paling mendekati realitas (*visual*) terutama karena teknik pemanfaatan perspektif ternyata perspektif yang mendekati kemiripan visual sama sekali bukanlah ukuran bagi kesepadanan atas realita. Keberlanjutan persepsi

membuat seseorang mengabaikan derajat penyusutan objektif dengan jarak mendukung hanya satu faktor dalam pembuktian atas kesepadanan tersebut. Kemiripan sama sekali bukanlah jaminan atas tercapainya kesepadanan.

Pendekatan realisme yang terlihat dalam lukisan wayang gaya Kamasan merupakan pendekatan yang diasiasi dengan pemahaman antirealis, yaitu keduanya sama-sama merupakan konstruksi realitas yang bersaing hanya dalam kelas pernyataan yang tiap-tiap bukan dalam alam kesahihan sebagai representasi realitas. Kemiripan dan kesepadanan merupakan konstruksi sosial atas realitas yang terjadi di tengah-tengah pergulatan masyarakat Kamasan untuk menjadikan lukisan menjadi produksi kultural yang dapat dikonsumsi oleh pariwisata.

Lebih lanjut Piliang dalam orasi ilmiah di ISI Denpasar pada 2012 tentang kreativitas dikatakan sebagai berikut.

“Kreativitas merupakan kapasitas khusus individu atau kelompok, yang mampu mengekspresikan bentuk tak biasa, ide segar, gagasan baru, karya orisinal, terobosan, dan pikiran-pikiran mencerahkan. Inovasi dan kreativitas berupa ide baru, pengenalan ide baru, penemuan, pengenalan penemuan, ide yang berbeda dari bentuk-bentuk yang ada, pengenalan sebuah ide yang mengganggu kebiasaan umum. Inovasi dapat berupa inovasi bentuk, fungsi, teknik, material, bahasa, manajemen atau pasar. Industri kreatif berarti industri yang mampu menghasilkan bentuk tak biasa, ide segar, gagasan baru, atau karya orisinal untuk kebutuhan masyarakat (Piliang, 2012: 6).

Pandangan Piliang dalam pertarungan budaya global memiliki hasrat melakukan kapitalisasi dalam menciptakan produksi massa melalui permainan simulasi sehingga

menghasilkan produk simulakra atau *simulacrum*. Piliang (1998: 13) juga menyatakan bahwa produk simulakra dihasilkan dari permainan tanda dan citra yang telah mendominasi hampir seluruh proses komunikasi manusia yang ditentukan oleh relasi tanda, citra dan kode. Dalam teori semiologi Saussurean, tanda adalah sesuatu yang mengandung makna yang mengikuti dan memiliki dua unsur, yaitu penanda (*signifer*) yang berhubungan dengan bentuk dan petanda (*signified*) yang berhubungan dengan makna. Citra adalah segala sesuatu yang tampak oleh indra, tetapi sebenarnya tidak memiliki eksistensi substansial. Citra terbentuk melalui permainan simulasi dengan cara mendaur-ulang dan menduplikasi ide-ide masa lalu sehingga menghasilkan produk simulakra "*simulacrum*" yang susah dibedakan antara yang asli dan yang palsu. Sementara kode adalah cara pengombinasian tanda yang disepakati secara sosial untuk memungkinkan satu pesan dapat disampaikan dari seseorang kepada orang yang lain. Citra simulasi bersifat meniru, mengopi, menduplikasi, atau mereproduksi model tanpa rujukan realitas (Baudrillard dalam Piliang, 2008: 290). Citra bukan merupakan representasi realitas melainkan citra yang dikonstruksi melalui mekanisme pasar. Citra merupakan salinan realitas di luar dirinya yang disebut Baudrillard sebagai *simulacra*, yaitu sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukan tetapi menduplikasi dirinya sendiri.

Perubahan tanda, citra, dan kode yang dikembangkan industri global dalam menciptakan produk *souvenir* dan barang kerajinan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Di pihak lain tanda dalam menciptakan produk-produk industri kreatif dikomodifikasi untuk menghasilkan produk-produk pencitraan. Tujuan produksi pencitraan

adalah untuk meningkatkan nilai jual produksi yang dihasilkan (Bourdieu dalam Jenkins, 2004: 27). Setiap produksi yang dijual di pasar harus tunduk pada hukum penawaran dan permintaan untuk mendapatkan uang di pasar. Uang sangat penting karena globalisasi mengakibatkan manusia terjerat oleh ideologi pasar. Uang dapat mengatur mengendalikan hidup manusia sehingga manusia mendewakan uang. Adorno dalam Strinati (2006: 69) menyebutnya dengan fetisisme kebudayaan. Uang dan pasar sebagai yang berdaulat mempengaruhi modus dalam memenuhi keinginan global untuk memproduksi dan mereproduksi SLWK dalam memenuhi kebutuhan pasar. Uang yang diperoleh dari hasil produksi dirayakan sebagai bentuk keberhasilan komodifikasi dalam memasok ide-ide dan keinginan-keinginan pasar.

Pariwisata

Pariwisata merupakan industri terbesar di dunia dan merupakan andalan dalam mendatangkan devisa (Pitana dan Gayatri 2005:15). Industri pariwisata ibarat pisau bermata dua. Disatu sisi dapat bermanfaat secara ekonomi bagi kesejahteraan pelukis (bersifat positif) disisi yang lain dapat merusak budaya karena objek yang dijadikan produk industri dapat dikonsumsi oleh wisatawan secara massa (bersifat negatif) yang dapat melunturkan nilai-nilai tradisi lokal (Ardika, 2007: XI). Pariwisata adalah salah satu fenomena industri global yang dapat dipandang sebagai suatu sistem. Leiper (1995: 3) dalam Ardika (2007: 29), pariwisata terdiri *tiga* komponen, yaitu wisatawan (*tourist*), elemen geografi (*geographical elements*), dan industri pariwisata (*tourism industry*). Elemen geografi meliputi pasar atau daerah tempat transit dalam satu perjalanan wisata, dan industri

pariwisata menyangkut tentang usaha atau bisnis dalam menyediakan produk-produk pariwisata.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab III, pasal 4, ayat 1.b. Peninggalan sejarah dan seni budaya dapat dikategorikan sebagai objek dan daya tarik wisata. Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1991, merupakan penyempurnaan dari Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1974 tentang kepariwisataan yang dikembangkan adalah pariwisata budaya, menggunakan kebudayaan Bali yang dijiwai agama Hindu. Dalam konsep pengembangan budaya Bali tersirat cita-cita hubungan yang selaras, serasi, dan seimbang.

Menurut Yoeti (2006: 87) dalam "*Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*", gejala luntarnya seni tradisional lokal secara tidak langsung dapat kita lihat dari beberapa judul artikel yang pernah dimuat pada harian-harian yang berpengaruh, seperti Bali, Antara Ritual dan Nilai Dolar" (Tribun Pemuda, tanggal 3 Juli 1982), "Kebudayaan Kita Dalam Krisis" (Kompas, tanggal 20 Januari 1987); "Nilai-nilai Sakral untuk Kepentingan Komersial disorot tajam", (Sinar Harapan, tanggal 10 Oktober 1980), "Ancaman Nilai-nilai Budaya Perlu Diselamatkan" (Merdeka, tanggal 12 Oktober 1982), "Goncangan-goncangan Kehidupan Kesenian Tak Dapat Dihindarkan" (Suara Karya, November 1982).

Kutipan diatas dapat menjadi petunjuk bagaimana orang memandang Bali dalam kekinian setelah mengalami dinamika perubahan dalam sejarahnya yang panjang. Sifat pariwisata tidak dapat digambarkan secara mudah seakan-akan ada dua warna, putih dan hitam (positif dan negatif). Kenyataannya, pengaruh pariwisata terhadap masyarakat

dan kebudayaan Bali sangat variatif, beraneka warna, ibaratnya suatu mosaik dengan irisan bentuk, warna, dan tingkat kecerahan yang tidak kalah variasinya. Tradisi lokal dijadikan topeng oleh pariwisata dengan dalih untuk meningkatkan kesejahteraan padahal hanya untuk memuluskan kepentingannya untuk memperoleh dolar yang lebih banyak. Oleh sebab itu pariwisata diasumsikan sebagai kapitalisme baru yang tidak hanya mampu memproduksi komoditas juga mampu mendistribusikan produk SLWK dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Secara tradisi SLWK sangat bersifat simbolik dilekatkan dengan ideologi agama Hindu. Penggambaran dewa-dewi ditempatkan pada tempat khusus sebagai simbol dengan nilai-nilai falsapah yang bersifat simbolik. Ketika didistribusikan di pasar SLWK diprovanisasi menjadi produk massa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan berupa produk *souvenir*. Provanisasi dilakukan bertujuan untuk memperoleh dolar yang lebih banyak dari wisatawan. Produk-produk yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan berupa, gantungan kunci, dompet, tas, tempat tisu, mengias tembok, dll.

Sebagai gambaran kunjungan pariwisata di Kabupaten Klungkung I.B. Purnama, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Klungkung mengatakan sebagai berikut.

“Wisatawan yang berkunjung ke *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* sebagian besar berasal dari Eropa dan Amerika. Wisatawan dari Australia, Asia, Afrika sangat sedikit. Rata-rata wisatawan yang berkunjung sudah berusia tua, wisatawan yang muda sangat jarang. Sedangkan untuk wisatawan lokal sangat jarang.....kami tidak memberikan komisi terhadap trevel dan pemandu pariwisata padahal tiket yang dijual

tergolong sangat murah (Wawancara dengan I.B. Purnama di Museum *Kertha Gosa*, 2013 di Klungkung).

Sesuai dengan pandangan I.B. Purnama, wisatawan yang berkunjung ke *Kertha Gosa* sebagian besar dilatari oleh kepentingan yang bersifat khusus yaitu melakukan penelitian tentang peninggalan sejarah kerajaan. Kalau dilihat dari sisi umur sebagian besar wisatawan yang mengunjungi *Kertha Gosa* berusia sudah tua, sedangkan wisatawan berusia muda sangat jarang, apalagi wisatawan lokal boleh dibilang sangat jarang yang berkunjung. Padahal untuk wisata lokal selalu diberikan kemudahan-kemudahan dengan tiket masuk disesuaikan dengan kemampuan masyarakat. I.B. Purnama, juga mengatakan bahwa kunjungan wisatawan ke *Kertha Gosa* dari tahun ke tahun tidak dapat dipastikan.

“.....tahun 2009 berjumlah 67.910, tahun 2010 berjumlah 54.457, tahun 2011 berjumlah 54.745, tahun 2012 berjumlah 60.262 Wisatawan yang berkunjung kebanyakan berasal dari Eropa dan Amerika, kalau dikelompokkan dari sisi usia kebanyakan sudah berumur tua (Data wisatawan yang berkunjung ke *Kertha Gosa* dari tahun 2009-2012).

Setelah mengunjungi objek wisata *Kertha Gosa* diharapkan wisatawan melihat secara langsung atraksi melukis tradisional wayang gaya Kamasan di Desa Kamasan. Untuk menghidupkan kembali Desa Kamasan sebagai Desa Wisata, I.B Narendra selaku Kepala Desa Kamasan mengatakan sebagai berikut.

“.....hari Minggu tanggal 2 Maret 2014, pemerintah yang diwakili oleh Wakil Bupati Klungkung turun tangan untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat terkait dengan langkah-langkah untuk mempersiapkan Desa Kamasan sebagai desa wisata. Pelukis, perajin, pekerja seni, dianjurkan untuk membuat kelompok-kelompok binaan untuk selanjutnya akan dibina sehingga memiliki

kesiapan dalam menghadapi persaingan dunia global masyarakat ekonomi Asia tahun 2015 dan WTO tahun 2020. SLWK didorong untuk dikembangkan menjadi industri kreatif melalui proses percepatan pengembangan industri pariwisata untuk menghasilkan masyarakat yang sejahtera dan tangguh (Wawancara dengan I.B. Narendra 2013 di Kantor Kepala Desa Kamasan).

Sesuai dengan pandangan I.B. Narendra selaku Kepala Desa, untuk mengembangkan Desa Kamasan Sebagai Desa Wisata berkelanjutan dilakukan dialog yang panjang dengan melibatkan segenap lapisan masyarakat dari pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, masyarakat, pebisnis, dan kalangan akademisi untuk melakukan pengkajian terhadap keberadaan pariwisata di Kabupaten Klungkung. Menurut Ardika (2007: 47) estetika, emosi, dan nilai-nilai sejarah yang dimiliki suatu objek dapat dijadikan komoditas untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Sedangkan akses travel sebagai pengatur perjalanan wisata perlu dihidupkan kembali sehingga memperoleh jalan keluar yang sama-sama menguntungkan. Dengan dibukanya akses jalan dari Banjar Sangging tembus ke jantung kota atau dari Banjar Siku tembus ke jantung kota juga perlu diperhatikan keluar masuknya bus-bus pariwisata yang ingin keluar dan masuk sehingga tidak menimbulkan kemacetan. Gee and Fayos-Sola (1999) dalam Ardika 2007: 50) mengatakan bahwa organisasi pariwisata dunia (WTO) menetapkan prinsip-prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan, meliputi (1) harus menghormati kebudayaan, pandangan hidup, dan perilaku masyarakat lokal, (2) bersifat lintas sektoral, terintegrasi, melibatkan pemerintah dan masyarakat lokal, memberikan keuntungan bagi masyarakat luas, (3) dilakukan secara adil dan wajar dalam pendistribusian keuntungan dan biaya antara industri dan

masyarakat, (4) dilakukan penilaian secara hati-hati, monitoring. Lebih lanjut Sola juga mengatakan bahwa pengembangan pariwisata berkelanjutan harus bertumpu pada *tiga* landasan pokok, yaitu berkualitas (*quality*), berkelanjutan (*continuity*), dan berkesinambungan (*balance*).

Desa Kamasan sudah dipromosikan semenjak pulau Bali secara resmi di kolonisasi oleh Belanda tahun 1908 sebagai tanda dimulainya peradaban baru atau modern dengan memperkenalkan pariwisata sebagai sektor pekerjaan baru. Willard Hanna (1972) dalam (Picard, 2006: 17) seorang antropolog berkebangsaan Amerika mengatakan bahwa pariwisata Bali dapat memberi keuntungan pada orang Bali yang kaya budaya tetapi miskin secara ekonomi. Dalam melakukan pembelaan terhadap pelukis, perajin dan pekerja seni yang terpinggirkan perlu adanya keberpihakan dari pihak-pihak pemangku kepentingan.

Artifak-artifak peninggalan sejarah yang masih tersebar dirumah-rumah pemukiman penduduk dapat dijadikan objek pariwisata untuk menunjang objek-objek yang sudah ditata sebelumnya. Untuk mengetahui latar belakang munculnya lukisan tradisional wayang gaya Kamasan yang sangat khas dan unik maka SLWK direkomendasi sebagai ikon objek dan atraksi wisata yang layak dikunjungi oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke Bali. Purnama, sebagai kepala Museum *Kertha Gosa* juga mengatakan bahwa sehabis melihat artifak -artifak peninggalan lukisan tradisional gaya Kamasan di *Kertha Gosa* dilanjutkan dengan kunjungan ke Desa Kamasan untuk melihat secara langsung atraksi masyarakat Kamasan melukis tradisional yang diwarisi secara turun-temurun. Di pihak lain produk-produk yang dihasilkan dari aktivitas

melukis dapat dijadikan produk penunjang pariwisata. Produk-produk *souvenir* yang dikembangkan sebagai penunjang pariwisata sangat bersifat *touristicts*, yaitu lebih mementingkan komersialisasi dan budaya pencitraan.

Produk industri pariwisata menurut Burkart *and* Medlik (dalam Yoeti, 2006: 16), adalah suatu susunan produk yang terdiri atas campuran atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan. Selanjutnya dalam buku "*The product formulation in touris*", Medlik and Middleton (1973) mengatakan bahwa produk industri pariwisata adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan semenjak meninggalkan tempat kediaman di mana biasanya tinggal, selama di DTW/kota yang dikunjungi, hingga kembali ke kota tempat ia tinggal semula. Pada dasarnya ada *tiga* unsur penting yang membentuk produk industri pariwisata, yaitu akses, fasilitas, serta objek dan atraksi wisata.

1) Akses (Accessibilities of the destinations)

Akses menuju Desa Kamasan sebagai desa wisata sudah terbentuk semenjak tahun 1914 dengan dicantumkananya Desa Kamasan sebagai desa yang direkomendasikan layak dikunjungi oleh wisatawan yang berkunjung ke Bali. Maskapai pelayaran KPM (*Koninklijke Paketvaart Maatschappij*) yang awalnya berfungsi mengangkut rempah-rempah, kopra, kopi, dan babi juga difungsikan untuk mengangkut pariwisata yang lebih dikenal dengan "*Bali Express*". Karena banyaknya babi dalam angkutan wisata tersebut sering dipelesetkan menjadi "*Babi Express*". Lalu lintas pariwisata Hindia Belanda *Vereeniging Toeristemerker in Nederlandsb Indie*, yaitu asosiasi yang disubsidi oleh pemerintah kolonial membuka suatu *official*

tourist bureau yang bertugas merintis kerja sama dengan para biro perjalanan terbesar pada zaman itu serta membuka kantor perwakilan di seluruh Jawa dan luar negeri.

Pada tahun 1914 pariwisata dikembangkan hingga ke Bali melalui pelabuhan Celukan Bawang Buleleng. Agenda kegiatan yang dianjurkan dalam *Official Tourist Bureau* dilakukan wisatawan di Bali melalui Desa Bubunan, Munduk, menuju Denpasar, besoknya menuju Tampaksiring, *Goa Lawah*, dan *Kertha Gosa*, terus balik ke Buleleng . Dari Celukan Bawang Buleleng , melalui perjalanan wisata selalu diarahkan untuk mampir di *Kertha Gosa* untuk melihat objek wisata yang menyajikan lukisan wayang Kamasan yang terdapat pada dinding-dinding bangunan. Jumlah wisatawan yang pertama kali mengunjungi Bali pada waktu pemerintah Hindia Belanda yang dikeluarkan oleh *Official Tourist Bureau* tercatat 213 pengunjung pada tahun 1924. Angka kunjungan terus meningkat secara teratur hingga mencapai 1.428 pengunjung pada tahun 1929. Setelah itu selama beberapa tahun tidak terjadi peningkatan kunjungan akibat kemelut ekonomi dunia. Kemudian mulai tahun 1934 angka-angka itu naik lagi, hingga mencapai jumlah rata-rata 3.000 pengunjung pertahun (Picard, 2006:15).

Akses menuju Desa Kamasan, yaitu kondisi jalan cukup baik karena hampir seluruh jalan sudah diaspal sehingga dapat dilalui dengan kendaraan bermotor. Para pengunjung dapat dengan mudah mencapai sentra-sentra kerajinan dan tempat-tempat para pelukis wayang tradisional. Akses untuk menuju Desa Kamasan dapat ditempuh melalui beberapa empat jalur. *Pertama*, jalur barat, ditempuh melewati pusat Kota Semarapura ke arah selatan sepanjang ± 1,5 km sampai di Banjar Sangging, sebagai alamat rumah kediaman I Nyoman Mandra (seorang

pelukis wayang Kamasan). Di sepanjang jalan terdapat *artshop-artshop* yang menjual produk-produk *souvenir* dan barang kerajinan yang terbuat dari beraneka ragam material. Untuk dapat memperoleh produk-produk tersebut dapat dilakukan dengan membeli yang sudah jadi. Di samping itu, juga dapat dilakukan dengan cara memesan sesuai dengan kehendak konsumen. Di sebelah selatannya, yakni Banjar Pande Mas yang merupakan sentra kerajinan emas dan perak. *Kedua*, jalur utara, ditempuh melalui Kota Semarapura ke arah tenggara, sehingga sampai di Banjar Siku, tempat kediaman Mangku Mura (alm), seorang pelukis wayang tradisional gaya Kamasan. Pada jalur ini tidak banyak terdapat *artshop* karena penduduknya sebagian besar mengambil mata pencaharian sebagai petani dan tukang. *Ketiga*, jalur selatan, ditempuh melalui Kota Semarapura ke selatan sejauh ± 3 km melalui Desa Tojan dan Desa Gelgel, maka akan sampai di Banjar Pande, yang merupakan pusat kerajinan dengan bahan selongsong peluru bekas dan aneka produk kerajinan yang terbuat dari logam dan lukisan. *Keempat*, jalur timur, ditempuh melalui jalan *by pas* di sebelah barat *Tukad Yeh Unda* menuju Desa Kamasan.

2) Fasilitas (Facilities of destinations)

Fasilitas yang dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata di Bali sudah dibentuk semenjak masyarakat Bali didorong untuk hidup dari pariwisata. Pada pemerintahan Dewa Agung Negara penguasa dari kalangan sipil untuk pertama kali tahun 1920 mendorong munculnya elite-elite baru yang sangat peduli terhadap pendidikan, kesehatan, dan dikembangkan pariwisata sebagai tatanan baru untuk meningkatkan kesejahteraan. Untuk menunjukkan keseriusan hidup dari pariwisata maka *Kertha Gosa*

dicantumkan dalam peta sebagai objek yang direkomendasikan layak dikunjungi oleh wisatawan. Untuk memberikan pelayanan yang menyenangkan bagi wisatawan destinasi *Kertha Gosa* dipugar pada tahun 1930 dan tahun 1942 (gagal karena suasana perang), sedangkan pemugaran tahun 2014 juga gagal disebabkan tidak ada persamaan pandangan dalam menyelamatkan artifak-artifak yang bernilai tinggi (*hight culture*).

Dalam Pameran kolonial (*Exposition colonial*) yang diselenggarakan di Paris pada tahun 1931, tersedia informasi yang bermutu tentang masyarakat Bali khususnya tentang SLWK. Pada kesempatan tersebut, salah seorang ahli terkemuka Bali, yaitu orientalis Belanda R Goris dipercaya membuat sebuah brosur yang terbit dengan nama *Observatis on the Custue and Life of the Balinise* (Goris, tidak ada tanggalnya) kemudian disempurnakan untuk diterbitkan kembali pada tahun 1939. Pada tahun 1930-an tulisan-tulisan pariwisata tentang Bali meningkat di antaranya seorang keturunan Tionghoa dari Jawa menerbitkan sebuah buku pedoman berbahasa Melayu untuk para pelancong Nusantara. Data-data tentang Pulau Bali dan penduduknya dalam pedoman tersebut sebagian besar diilhami oleh buku pedoman Belanda (*Soe Lie Piet*, tidak bertanggal).

Tampaknya pengembangan pariwisata di Kabupaten Klungkung kurang pesat dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya di Bali. Sebagai pusat pemerintahan pada masa pemerintahan raja-raja. Kabupaten Klungkung memiliki peninggalan-peninggalan sejarah berupa Puri (istana Raja) artifak-artifak bermutu tinggi yang tidak dimiliki oleh daerah lain di Bali. Demikian juga beraneka jenis industri yang tumbuh dan berkembang tidak dimanfaatkan secara maksimal, seperti *menenun*, *memande*,

melukis, dan industri-industri lainnya. Pendataan terhadap objek wisata, sentra produksi, atraksi wisata, dan pasar untuk mendistribusikan tidak didata dengan baik sehingga Kabupaten Klungkung terkesan sangat miskin terhadap informasi sehingga berimplikasi mundurnya pariwisata di Kabupaten Klungkung. Padahal dalam kenyataan Klungkung sangat kaya peninggalan sejarah berupa artifak sebagai modal kultural untuk mengembangkan Klungkung sebagai kawasan wisata budaya yang unggul dan masih didukung oleh masyarakatnya.

Sumber daya manusia yang dimiliki Kabupaten Klungkung sangat melimpah, baik akademisi, seniman, maupun perajin. Terbukti di pasar banyak ditemukan produk, seperti tenunan endek, songket, cepuk, kerajinan bokor, alat-alat pedupaan, dan perhiasan emas. Di pihak lain, produk-produk lukisan, barang-barang *souvenir* dan barang kerajinan sangat melimpah dapat ditemukan dengan mudah di mana saja di seluruh Bali. Produk-produk yang diproduksi memiliki identitas sangat khas sehingga konsumen dengan mudah dapat membedakan produk-produk yang dihasilkan oleh kabupaten Klungkung.

Untuk mengembangkan Desa Kamasan sebagai desa wisata dibutuhkan adanya *stop over* (tempat wisatawan untuk berlabuh) yang berada di sekitar Desa Kamasan untuk mendistribusikan wisatawan yang berkunjung ke Desa Kamasan. Pasar Galiran sebagai pasar induk tempat pendistribusian produk-produk industri tidak merepresentasikan sebagai *stop over* untuk mendistribusikan produk-produk yang dihasilkan oleh pengelola industri. Justru terkesan lebih banyak memotong arus kunjungan wisata ketika ingin berkunjung ke Desa Kamasan. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata

seperti transportasi mempertemukan antara wisatawan dan perajin atau pengelola industri sangat tidak memadai dan tidak ditata dengan menarik sehingga terkesan sangat semerawut dan mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Perencanaan tentang pengembangan desa Wisata Kamasan yang berkelanjutan perlu melibatkan kaum profesional, seperti biro perjalanan wisata (BPW), pengelola travel, serta dibuatkan aturan yang memadai dari institusi negara sebagai payung hukum yang dapat memberikan perlindungan terhadap masyarakat lokal (pelukis dan pengerajin) sehingga diperoleh pariwisata yang berkelanjutan.

3) Objek dan Atraksi Wisata (Object and Attraction of the destinations)

Kertha Gosa dan Balai Kambang pada masa pemerintahan kolonial Belanda tahun 1914 direkomendasikan sebagai objek yang wajib dikunjungi oleh wisatawan yang berkunjung ke Bali. Menurut Ritchie dan Zins dalam Yoeti (2006: 68) mengatakan, terdapat *duabelas* unsur kebudayaan yang dapat menarik kedatangan wisatawan, yaitu bahasa (*language*), kebiasaan masyarakat (*traditions*), kerajinan tangan (*handicrafts*), makanan dan kebiasaan makan (*food and eating habits*), musik dan kesenian (*art and music*), sejarah suatu tempat (*history of the region: oral, written, and landscape*), cara kerja dan teknologi (*work and technology*), agama (*religion*) yang dinyatakan dalam bentuk cerita dan suatu yang dapat di sakralkan, bentuk dan karakteristik arsitektur di tiap-tiap objek wisata (*architectural characteristics in the area*), tata cara berpakaian penduduk setempat (*dress and clothes*), sistem pendidikan (*educational system*), aktivitas pada waktu senggang (*leisure activities*). Lebih lanjut Mathieson dan

Wall dalam Yoeti (2006: 70), mengatakan bahwa daya tarik wisata terpusat pada tiga bentuk, yaitu (1) wisatawan datang mengunjungi suatu daerah tujuan wisata (DTW) untuk melihat arsitektur yang unik, gedung-gedung bersejarah, monumen, candi dan membeli cendra mata khas daerah tersebut (*form of cultur which are inanimate or which do not directly involve human acitivity*), (2) untuk melihat dan menyaksikan bangsa lain (*foreign people*), bagaimana kehidupan social ekonomi mereka dan kegiatan waktu senggang mereka, di samping untuk mengetahui dan mengerti tentang tata cara hidup (*life styles*), ideologi, tata cara berpakaian dan kegiatan keseharian masyarakat setempat (*form of culture reflected in the normal daily life of destination*), dan (3) ingin melihat dan ikut terlibat dalam kegiatan pada even khusus, seperti festival kesenian, pengungkapan kembali tradisi lama, (*form of culture festivals, reflecting old traditions and behavior*).



Gambar 5.7 Objek Wisata Kertha Gosa dan Balai Kambang
Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Lukisan tradisional wayang gaya Kamasan yang terdapat pada dinding bangunan *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* (lihat gambar 5.7) di Taman Gili Klungkung dibuat pada pemerintahan raja-raja dikomersialkan sebagai destinasi pariwisata. Pada awalnya bangunan ini digunakan sebagai bentuk sarana ritual dan pencerahan pada umat. Pada waktu pemerintahan kolonial Belanda *Kertha Gosa* pernah digunakan pengadilan adat, sekaligus dipromosikan sebagai objek wisata (Picard, 2006: 170). Artifak-artifak budaya tersebut dipromosikan sebagai pencitraan yang wajib dikunjungi oleh wisatawan ketika berkunjung ke Bali karena mengandung nilai-nilai simbolik dan memiliki estetika sangat artistik. Di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat sangat simbolik. Lukisan yang menghiasi dinding bangunan *Kertha Gosa* menurut Warsika (1986: 10-11) dibagi menjadi *sembilan* petak dan *duapuluh lima* adegan. Di pihak lain lukisan yang menghiasi dinding bangunan *Balai Kambang*, menurut Suarka dkk (2012: xix) diangkat dari cerita Sutasoma yang sinopsisnya dibagi menjadi *sembilan* sinopsis, antara lain (1) Sang Sutasoma meninggalkan istana, (2) Pertapaan Rsi Kesawa, (3) Tiga murid utama Sutasoma, (4) Sutasoma bertapa, (5) Sutasoma menikah, (6) Purusadha menangkap 100 Raja, (7) Purusadha menghadap Bhatara Kala, (8) Perang di Tegal Kuru, dan (9) Sutasoma menyadarkan Bhatara Kala.

Praktik-praktik *menenun*, menempa logam (*memande*), dan melukis yang dilakukan masyarakat Kamasan dijadikan atraksi wisata untuk memeragakan cara-cara orang *menenun*, membuat peralatan dari logam, dan cara-cara melukis tradisional wayang Kamasan. Atraksi *menenun* dilakukan oleh perempuan, baik untuk memproduksi kain *endek* maupun songket. Produk ini sangat

disukai, baik oleh wisatawan lokal maupun domestik. Atraksi *memande* dikerjakan oleh laki-laki yang menghasilkan produk-produk, seperti *bokor*, kerajinan selongsong peluru, perlengkapan ritual, seperti genta dan peralatan dapur. Di pihak lain, profesi melukis sudah dapat dilakukan oleh kaum laki-laki dan perempuan (Picard, 2006: 171).

Proses melukis tradisional wayang gaya Kamasan sangat menarik untuk dijadikan objek dan atraksi wisata. Dengan menyajikan tahapan-tahapan kerja melukis secara tradisi dari memproses bahan berupa kanvas dan warna serta tahapan-tahapan melukis tradisi secara utuh merupakan tontonan yang menarik bagi wisatawan. Maraknya pariwisata yang berkunjung ke Desa Kamasan mendorong industri kreatif berkembang sangat cepat untuk memproduksi produk penunjang pariwisata. Industri menenun, memande, dan melukis mampu mempresentasikan Desa Kamasan sebagai objek yang memiliki daya tarik wisata yang sangat khas dan unik. Sebagaimana yang dikatakan oleh Muriati, ia setiap bulannya selalu didatangi oleh wisatawan untuk belajar melukis dirumahnya. Demikian juga dengan Suciarmi, secara rutin tiap-tiap bulan travel yang dikelola oleh orang Amerika yang tinggal di Ubud mengantarkan tamu-tamunya untuk melihat secara khusus tentang cara-cara melukis wayang Kamasan. Produk yang digemari oleh wisatawan berupa gantungan kunci, dompet, hiasan dari batok kelapa (lihat gambar 5.8).



Gambar 5.8 Produk Penunjang Pariwisata. Dokumen: I Wayan Mudana, 2014.

Produk industri budaya memanfaatkan bahan dasar yang remeh-temeh dari sisa-sisa kanpas yang biasa dibuang dijadikan produk *souvenir* sebagai produk penunjang pariwisata. Proses melukis tradisional wayang Kamasan dapat dijadikan atraksi dan daya tarik wisata. Atraksi tentang cara-cara melukis secara tradisi bagi wisatawan merupakan tontonan dan tuntunan yang sangat menarik.

Bentuk Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern di Klungkung Bali

Dalam bab VI dibahas bentuk transformasi seni lukis wayang Kamasan (SLWK) pada era postmodern di Klungkung, Bali yang berimplikasi terjadi perubahan. Bentuk perubahan SLWK pada era postmodern sudah diprofanisasi menjadi produk massa untuk didistribusikan ke pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Perubahan-perubahan transformasi SLWK pada era postmodern, yaitu perubahan produksi, perubahan distribusi, dan perubahan konsumsi. Perubahan produksi membahas tentang pola-pola perubahan produksi yang berhubungan dengan bentuk estetika, pembagian ruang, sketsa, pewarnaan, tema-tema lukisan, penyajian, dan penyelesaian. Perubahan distribusi membahas keterlibatan pemerintah, bisnis, dan media dalam mendistribusikan produk SLWK ke pasar (pasar lokal dan pasar global). Perubahan konsumsi membahas, perubahan konsumsi pelukis, karakter konsumsi konsumen, pola-pola konsumsi konsumen, dan tanggapan konsumsi konsumen.

Bentuk SLWK memiliki nilai estetika sangat artistik yang sangat khas dan unik di dalamnya terkandung nilai-nilai simbolik sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Sumardjo (2000: 115--120) dalam buku "Filsafat Seni", menyatakan bahwa karya seni selalu berhubungan dengan bentuk dan isi. Nilai bentuk berhubungan dengan indrawi dan nilai isi berada di balik indrawi. Bentuk juga

berhubungan dengan bahan atau medium seperti, kanvas, papan, warna, sketsa/garis, tekstur, dan bangun tertentu. Penghayatan bentuk dan isi bersifat sangat subjektif sesuai dengan interpretasi tiap-tiap individu. Pemuja isi dinamai kaum “*philistin*” sedangkan pemuja bentuk (estetik) disebut kaum “*formalis*”. Seorang *philistin*, mencari karya seni sesuai dengan minat praktis yang lebih mementingkan konteks, dan bobot isi. Sebaliknya kaum formalis tidak pernah peduli pada apa yang dibicarakan oleh sebuah karya seni. Yang dipedulikan hanyalah bagaimana seorang pelukis berhasil menghadirkan bentuk-bentuk seni baru yang menarik dan mengagumkan. Kaum pemuja bentuk sering disebut kaum “*estet*”, yang hanya peduli pada penciptaan unsur medium pewarnaan, pembagian ruang, cara menyusun irama, sketsa, tema-tema lukisan, dan penyajian. Santayana menyatakan bahwa bentuk adalah kontruksi dari imajinasi aktivitas pikiran (Ratna, 2007: 82). Motivasi mengerjakan bentuk karya persembahan adalah *ngayah* (gotong royong) untuk memohon keselamatan, kedamaian, ketenteraman, dan kesejahteraan. Semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap produk-produk *soevenir* yang beridentitaskan SLWK maka SLWK dikomodifikasi menjadi produk penunjang pariwisata diproduksi secara massa sehingga terjadi transformasi yang berimplikasi terjadi perubahan. Featherstone (2001: 122) mengatakan bahwa transformasi merupakan proses perubahan dari satu bentuk ke bentuk yang baru bersifat linier dan hierarkis ke arah perubahan produksi. Featherstone (2008: 35) juga menyoroti mode-mode konsumsi berhubungan dengan mimpi-mimpi, *image* dan kesenangan mengonsumsi. Perubahan ini ditandai dengan terjadinya peralihan dan pergeseran kegiatan sektor primer ke sektor sekunder. SLWK yang awalnya difungsikan

sebagai persembahan berubah dikomodifikasi menjadi produk yang cepat laku, produk pajangan untuk di rumah tinggal, *gallery*, *artshop* dan didistribusikan ke pasar berupa produk-produk *soevenir*.

Komodifikasi diasumsikan sebagai kapitalisme yang memiliki kemampuan mengubah obyek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas (Barker, 2004 : 14). Fairclough (1995) dalam "*Discours and Social Change*", mengatakan komodifikasi sebagai berikut.

Commodification is the proses whereby social domains and institution, 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 consumptions (Fairclough,1995: 207).

Komodifikasi dalam pandangan Fairclough, tidak hanya menyangkut masalah produksi komoditas dalam pengertian perekonomian yang sempit terhadap barang yang diperjualbelikan, tetapi juga menyangkut tentang bagaimana barang-barang tersebut didistribusikan dan dikonsumsi hingga dapat memuaskan konsumen. Lebih lanjut Fairclough (1995) juga mengatakan, komodifikasi merupakan petanda kedinamisan tradisi yang harus dibaca ulang oleh setiap generasi baru dengan identitas dan makna baru untuk memberikan kesejahteraan pada pelukis dan kepuasan terhadap konsumen. Komodifikasi dapat melahirkan budaya massa dan masyarakat konsumen atau masyarakat komoditas sehingga menyebabkan munculnya budaya konsumen.

Menurut pandangan Nyoman Mandra, pelukis senior Desa Kamasan menyoroti perubahan produksi yang SLWK, sebagai berikut.

“.....produksi lukisan *driki* (disini) *wenten* (ada) *pakem* dalam melukis yang mengandung filsafat sangat simbolik....untuk persembahan. Proses melukisnya diawali dengan *ngedum karang*, *molokan*, *ngereka/neling*, *mewarna*, *nyawi*, *ngampad*, *muluhin*, *nyoca*, *meletik*, dan *ngerus*. Bahan dan peralatan digunakan diambil dari alam.....warna dari *pere*, *mangsi*, tulang, daun-daunan....peralatan berupa *penelak* yang dibuat dari bambu atau *yip*....*mangkin* (sekarang) sudah banyak digunakan warna dari pabrik karena lebih praktis. Mungkin disebabkan oleh tuntutan hidup *titiang nenten uning taler* (saya tidak tau juga). Becik taler (bagus juga) banyak yang mendapatkan pekerjaan dari melukis...” (Wawancara dengan Nyoman Mandra, 2013 di Kamasan).

Sebagaimana yang dikatakan Nyoman Mandra, bentuk SLWK bersifat simbolik digunakan sebagai pelengkap sarana persembahan dalam ritual agama Hindu dan sangat terikat oleh *pakem*, norma, ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Mandra juga mengatakan bahwa SLWK dikomersialkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga bertransformasi dari sektor primer ke sektor sekunder. Di lain pihak, Tabrani (2006: 260) mengatakan bahwa ciri-ciri transformasi adalah manifestasi pribadi korporatif (gabungan kritis, fleksibel, dan bebas). Karya-karya yang bertransformasi sangat fleksibel, kritis dan bebas sehingga tidak terikat oleh norma tetapi dapat membentuk norma baru ke arah produksi pasar.

Menurut Mandra, lukisan kini tidak hanya digunakan untuk membuat sarana persembahan tetapi juga diperjualbelikan untuk memperoleh penghasilan. Uang yang diperoleh dari melukis dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan di dapur, menyekolahkan anak, membangun rumah dan kebutuhan sosial lainnya. Semakin banyaknya

permintaan terhadap produk *souvenir* SLWK dikomodifikasi menjadi produk massa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Bahan yang digunakan lebih banyak digunakan warna pabrikan yang sangat bervariasi dari yang memiliki kelas tergolong baik, seperti warna *arylic*, *Remrant* sampai menggunakan warna poster. Penggunaan warna pabrikan disebabkan karena bahan *ancur* (bahan perekat) menghilang di pasar. Sebagai penggantinya digunakan warna pabrikan yang kualitasnya tidak sebaik warna yang diproses secara tradisi. Meskipun demikian warna pabrikan sangat bervariasi sangat baik untuk mewarnai produk-produk yang didistribusikan ke pasar sehingga terdapat berbagai pilihan.

Pandangan yang sama juga dikatakan oleh pelukis senior perempuan Ni Made Suciarmi, seperti di bawah ini.

“.....bahwa lukisan sekarang (lukisan pasar) dikerjakan dengan hafal-hafalan, melukis *mecepat-cepetan*, dan *meenggal-enggalan* untuk mendapatkan uang serta target-target untuk memenuhi *order-order* pasar, menghasilkan karya tidak serius.....pelukis melihatnya upah bukan lukisannya” (Wawancara dengan Ni Made Suciarmi, 2013 di Kamasan).

Sebagaimana yang dikatakan Suciarmi bahwa pelukis sekarang lebih banyak berorientasikan untuk memperoleh uang dibanding dengan mempertahankan idealisme. Oleh sebab itu pemilik uang mampu mengatur pelukis, mengarahkan, dan menjalankan perintah-perintahnya untuk memproduksi produk-produk pasar dengan cara *meenggal-enggalan*, *mecepat-cepetan* dengan target-target untuk memperoleh uang. Lukisan yang dikerjakan dengan *meenggal-enggalan*, *mecepat-cepetan* menghasilkan karya hafal-hafalan yang diproduksi dan reproduksi dengan cara menghafal semata-mata hanya untuk mengejar target-target

dan *order-order* kapitalisme untuk mendapatkan upah yang lebih besar.

Perkembangan masyarakat postindustri dan kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumerisme dalam diskursus kapitalisme mutakhir dan perkembangan masyarakat konsumen untuk mempengaruhi cara-cara pengungkapan estetika bagi suatu produk untuk ditukarkan di pasar (Piliang, 1998: 245--246). Kapitalisme dapat membangun dan menciptakan model-model hasrat dan keberlangsungannya sangat tergantung pada keberhasilan dalam menanamkan model-model produk massa yang dieksploitasi menjadi produk-produk baru (Guantri, 1984: 228).

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa bentuk transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali, sudah berubah diprofanisasi menjadi produk massa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perubahan-perubahan yang terjadi adalah (1) perubahan produksi, (2) perubahan distribusi, dan (3) perubahan konsumsi.

Perubahan Produksi

Secara tradisi SLWK diproduksi oleh *sangging* yang memiliki kemampuan mentransformasikan nilai-nilai filsafat dan agama dalam kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat menjadi bentuk visual berupa lukisan wayang. Objek-objek yang divisualkan menjadi lukisan wayang diangkat dari nilai-nilai cerita epos Ramayana, Mahabharata, sutasoma, dan Tantri. Secara tradisi SLWK juga diproduksi untuk memberikan pencerahan dan bayangan terhadap umat manusia. Tema-tema lukisan yang divisualkan berhubungan dengan hukum sebab dan akibat, baik dan buruk diwujudkan

dalam bentuk simbol-simbol wayang sehingga dapat memberikan bayangan tentang hakekat dari kehidupan manusia. Semakin kompleksnya kebutuhan hidup manusia maka SLWK dikomersialkan menjadi produk penunjang pariwisata, diproduksi secara massa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.



Gambar 6.1 Seni Sakral Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Sesuai dengan gambar 6.1. Untuk memenuhi kebutuhan pariwisata SLWK yang biasanya digunakan sebagai simbol-simbol sakral seperti *kober* dan *payung pagut*, *pengider-ider* yang dihias dengan lukisan wayang Kamasan diprofanisasi menjadi produk penunjang pariwisata. Profanisasi merupakan ciri dari kapitalisme yang

mampu mengkonsumsi seni sakral menjadi produk profan sehingga terjadi transformasi. Di pihak lain, transformasi sangat korporatif dapat menghasilkan produk-produk baru yang kreatif, efektif, efisien, dan ekonomis melalui proses komodifikasi sehingga terjadi pergulatan antara struktur lukisan idealisme tradisi yang terikat *pakem* dengan realitas idealisme pasar untuk mendapatkan keuntungan berupa uang.

Fairclough (1995) dalam Barker (2004: 14), mengatakan bahwa komodifikasi selain dapat mengubah obyek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas juga dapat meningkatkan nilai guna dan nilai tukar. Karya-karya tradisi yang bersifat simbolik dikomodifikasi menjadi komoditas, diproduksi secara massa untuk meningkatkan nilai jual dengan cara mempertukarkan nilai-nilai sakral menjadi nilai-nilai uang melalui permainan simulasi. Simbol dewa-dewa yang sangat disakralkan dalam pandangan agama Hindu diproduksi untuk menghias produk *souvenir* berupa dompet, tas, tempat tisu, sehingga terjadi desakralisasi.

Menyeroti praktik-praktik profanisasi SLWK menjadi produk massa I Wayan Puspa seorang pelukis Kamasan mengatakan sebagai berikut.

“.....profanisasi tidak dapat dihindari karena berkaitan dengan kebutuhan hidup. Ia pernah bekerja di hotel dengan posisi yang sangat baik.....karena sering sakit-sakitan menurut keyakinannya ia harus kembali menekuni profesi melukis karena faktor keturunan. Selain bentuk lukisan di atas kanvas, lukisan telurnya sangat dikagumi di Kamasan.....dulu sangat gampang menjual lukisan dan sangat laku.....karena bersaing dengan pemilik modal besar.....secara tidak sadar Puspa.....mengikuti keinginan konsumen dan harus menjemput bola untuk melayani *order-order* pasar

meskipun kecil ia layani untuk kepuasan konsumen” (Wawancara dengan I Wayan Puspa, 2014 di Kamasan).

Sesuai dengan pandangan Puspa, yang meyakini adanya takdir untuk menjalankan amanat leluhur menekuni profesi sebagai pelukis. Untuk memasarkan produk lukisan dilakukan dengan memberikan pelayanan terbaik pada konsuen dengan cara menjemput bola. Persaingan di pasaran sekarang sangat ketat tidak seperti dulu pembeli yang datang ke Kamasan memesan lukisan. Kini dalam pergulatan mempertahankan kebutuhan hidup secara tidak sadar pelukis mengikuti keinginan-keinginan konsumen memproduksi simbol-simbol yang disakralkan dalam agama Hindu menjadi produk pasar. Puspa juga mengatakan bahwa sekarang pelukis harus berani menjemput bola tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan. Kalau pelukis tidak berani menjemput bola dan hanya tinggal menunggu di rumah cenderung maklar-maklar yang mendapatkan keuntungan, sedangkan pelukis diperas hanya mendapatkan pekerjaan dengan hasil yang tidak seberapa. Pendekatan melalui *order* cara-cara lama cenderung mengundang masalah seringkali kualitas yang dijanjikan tidak sesuai dengan kenyataan sehingga konsumen merasa kapok. Maklar yang menerima keuntungan sedangkan pelukis yang mendapatkan getahnya.

Menyoroti perubahan produksi SLWK, Suciarmi mengatakan bahwa kini tidak lagi dikerjakan berdasarkan curahan hati, tetapi dikerjakan untuk memenuhi targe-target memperoleh upah berupa uang. Untuk memperoleh upah yang lebih besar kebiasaan-kebiasaan melukis dipertarungkan menjadi struktur baru dengan cara menghafal sehingga menghasilkan produk massa yang dapat didistribusikan ke pasar.

Bourdieu (2010: v) menganalisis profanisasi dalam konteks SLWK sebagai logika ekonomi terbalik yang dimenangkan “pecundang” karena keberhasilan ekonomi. “Pecundang” oleh Bourdieu diasumsikan kapitalisme dengan kekuasaan kapital dan jaringan yang dimiliki berhasil memenangkan pertarungan dalam memproduksi dan mereproduksi seni sakral menjadi *souvenir* untuk didistribusikan ke pasar. Pertarungan logika simbolik dengan logika ekonomi merupakan hasrat yang dijadikan topeang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan dengan cara mengaburkan struktur lukisan idealisme tradisi menjadi produk baru yang semu sehingga berimplikasi terjadi perubahan.

Hasrat mentransformasikan ide-ide pasar menjadi komoditas dalam arena produksi kultural dapat dipertukarkan sebagaimana layaknya barang yang dapat memberikan keuntungan berupa uang. Ide-ide pasar merupakan cerminan kapitalisme dengan pendekatan bujuk rayu berusaha untuk mendominasi pelukis melakukan komodifikasi menggunakan teknik-teknik produksi untuk menghasilkan produk-produk baru berupa produk massa. Dengan bujuk rayu tanpa sadar pelukis terjebak oleh perangkat untuk mengikuti keinginan kapitalisme memprofanisasi SLWK menjadi produk baru untuk didistribusikan ke pasar. Hidayat (2012 : 112) dalam “*Menggugat Modernisme*”, mengatakan bahwa budaya massa sangat miskin rangsangan namun kaya fantasi yang autentik. Di lain pihak kapitalisme mampu membalikkan logika dengan mendominasi pelukis yang secara tidak sadar terjadi perubahan produksi dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi ke idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen.

Pada era postmodern rangsangan pelukis secara kritis mengikuti perkembangan pasar dan aktif menawarkan komersialisasi berupa produk-produk baru sehingga terjadi gerakan ganda. Di Eropah rangsangan untuk berinovasi hingga melahirkan produk-produk baru merupakan gerakan ganda, dijadikan kritik dari kesewenang-wenangan modernisme yang lebih mengedepankan rasionalisme, individualisme, serta meninggalkan tradisi. Berbeda dengan praktik-praktik komersialisasi SLWK di Klungkung, Bali dapat berjalan sangat fleksibel serasi, seimbang, dan berkesinambungan.

Berdasarkan struktur pertarungan hasrat dalam ranah produksi kultural Suciarmi juga menyatakan, kalau dulu dia harus belajar sendiri dengan tekun dan harus mengikuti ketentuan-ketentuan dalam melukis tradisi dari *ngedum karang*, *ngereka*, *ngewarna*, *neling*, *nyawi*, *ngampad*, *buluhin*, *nyoca*, dan *meletik*. Ia juga sangat bersyukur diberikan kesempatan oleh pamannnya untuk mengembangkan bakat-bakat melukis yang dimiliki. Sebagaimana yang dikatakan dalam wawancara Nurdjanti dalam penelitian "*Vibrasi Seni Lukis Wayang Kamasan, Bali, Indonesia*", tahun 2006 sebagai berikut.

".....*yen melajah memasak anak aluh....yan yem jangin uyah.....yan pakeh jangin yeh.....yan ngalih pipis mare keweh*. Artinya, kalau belajar memasak sangat gampang kalau tidak terasa garamnya ditambah garam, kalau terlalu asin, ditambah air.....yang susah adalah mencari uang" (Wawancara dengan Suciarmi, 2006 di Banjar Sangging).

Sesuai dengan pandangan pamannya yang disampaikan kepada Suciarmi bahwa mencari uang sangat susah. Meskipun demikian, ia harus dapat mencari uang dari melukis. Untuk belajar memasak di dapur kalau sudah ada

uang sangat mudah dipelajari. Untuk menghasilkan uang dari lukisan harus menghasilkan karya-karya yang baik sehingga mengundang daya tarik bagi pembeli. Sebagaimana yang dikatakan Pierre Bourdieu (2010) dalam “*Arena Produksi Kultural*”, sebagai berikut.

Arena produksi kultural menghasilkan efek-efek terpentingnya melalui permainan “*homologi*” antara opsi-oposisi fundamental yang membentuk struktur arena dan yang menstrukturkan arena kekuasaan dan arena relasi kelas. Homologi-homologi ini yang memunculkan efek-efek ideologis yang muncul secara otomatis manakala posisi-posisi berbeda di berbagai level itu saling tumpang tindih atau bergabung. Homologi tersebut juga bisa jadi basis bagi aliansi parsial (Bourdieu, 2010: 25).

Apa yang disampaikan oleh pamannya pada Suciarmi sesuai dengan pandangan Bourdieu (2010), bahwa produksi kultural merupakan permainan homologi *habitus* berupa kebiasaan-kebiasaan melukis masyarakat Kamasan yang memiliki keinginan (*ranah*) untuk meningkatkan kesejahteraan. *Ranah* digambarkan sebagai logika permainan sebuah rasa praksis yang melahirkan praktik dan persepsi mengontruksi objek-objek kreatif melalui proses komodifikasi. Relasi produksi kultural dalam arena kekuasaan muncul hampir sempurna di antara dua struktur yang bersilangan. Konsep *habitus* merepresentasikan niat untuk memperoleh keuntungan (Bourdieu, 2010: xv). Dalam permainan arena kekuasaan Bourdieu juga mengatakan bahwa arena permainan produksi kaum kapital melalui perpanjangan tangan para agen yang berusaha mendominasi perajin untuk memproduksi keinginan-keinginan mereka sendiri dengan meminjam keterampilan perajin untuk melakukan komodifikasi dengan cara mendaur-ulang dan permainan simulasi.

Hasrat kapitalisme dalam permainan simulasi mentransformasikan ide-ide mendaur-ulang menjadi produk-produk baru untuk didistribusikan ke pasar. Produk baru yang didistribusikan di pasar berorientasi ekonomi dengan pertimbangan untuk memperoleh keuntungan berupa uang. Semakin tinggi standarisasi yang ingin dikonsumsi konsumen menunjukkan semakin tinggi pula uang yang dipertukarkan untuk memperoleh produk yang distandarkan. Produk standarisasi yang dijual di pasar sangat dinamis dan variatif, yaitu dari bersifat *hand made* masih berorientasi *pakem* dan produk massa dengan menggunakan teknik-teknik produksi. Produk *hand made* dengan struktur idealisme tradisi terikat *pakem* sangat langka di pasar karena bahannya sulit diperoleh, prosesnya sangat panjang, dan beberapa bahan dasar cenderung menghilang dipasaran. Artinya untuk memperoleh lukisan yang bermutu tinggi dengan idealisme *pakem* sampai dengan produk baru yang semu merupakan pergulatan yang harus diperjuangkan meskipun dilakukan berdasarkan *order-order* pasar dengan kepercayaan dan kesepakatan harga.



Gambar 6.2 Seni Profan Dokumen: I Wayan Mudana 2014

Sesuai dengan gambar 6.2. Gambar wayang dengan tokoh para dewa diprofanisasi untuk menghias *souvenir*, seperti map, tempat tisu, dan dompet sebagai pencitraan untuk meningkatkan nilai jual dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Citra yang dilekatkan pada SLWK bukan merupakan representasi realitas, melainkan citra yang dikonstruksi melalui mekanisme terjadinya transformasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Citra merupakan salinan realitas di luar dirinya, yang disebut Baudrillard sebagai *simulakra*.

Realitas produk kultural yang dijual di pasar ditandai dengan keautentikan belaka dengan cara mengaburkan estetika tinggi dengan estetika rendah, yang oleh Piliang (2008: 290) disebut sebagai permainan simulasi. Keautentikan SLWK dikaburkan dengan cara menyederhanakan bentuk, mengurangi kerumitan diganti dengan memanfaatkan medium-medium baru dan permainan simulasi sesuai dengan *order-order* pasar untuk menghasilkan produk baru yang kreatif dan inovatif. Andy Warol seorang pelukis berkebangsaan Amerika Serikat tokoh pergerakan seni postmodern dalam menyoroti proses kreativitas untuk menghasilkan produk dengan inovasi baru mengatakan bahwa ia tidak senang lukisannya hanya dapat dinikmati oleh orang-orang tertentu. Ia lebih suka mengopi lukisannya menjadi produk massa dengan tidak mengurangi kualitas sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas (Bourdieu, 2010 dalam Strinati, 2004: 134). Pandangan yang sama juga diutarakan oleh Made Puspa yang sering menerima orderan pasar dengan ketentuan-ketentuan yang sudah tertuang dalam model. Ia tidak berdaya menolak keinginan pengelola industri karena dapat mempekerjakan banyak orang khususnya para ibu rumah tangga. Kalau tidak

dilayani membuat sketsa-sketsa pasar ia pun khawatir akan terjadi banyak pengangguran sebab pekerja-pekerja ini memiliki keterampilan yang sangat terbatas. Puspa sangat gembira melihat ibu-ibu di Desa Kamasan bekerja sangat ulet bergabung untuk mengerjakan produk-produk yang dijual di pasar tanpa meninggalkan tugas pokoknya sebagai seorang ibu.

Produk-produk pasar sering diasumsikan sebagai produk kasar, rendahan, tidak berkelas, mengulang-ulang, dan terpinggirkan. Padahal sesungguhnya sangat dinamis tergantung pada kemampuan konsumen membeli. Pembeli yang berani membayar mahal mendapatkan karya yang bagus, baik dari penggarapan maupun dari sisi penggunaan bahan. Di lain pihak dari kalangan pasar kelas ekonomi menengah juga harus digarap karena merupakan pasar sangat potensial. Dari wawancara yang dilakukan secara terpisah dengan Mangku Gina, Mastra, dan Made Darmanta, yang menyatakan diri sebagai pelukis pasar mengatakan sebagai berikut.

“.....sesungguhnya kalau mendapatkan kesempatan, ia dapat melukis tradisi wayang Kamasan sama baiknya dengan teman-temannya. Di tahun 1980-an ia belajar melukis bersama teman-temannya pada Nyoman Mandra.memang tidak semua yang belajar melukis saat itu mengambil profesi sebagai pelukis. secara teknis kemampuan melukis teman-temannya tidak jauh berbeda dengan yang lain, hanya faktor nasiblah yang menunjukkan perbedaan itu” (Wawancara secara terpisah dengan Mangku Gina, Mastra, dan Made Darmanta, 2014 di Kamasan).

Pada dasarnya orang-orang yang pernah belajar pada Nyoman Mandra sebagai *habitus* memiliki kemampuan teknis melukis yang hampir sama karena diajar teknik-teknik

melukis secara bersama-sama. Kalaupun ada perbedaan lebih banyak disebabkan oleh suratan takdir yang tidak berpihak kepadanya sehingga menjadi pelukis yang terpinggirkan untuk memproduksi *order-order* pasar yang remeh-temeh. Menurut Mastra, pelukis yang terpinggirkan ini kalau mendapatkan kesempatan mampu menghasilkan karya lukisan dengan idealisme tradisi yang menjunjung *pakem*. Ia bersama teman-temannya sering membantu mengerjakan *order-order* dari Nyoman Mandra yang di fungsikan untuk menghias bangunan suci, bangunan hotel dan menghias bangunan rumah tinggal. Artinya, kemampuannya melukis sudah tidak diragukan oleh gurunya. Akibat dari kebutuhan hidup yang begitu kompleks ia merelakan idealismenya memproduksi produk lukisan pasar untuk melayani *order-order* dari pemilik *gallery*, *artshop*, dan pemilik modal.

Pelukis pasar merupakan *ranah* gerakan massa baru postmodern (*new-age*) berkembang sangat subur di Desa Kamasan yang mampu memberikan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Berkembangnya lukisan pasar merupakan *ranah* baru yang diciptakan kapitalisme untuk mengantarkan pelukis berpikir secara kritis dalam membayangkan seolah-olah ingin kembali menengok kedalam dimensi spiritual yang selama ini ditinggalkan. Padahal bayangan yang diciptakan semata-mata hanya ingin memperoleh keuntungan ekonomi dari produk massa yang didistribusikan di pasar.

Pola-pola produksi yang dikembangkan dalam memproduksi produk pasar dikaburkan dengan teknik hafal-hafalan dengan memanfaatkan teknologi dan ilmu pengetahuan. Kemampuan menghafal perajin dimanfaatkan oleh pemilik modal sehingga mampu menghasilkan produk-

produk yang mirip dan sepadan yang oleh Suciarmi disebut hafal-hafalan untuk mengejar target-target produksi dan mendapatkan upah yang lebih banyak. Teknik-teknik menghapal produksi yang sangat khas dan unik, Van Peursen (1976: 120) dalam “*Strategi Kebudayaan*”, mengatakan bahwa teknik merupakan suatu kelanjutan dari badan manusia yang alamiah, sebagai contoh perkembangan alat fotografi sebagai “*camera obscura*” (bilik gelap) maka disadari bahwa matanya sendiri juga berfungsi diproyeksikan ke dalam alat foto. Sebaliknya teknik *ngeblad* digunakan untuk menggandakan sketsa-sketsa dengan menggunakan bantuan kaca tembus (*nyuluh*) dan pantulan sinar.

Bentuk transformasi yang diproduksi menggunakan teknik *ngeblad* adalah *kober*, *ider-ider*, dan *ulap-ulap*. Lukisan yang menggunakan kain juga sering direproduksi menggunakan teknik *ngeblad*, yaitu teknik produksi yang menggunakan sinar lampu (*nyuluh*). Gambar yang tampak setelah *disuluh* dengan sinar diikuti dengan kontur-kontur garis sehingga mendapatkan gambar yang sama dengan obyek aslinya. Di lain pihak, teknik modern yang khusus dalam mekanisme mengatur jalannya sendiri dan melakukan umpan balik dinamakan “*cybernetica*”. Teknik ini muncul semenjak ditemukannya teknologi *op tik* dalam dunia fotografi yang mampu merekam dan memantulkan gambar-gambar untuk dipindahkan ke dalam komputer, maka teknik fotografi kini dapat menghasilkan produk reproduksi massa, seperti produk *poscard*, cangkir, piring, *binner*, dan baju. Di lain pihak, produksi komoditas yang dikerjakan dengan teknik hafal-hafalan dan target merupakan produk simulasi untuk menciptakan produk baru yang saling mengait. Sebagaimana yang dikatakan Baudrillard, estetika simulasi adalah objek yang mereproduksi dengan cara meniru,

menjiplak, dan mengulang disebut “*gadget*”, yaitu suatu objek tidak berguna dan terbelakang yang menyimulasikan suatu fungsi tanpa memiliki acuan nyata dan praktis.

Menyoroti perubahan sosial yang terjadi di desa Kamasan, Klungkung, Bali, Mangku Muriati dan Pande Sumantra dalam wawancara tahun 2014 di tempat terpisah mengatakan bahwa perubahan produksi yang terjadi pada SLWK pada era postmodern adalah berupa perubahan (1) bentuk estetika, (2) pembagian ruang, (3) sketsa, (4) pewarnaan, (5) tata busana, (6) tema-tema, (7) penyelesaian dan penyajian (lihat tabel 6.1).

Dari uraian tersebut diatas dapat dikatakan bahwa perubahan produksi SLWK sudah diprofanisasi menjadi produk massa untuk didistribusikan ke pasar sehingga terjadi desakralisasi. Pelukis pasar merupakan gerakan massa baru postmodern (*new-age*) yang berkembang sangat subur di Desa Kamasan. Industri kreatif yang berkembang di Desa Kamasan mampu memberikan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat meningkatkan keejahtraan keluarga, meluasnya distribusi dan konsumsi dan munculnya pelukis perempuan. Di lain pihak simbol-simbol agama yang diprofanisasi menjadi produk massa seperti dompet, tempat tisu, tas dapat melunturkan nilai-nilai tradisi budaya lokal dan terpasungnya kreativitas melukis. Kapitalisme dengan kekuatan kapitalnya mampu memprofanisasi SLWK menjadi produk massa sehingga terjadi desakralisasi. Meskipun demikian desakralisasi yang terjadi belum bersifat radikal, masih terbatas pada pemanfaatan simbol-simbol agama untuk melukis produk-produk *soevenir* sebagai produk penunjang pariwisata.

Tabel 6.1 Perubahan Produksi Seni Lukis Wayang Kamasan

Perubahan	Tradisional	Postmodern
Bentuk Estetika	Ide renungan suci, simbolik, sebagai persembahan kepada <i>Ida Sanghyang Widhi Wasa</i> . untuk memohon keselamatan.	Ide pinjaman masa lalu, daur ulang, didistribusikan di pasar, dipersembahkan kepada pariwisata. untuk memperoleh uang.
Pembagian Ruang	<i>Ngedum karang</i> yang terikat oleh ruang dan waktu dan <i>pakem</i> .	Arena bermain-main, sebagai daya tawar untuk menentukan harga.
Sketsa	Mentransformasikan napas, <i>molokan</i> (pola), <i>ngereka</i> (membentuk) memberikan ekspresi.	Permainan simulasi dari keinginan konsumen, dikaburkan dengan standarisasi dan target
Pewarnaan	Simbolik, warna <i>pengawak</i> dan sebagai warna estetik	Penutup bidang, meniru, mendaur-ulang, sangat pragmatis, ekonomis.
Tema-Tema	Ramayana, Mahabharata, Tantri	Ramayana, Mahabharata, tantri, dan kisah kehidupan pribadi
Penyelesaian	Memiliki greget, khas dan unik.	Dikaburkan dengan standarisasi, target-target .
Penyajian	Persembahan, lembaran atau digulung.	Komoditas, dispantram

Sumber: Data primer diolah dari pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan Mangku Muriati dan Pande Sumantra, 2014 di Kamasan, Klungkung.

Bentuk Estetika

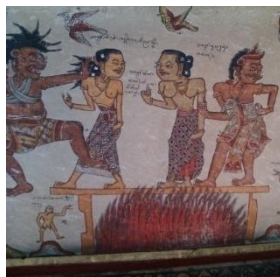
Secara tradisi bentuk estetika pramodern bersifat simbolik diciptakan dari renungan suci sebagai persembahan kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa*. Estetika simbolik menurut Ratna (2011: 32) dihasilkan dari renungan-renungan suci yang diwujudkan dalam bentuk simbol sebagai sarana untuk mengkomunikasikan hasil dari renungan suci. Oleh sebab itu ide-ide estetika pencerahan dikatakan turun dari langit yang diperoleh melalui meditasi berupa penyerahan diri untuk memohon petunjuk dan perlindungan dari *Ida Sanghyang Widhi Wasa*. Simbol-simbol yang ditangkap melalui penyerahan diri dalam konteks SLWK ditransformasikan dalam bentuk lukisan wayang selanjutnya oleh penguasa dipakai sebagai sarana untuk memberikan pencerahan kepada umat. Proses pengerjaan estetika pencerahan sangat terikat oleh ruang dan waktu dan bersifat simbolik. Pierre Bourdieu mengatakan bahwa simbol memiliki arti penting dalam kehidupan masyarakat global. Setiap interaksi sosial, baik maupun komunikasi, selalu menggunakan simbol yang menyediakan perangkat tanda untuk memudahkan terjadinya kesepahaman atau saling pengertian (Fashri, 2014: 117).

Nilai-nilai mitos yang dilekatkan pada lukisan wayang dapat membayangkan hakikat tentang kehidupan manusia. Manusia dibayangkan memiliki karakter seperti dewa, sebagai binatang dengan ekspresi marah, galak, sedih, dan meditasi. Simbol-simbol yang ditangkap melalui penyerahan diri ditransformasikan dalam bentuk lukisan wayang untuk selanjutnya oleh penguasa dipakai sebagai sarana

memberikan pencerahan kepada umat. Bentuk estetika pencerahan memiliki ketentuan sangat mengikat dan baku dimulai dari *ngedum karang*, *ngereka*, pewarnaan/*pengawak*, *nyawi*, *sesejukan*, *ngampad*, *nyoca*, dan *meletik*.

Proses pengerjaan estetika pencerahan sangat terikat oleh ruang dan waktu untuk menghasilkan karya-karya maksimal dan bersifat simbolik. Pierre Bourdieu mengatakan bahwa simbol memiliki arti penting dalam kehidupan masyarakat global. Piliang (mengacu pemikiran Baudrillard) mengemukakan ada *tiga* relasi pertandaan dalam wacana seni dari berbagai zaman (1) estetika klasik/pramodern, (2) estetika modern, dan (3) estetika postmodern. (Sachari, 2006: 66). Setiap interaksi sosial, selalu menggunakan simbol yang menyediakan perangkat tanda untuk memudahkan terjadinya kesepahaman atau saling pengertian (Fashri, 2014: 117).

Bentuk Estetika Seni Lukis Wayang Kamasan



“Atma Prasangsia”
estetika pencerahan
pramodern



“Wejangan Drona”
Bentuk estetika
semantik dan
pragmatis era
modern



Produk pasar
estetika oposisi
era postmodern

Gambar 6.3 Perubahan bentuk estetika, pramodern, modern dan postmodern. Dokumen I Wayan Mudana 2014

Estetika pencerahan (lihat gambar 6.3) dalam lukisan yang terdapat pada dinding bangunan *Kertha Gosa* dengan tema “*Bima Swarga*” melukiskan *atma* orang yang suka berbohong atau suka berbuat jahat akan diuji di “*titi ugal agil*” di bawah “*titi*” terdapat jamban api dan dipasang tombak di bawahnya. Selain itu, juga diawasi oleh makhluk-makhluk yang siap memberikan hukuman. Kalau jatuh, sebagai tanda bahwa semasa hidupnya penuh dengan dosa. Kalau semasa hidupnya lebih banyak berbuat kebajikan, manusia akan dapat melewati *titi ugal agil* tersebut.

Untuk menunjukkan identitas diri, Gouda (1995) dalam “*Dutch Culture Overseas*”, (Praktik Kolonial di Hindia Belanda 1900-1942) Gubernur Jendral De Joeng menunjuk Walter Spies dan R. Bonnet untuk melakukan pembinaan terhadap pelukis Bali. Dalam pembinaan tersebut diperkenalkan estetika barat tentang teknik-teknik melukis modern seperti (1) stilirisasi, (2) komposisi, (3) proporsi, (4) ekspresi, perspektif dan (5) penyajian. Mengingat sebagian dari warna Bali seperti *geluga* sangat dop (kurang cerah) maka didatangkan beberapa warna, seperti *kencu*, tinta Cina, *atal*, *perada gede*, dan *ancur* dari negeri Cina. Semua teknik dan warna Bali yang sudah baik terus dilanjutkan. Semua teknik dan warna tersebut untuk selanjutnya diintegrasikan sebagai teknik dan warna tradisi yang memiliki identitas sangat khas dan unik. Pelukis juga didorong untuk menunjukkan identitas diri.

Estetika Barat yang dikembangkan dalam pembinaan terhadap para pelukis Kamasan adalah estetika semantik dan estetika pragmatis. Piliang (2008: 290) mengatakan ciri-ciri

estetika semantik memiliki tipe-tipe tanda dan mode referensi yang rasional. Di pihak lain estetika pragmatis berhubungan dengan hakikat dan kemampuan seni sebagai harmonisasi. Bentuk estetika semantik dan pragmatis yang dikembangkan selain ingin menunjukkan aktualisasi diri dengan mempertahankan teknik-teknik melukis tradisi yang terjadi secara turun-temurun juga dikomersialkan menjadi produk penunjang pariwisata. Di lain pihak untuk mengembangkan estetika yang efektif, efisien, dan ekonomis digunakan bahan dan peralatan yang bersifat pabrikan. Ratna (2011: 235) dalam "*Estetika sastra dan Budaya*", mengatakan bahwa pemikiran manusia modern sangat dinamis, universal dan individualisme menyebabkan imajinasi penciptaan bergeser dari yang berorientasi memohon, menunggu, pasrah berubah menjadi lebih aktif dan memberikan penjiwaan berupa ekspresi. Sebagaimana dengan lukisan yang berjudul "wejangan Drona pada Pendawa" yang dilukis oleh Wayan Puspa (anak didik Mandra) diangkat dari cerita Mahabharata. Kepekaan intuisinya mengantarkan ia berhasil memberikan jiwa seolah-olah lukisan yang dibuatnya tampak hidup. Menurut Crose (1866-152) dalam Ratna (20011: 83), intuisi dianggap sebagai pengetahuan yang diperoleh melalui daya khayal. Itu berarti bahwa Puspa sudah mampu mentransformasikan karakter diri berupa daya khayal ke dalam bentuk lukisan. Kemampuan mengekspresikan daya khayal ke dalam satu bentuk lukisan merupakan identitas modern yang bersifat subjektif.

Estetika pencitraan yang dikembangkan para pendukung gaya lukisan Mangku Mura masih terbatas untuk menghias bangunan rumah tinggal dan hotel. Sedangkan bagi pengusung gaya lukisan Mandra sangat dinamis masih

ada yang bertahan untuk mempertahankan idealisme tradisi meskipun jumlahnya semakin menurun. Pengikut Mandra lebih banyak yang melayani *order-order* pasar sehingga menghasilkan produk *souvenir* Mandra-Mandraan. Pencitraan menurut Baudrillard dalam Piliang (2008: 290) merupakan permainan simulasi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai jual. Sedangkan simulasi merupakan permainan produksi massa untuk meningkatkan nilai guna dan nilai tukar. Simulasi tidak dapat dipisahkan dari narasi-narasi baru, sisipan, tambahan sehingga menghasilkan produk baru yang semu.

Estetika yang dikembangkan untuk memproduksi struktur baru dalam permainan simulasi, menurut Piliang (1998: 151) adalah estetika oposisi yang bertujuan untuk mendapatkan nilai guna dan nilai tukar yang lebih tinggi. Dalam konteks budaya konsumen estetika oposisi berusaha menghapus batas-batas antara seni dan kerajinan, sakral dan profan, yang oleh Featherstone (2008 : 158) disebut sebagai gerakan “ganda”.



Gambar 6.4 Estetika Oposisi Seni Lukis Wayang Kamasan dalam bentuk payung, angklung, tas dll. Dokumen: I Wayan Mudana, 2014)

Estetika oposisi (lihat gambar 6.4) dapat memberikan dukungan positif terhadap perubahan iklim berinovasi dan

berkreativitas antara seni dan kerajinan, sakral dan profan sehingga melahirkan produk baru yang mampu mendatangkan nilai tambah, dapat meningkatkan nilai jual dan mampu menampung tenaga kerja. Dalam konteks budaya visual produk kreatif menjadi bagian dari penyelenggaraan pembangunan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk meniru dan mengembangkan karya-karya yang mirip dan sepadan dalam lingkup yang hampir tidak terbatas. Produk pasar sarat hitung-hitungan untung dan rugi dengan harapan produknya cepat laku terjual. Produksi kipas Pande Sumantra merupakan produk kerajinan dengan meniru SLWK. Ketika dipamerkan pada PKB tahun 2014 mendapatkan *order-order* dari konsumen yang jumlahnya sangat besar. Kipas yang ia buat sangat laku dipasaran sehingga *order* kipas terus mengalir tiap-tiap bulan sampai saat. Agar tidak membosankan kipas yang ia produksi sangat bervariasi terus diinovasi sehingga terdapat berbagai pilihan.

Estetika yang dihasilkan dengan cara meniru oleh Baudrillard dikatakan sebagai selera rendah, seni kasar, atau sampah artistik. Sesungguhnya pelukis pasar ingin memberikan karya-karya yang terbaik kepada konsumen. Konsumen yang berani membayar mahal mendapatkan produk yang baik sesuai dengan jumlah uang yang dibayarkan. Sebaliknya konsumen yang memiliki uang sedikit juga memiliki kesempatan yang sama tetapi kualitasnya dibedakan. Oleh sebab itu Sumantra mengatakan bahwa produk pasar merupakan produk kesepakatan yang dibuat kedua belah pihak antara pelukis dengan konsumen. Produk pasar merupakan produk yang penuh dengan perhitungan ekonomi (modal) yang mempertarungkan persepsi-persepsi dengan kepercayaan terhadap

kecendrungan yang terjadi pada masyarakat. Oleh sebab itu produk pasar yang dipertarungkan penuh dengan perhitungan untung dan rugi. Kalau tidak pintar menghitung dan memberikan standarisasi terhadap produk sejak awal produk direncanakan, disain, bahan, proses kerja, tenaga kerja, pinising, ongkos tukang, tidak tertutup kemungkinan produk merugi, tidak sesuai target, dan standarisasi yang dikehendaki oleh konsumen.

Modal ekonomi memiliki peranan sangat penting karena sangat dibutuhkan oleh setiap orang sebagai alat tukar, (Bourdieu dalam Jankin, 2004, 95--125). Di pihak lain modal sosial dan kultural juga memiliki peranan tidak kalah penting karena dapat mempengaruhi *habitus* dalam proses produksi dan reproduksi. Sachari (2006: 30) dalam "*Estetika Makna Simbol dan Daya*", mengatakan bahwa karena uang aktivitas transformasi tumbuh lebih bebas dan fleksibel sarat dengan kepentingan sehingga memicu munculnya produk-produk kreatif berupa produk baru dengan cara meniru. Kemampuan meniru yang dimiliki perajin-perajin Desa Kamasan dimanfaatkan sebagai modal oleh kapitalisme untuk memproduksi keinginan-keinginannya melalui permainan simulasi untuk memproduksi produk baru. Kemampuan kapital yang dimiliki kapitalisme secara halus mampu mendominasi pelukis dengan *deposit-depositnya* sehingga pelukis tidak berdaya menolak keinginan-keinginan pemilik modal untuk melakukan profanisasi SLWK menjadi produk pasar.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bentuk estetika SLWK pada era postmodern sudah berubah dari estetika pencerahan menjadi pencitraan untuk menggambarkan dimensi hidup yang mapan dan bersifat hedonistik. Dalam perubahan tersebut idealisme *pakem*

cenderung dipinggirkan dengan kepentingan ekonomi yang mengakibatkan uang menjadi sangat berkuasa sehingga terjadi pemujaan terhadap “uang”.

Pembagian Ruang

Pembagian ruang dalam melukis wayang Kamasan disebut *ngedum karang*. *Ngedum* bahasa Bali berarti membagi, sedangkan *karang* berarti halaman atau bidang. *Ngedum karang* menurut N. Mandra, berarti membagi ruang atau bidang atau dapat juga diartikan sebagai pembatas/batas limit dari ruang atau bidang. Ruang merupakan wujud tiga matra yang mempunyai panjang lebar dan tinggi (Kartika, 2004: 53). Lebih lanjut Kartika mengatakan bahwa ruang dalam seni rupa dibagi atas *dua* macam, yaitu ruang nyata dan ruang semu. Ruang semu artinya penglihatan menangkap bentuk dan ruang sebagai gambaran sesungguhnya yang tampak secara visual yang dapat dilihat pada karya-karya lukisan. Sebaliknya ruang nyata adalah ruang yang dapat dibuktikan dengan indra peraba. Menurut Indrawati (1992: 50), ruang disebut dengan *area* atau *space patern*. Ruang hadir secara tidak terhingga sehingga perlu adanya batas agar ruang dapat dilihat. Ruang tidak dapat dijamah, tetapi dapat dimengerti (Soeipto dan Widodo, 1990: 22).

Ngedum karang atau pembagian ruang juga disebut membuat komposisi lukisan agar memperoleh gambar-gambar yang harmonis antara besar kecilnya wayang dengan luas bidang yang dilukis. Walter Spies dan R Bonnet ketika ditugaskan oleh Gubernur Jendral De Joeng melakukan pendampingan terhadap pelukis Bali tahun 1930 khususnya di Desa Kamasan memperkenalkan teknik-teknik membuat komposisi, proporsi, dan menstilir bentuk untuk dituangkan dalam satu ruang atau bidang. Secara tradisi pembagian

ruang SLWK mengikuti pola pemikiran bentuk mengikuti makna (*form follow meaning*). Makna yang digambarkan dalam visual lukisan wayang harus mengikuti cerita yang terdapat pada karya-karya sastra, seperti Ramayana, Mahabharata, Sutasoma dan Tantri. Ruang juga dapat terbentuk melalui susunan elemen-elemen dengan cara mengkomposisikan objek-objek dari alam bawah (*bur*), alam tengah (*buah*), dan alam atas (*swah*). Dalam perspektif *hierarkis* pembagian ruang dapat menggambarkan tingkatan dan status dari pertokohan yang divisualkan menjadi gambar wayang. Seperti penggambaran dewa dilukiskan pada posisi yang tertinggi makin kebawah diikuti oleh tokoh yang statusnya lebih rendah dengan cara menumpuk tokoh-tokoh wayang dari tingkatan paling bawah ketingkatan paling tinggi. Gambar wayang yang tertumpuk hanya memperlihatkan beberapa bagian yang menonjol, seperti bagian badan dan kepala. Sedangkan wayang yang digambarkan secara utuh merupakan bagaian dari inti cerita yang dijadikan pusat pandangan. Untuk memperoleh pembagian ruang yang harmonis selalu dimunculkan tokoh punakawan atau penyeroan untuk memberikan narasi terhadap terhadap pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh pelukis.

Semenjak diperkenalkan estetika Barat oleh kaum orientalis orientasi penciptaan SLWK mengalami perubahan dari orientasi makna yang bersifat simbolik menjadi rasional yang menekankan fungsi (*form follow function*). Walter Spies dan R Bonnet memperkenalkan estetika barat, seperti (1) komposisi; komposisi memusat, menyebar, horizontal, dan vertikal, (2) proporsi; proporsi *rentet*, *nyeppek*, dan *lanjar*. Teknik-teknik tersebut disarikan dari teknik melukis tradisional untuk selanjutnya diintegrasikan menjadi teknik

melukis tradisi wayang Kamasan. Perubahan-perubahan yang terjadi pada SLWK ketika masuknya pengaruh Barat sebagai tanda mulainya peradaban modern yang sangat bersifat adaptif terhadap nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan tradisi melukis di desa Kamasan. Kebiasaan-kebiasaan tradisi yang khas dan unik tetap dipertahankan sebagaimana dengan pembagian ruang yang disebut *ngedum karang*.

Pembagian ruang SLWK dibagi menjadi beberapa *adegan* dengan mempertimbangkan ruang atau bidang. Pembagian *adegan* merupakan ruang untuk mengomunikasikan tema-tema cerita. Setiap *adegan* terdapat beberapa tokoh wayang yang memerlukan ruang atau bidang. Wayang dari pihak kebajikan diberi ruang disebelah kanan, sedangkan tokoh yang mewakili kebatilan diberikan ruang di sebelah kiri. Dalam komposisi horizontal yang memanjang biasanya mengangkat cerita kolosal dibutuhkan ruang sebagai pembatas lebih banyak. Ruang digunakan juga digunakan sebagai pembatas untuk membedakan *adegan* cerita yang satu dengan cerita yang lain.

Ruang juga dapat diperoleh melalui kombinasi tumbuh-tumbuhan dan semak-semak atau dengan menjajar figur-figur wayang dengan bertolak badan. Dalam posisi memanjang lukisan memiliki lebar ruang sangat terbatas maka digunakan proporsi *rentet* dengan cara menstilir proporsi bentuk wayang sehingga terkesan kependek-pendekan (*rentet*). Untuk menghias tempat yang memiliki kesan ketinggian proporsi wayang disetilir menjadi kepanjang-panjangan (*lanjar*) dengan maksud memperhitungkan pengaruh jarak pandang untuk mendapat harmonisasi. Di pihak lain, melukis pada posisi normal

digunakan proporsi ideal (*nyepék*) yang sesuai dengan ukuran manusia.



Gambar 6.5 Pembagian Ruang Dokumen: I Wayan Mudana, 2015

Sesuai dengan gambar 6.5. Pembagian ruang SLWK tidak lagi mencerminkan struktur idealisme tradisi tetapi sudah berubah menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan konsumen berupa *order-order* pasar dan pencitraan (*form follow fun*). Lukisan yang dibangun dalam ruang-ruang pencitraan diproduksi melalui kesepakatan-kesepakatan harga antara produsen dengan konsumen. Setiap ruang atau bidang lukisan yang diterapkan pada produk pasar dihitung karena ketika diproduksi membutuhkan biaya produksi sangat besar. Hitungan-hitungan yang dilakukan dalam proses produksi sangat ditentukan oleh standarisasi dan kesepakatan harga. Semakin tinggi standar yang ingin dikonsumsi oleh konsumen harus mengeluarkan biaya yang lebih besar karena konsumen ingin mendapatkan kualitas produksi yang lebih baik. Ruang dan bidang dalam lukisan pasar dikaburkan antara sakral dan profan diganti dengan

ruang-ruang semu dari permainan simulasi yang iseng dan tidak serius sehingga ruang terisi penuh dengan hitung-hitungan yang dibungkus dengan pencitraan.

Ruang pencitraan (*pastiche*) dalam produksi kultural bersifat hafal-hafalan, sebagaimana yang dikatakan pelukis senior Ni Made Suciarmi, yaitu melukis *meenggal-enggalan* atau *mecepat-cepaten*. Pigur wayang yang ditampilkan dalam ruang pencitraan sangat ngawur (*brecolage*) tidak mencerminkan *hierarkis* idealisme tradisi *pakem* tetapi merupakan ruang *parodi*, *kitsch*, *camp*, *skizoprenia*, untuk melakukan tawar menawar dalam menetapkan standarisasi dan mementaskan idealisme semu. Sifat-sifat ruang dalam produksi hafal-hafalan semata-mata bertujuan untuk mengejar target-target untuk memperoleh penghasilan yang lebih banyak, lebih besar, dan lebih cepat. Pembagian ruang yang dibuat berdasarkan target-target uang menghasilkan produk yang tidak serius dan iseng.

Ruang juga merupakan arena bermain untuk melakukan tawar-menawar sehingga diperoleh kesepakatan harga. Pembagian ruang dalam produk pasar lebih berorientasikan pada pertimbangan-pertimbangan ekonomi dan target-target dibandingkan dengan mempertimbangkan harmonisasi. Ruang positif dan negatif dikaburkan menjadi karya-karya produksi dengan harapan mendapatkan keuntungan lebih banyak dari konsumen. Ruang-ruang yang tersedia lebar seringkali diberikan hiasan tidak serius dengan pengulangan-pengulangan yang membosankan (menoton). Pembagian ruang yang diproduksi tidak berdasarkan keseriusan tetapi bersifat pesanan dan hafalan-hafalan disebut ruang semu karena dibuat untuk mengejar target-target komersialisasi. Ketika terjadi ruang-ruang kosong pada sudut-sudut yang layak diberikan perhatian, pada saat

itu pula diberikan tempelan-tempelan berupa hiasan yang iseng untuk mengaburkan kesan harmonis.

Pembagian ruang lukisan pengusung gaya Mangku Mura masih mengacu pada idealisme tradisi yang terikat oleh *pakem*. Tetapi belakangan ini sudah mengalami perubahan ke arah komersialisasi dalam ruang lingkup sangat terbatas. Muriati, pengusung gaya Mangku Mura juga melayani *order-order* pasar untuk menghias tempat suci dan hotel, seperti menghias bangunan hotel di *For Season* Jimbaran Bali. Ruang-ruang yang dibangun pada SLWK ketika menghias bangunan hotel dikomersialkan dengan hitung-hitungan ekonomi untuk mendapatkan keuntungan berupa uang.

Di pihak lain, ruang yang ditampilkan pengusung gaya lukisan Mandra sangat dinamis ada yang bertahan dengan melukis *pakem* tetapi sebagian besar sudah menampilkan ruang-ruang komersial dengan melakukan kesepakatan harga. Mangku Muliarsa masih tetap mempertahankan prinsip-prinsip ruang sesuai dengan *pakem* karena tidak mau tergoda oleh kepentingan yang bersifat materi dan lebih senang menikmati lukisannya. Pembagian ruang dari lukisannya terus dikembangkan dari norma-norma tradisi sehingga mampu menghasilkan lukisan-lukisan yang mengagumkan. Di pihak lain, pengusung gaya Mandra yang tergabung sebagai pelukis pasar yang terpinggirkan memanfaatkan ruang-ruang lukisan sebagai hitung-hitungan untuk memperoleh kesepakatan harga. Setiap ruang yang tersedia dijadikan arena untuk melakukan daya tawar dalam menentukan harga dengan cara mengaburkan setiap ruang dengan permainan simulasi sehingga diperoleh ruang-ruang semu untuk memperoleh nilai jual yang lebih tinggi dan mendapatkan keuntungan lebih besar.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa pembagian ruang dalam produksi SLWK pada era postmodern sudah berubah dikaburkan dengan ruang-ruang semu yang penuh dengan perhitungan untung dan rugi. Pembagian ruang dijadikan arena simulasi untuk melakukan tawar-menawar harga sehingga berimplikasi terbentuk pembagian ruang yang tidak serius (*brecolage*) dan tidak memiliki aura.

Sketsa

Secara tradisi di Desa Kamasan orang yang bisa dikatakan sebagai pelukis apabila sudah mampu membuat sketsa secara mandiri. SLWK dikerjakan secara kolektif dan komunal tidak dapat dilepaskan dari proses *ngedum karang*, *molokan* dan *ngereka*. Secara kolektif setelah sketsa dibuat oleh pelukis dilanjutkan oleh tukang-tukang lain, seperti tukang warna, tukang nyawi, dan terakhir tukang *ngerus*. Kata-kata tukang sering diplesetkan dengan “*tuh*” dan “*kaang*” yang artinya sangat kering (*tuh*) dan hasilnya tidak seberapa, seperti bongkahan batu karang (*kaang*). Nyoman Mandra, menyatakan bahwa *ngedum karang* merupakan proses awal untuk pembagian ruang. Setelah pembagian ruang dipandang *shape* baru dilanjutkan dengan *molokan* yang berarti membuat pola-pola awal dari sebuah lukisan yang bersifat masih sederhana, global, atau masih berbentuk pola dan kabur. Pola-pola wayang dikomposisikan dalam bidang disertai dengan pertimbangan estetis untuk menentukan besar kecilnya proporsi, ekspresi, dan gerak. Imajinasi ketika *nyeket molokan* disebut “*neling*”, yaitu membayangkan alur cerita untuk ditransformasikan kedalam karakter tiap-tiap pertokohan dengan mempertimbangkan komposisi, proporsi, dan keseimbangan sehingga diperoleh kesatuan (*unity*).

Sketsa dalam istilah tradisi disebut *molokan* dan *ngereka*, juga disebut “*ngorten*”. Dewa Batuan (alm) seorang pelukis tradisi Ubud mengatakan *ngorten* artinya “*ngorte*” (bercerita). Untuk memberikan penghayatan mendalam tentang cerita yang ditransformasikan dalam bentuk lukisan, pelukis harus *ngorte* (bercerita) dengan bidang, ruang, alam, dan dengan diri sendiri. Oleh sebab itu, ketika *ngorten*, tidak jarang pelukis menirukan suara monyet ketika melukis wayang Hanoman atau berakting sebagaimana orang kuat ketika melukis wayang Bima. Itu berarti bahwa pelukis betul-betul menghayati cerita dan tokoh-tokoh dalam pewayangan.

Unsur dominan yang terkandung dalam sketsa menurut Nyoman Mandra adalah garis, seperti garis lurus, lengkung, patah-patah, dan zigzag. Penggunaan garis dalam membuat sketsa sering dikombinasikan antara garis lurus, lengkung, dan putus-putus agar tidak terkesan monoton. Garis berperan dalam pengungkapan bentuk, pembatas ruang dan bidang, motif-motif, dan membuat hiasan penunjang. Garis juga berperan sebagai kontur pada figur-figur bentuk atau objek yang akan dilukis. Setelah proses pewarnaan dilanjutkan dengan memberikan kontur-kontur berupa ornamen yang menghias bidang-bidang pada bagian *gelung*, atribut, dan busana. Kontur yang menghias bidang disebut “*nyawi*” atau “*nyawis*” yang berarti selesai atau menyelesaikan.

Kehadiran garis menurut Mandra bukan saja sebagai garis tetapi dapat melahirkan simbol emosi. Kartika (2004: 102) mengatakan bahwa garis mempunyai karakter yang lahir dari seniman. Setiap garis yang tergores mempunyai kekuatan tersendiri yang membutuhkan pemahaman. Garis dapat dirasakan lewat mata batin ketika merekam

pengalaman estetis yang terjadi pada pelukisnya. Karakter garis yang diungkap menjadi wujud visual karya lukisan mencerminkan karakter sesungguhnya dari pembuat garis. Karakter garis bisa bersifat lembut, keras, kasar, manis, marah, menangis dan tegang. Sketsa yang menggunakan garis lembut dan manis pada sketsa Mandra sering dilukiskan dalam adegan “*megundem*” dengan posisi tebal tipis garis sangat lentur dan dinamis. Untuk mendapatkan efek-efek dinamis garis diperoleh melalui harmonisasi garis dengan memberikan variasi garis seperti tebal tipis, garis lengkung, lurus, putus-putus untuk menghilangkan kesan monoton. Karakter kasar dan marah diwujudkan dengan garis-garis lurus yang tegas. Di lain pihak kesan halus dapat dilakukan dengan memotong efek-efek garis pada bidang sehingga terkesan harmonis.

Sketsa juga merupakan akumulasi permainan garis yang memiliki sifat-sifat universal, seperti marah, sedih, emosi, lembut, ragu-ragu dan persepsi-persepsi. Garis juga merupakan ungkapan perasaan seseorang melalui jejak-jejak garis yang divisualkan menimbulkan efek-efek estetis berupa jejak garis berupa gambar wayang. Melalui jejak-jejak garis yang dibuat dalam sketsa dapat diketahui siapa aktor yang berada dibalik garis tersebut. Menurut Pande Sumantra kini di Desa Kamasan berkembang *tiga* jenis sketsa yang memiliki karakter berbeda, yaitu karakter sketsa Mangku Mura, Nyoman Mandra, dan sketsa lukisan pasar.

Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Mangku Muriati (anak Mangku Mura) bahwa sketsa Mangku Mura sangat tegas dan bentuk wayangnya agak gemuk. Kalau diterapkan pada tema-tema peperangan, tokoh raksasa menjadi sangat hidup dan sangat berkarakter. Sketsa Mangku Mura juga sangat impresif dapat dipersepsikan

beliau memiliki pendirian yang sangat tegas, lugas, teguh dengan prinsip-prinsipnya. Dimasa hidupnya Mangku Mura hanya membuat sketsa saja untuk tahapan pengerjaan berikutnya, seperti mewarna, nyawi, dan *ngerus* dilanjutkan oleh anak-anaknya. Meskipun demikian ia tetap memberikan pengarahan terhadap penggunaan warna sehingga memperoleh karakter warna yang tepat dan harmonis terhadap campuran warna *pengawak* dan bagian-bagian kain yang *disigar* dan motif-motif cawian.

Di pihak yang lain sketsa Nyoman Mandra sangat memperhatikan harmonisasi. Mandra sangat menjunjung tinggi *pakem* yang sudah melekat dipikirkannya sehingga sketsa sangat atraktif dengan garis-garisnya yang sangat halus mengalir sesuai dengan *pakem-pakem* yang ada di kepalanya. Menurut Mandra garis-garis yang tertuang dalam sketsa adalah napasnya yang secara reflek diungkapkan dalam bahasa garis. Dalam usia yang mendekati 80-an tahun sedikit pun ia tidak tampak gemetar meskipun dalam kondisi sakit-sakitan. Sketsa-sketsanya yang sudah jadi dipercayakan pewarnaannya pada Ni Tanjung (adiknya) sampai selesai.

Dulu tukang sketsa sangat sedikit, di Banjar Siku adalah Mangku Mura dan di Banjar Sangging adalah Nyoman Mandra. Kedua tukang sketsa ini memiliki reputasi yang hampir sama tetapi memiliki karakter sketsa yang berbeda. Akibat dari tuntutan hidup, kini tukang sketsa sudah banyak baik dari pengusung gaya Mangku Mura maupun Mandra sehingga terjadi persaingan diantara tukang sketsa untuk memperebutkan *order-order* pasar. Di lain pihak, hampir semua mantan anak didik Nyoman Mandra dapat membuat sketsa dengan kualitas yang hampir sama. Kalau diajar sketsa Mandra dengan sketsa pendukungnya sangat mirip sehingga susah dibedakan. Untuk membedakan sketsa

dirinya dengan para pendukungnya setiap sketsa diberi tanda. Oleh sebab itu sketsa yang dihasilkan pelukis yang menjunjung identitas Mandra disebut sebagai duplikasi sketsa Mandra-Mandraan.

Pengusung gaya lukisan pasar yang mampu membuat sketsa sangat banyak, seperti Pande Sumantra, Suparta, Gita, Puspa, Suartana, Mangku Gina, Darmanta, Kadek Nata, Jiwa, Madra, Suciarmi, Repet, Arnawa, Sukanta Ketut, Sukanta Made, Kadek Monjong, Sriwedari, Suwendra, Yudara, Mastra, Sweca, Muliarsa, Diarta, Sriwedari, dan Arcana. Di pihak lain, perkembangan SLWK di Banjar Siku sangat terbatas masih dilingkungan keluarga Mangku Mura sendiri, seperti Kondra, Muriari, Darmini, dan Widiadnyana. Karena jumlah pelukisnya sangat sedikit sementara sigmentasi pasar sangat luas pengusung gaya Mangku Mura dapat mempertahankan struktur idealisme tradisi dan tidak terjebak oleh permainan kapitalisme.

Sketsa lukisan pasar dikembangkan oleh pelukis-pelukis yang terpinggirkan karena kurang beruntung secara ekonomi. Menurut penuturan Supartha, secara teknik ia dan teman-temannya memiliki kemampuan yang hampir sama sehingga tidak ada yang lebih baik dan lebih buruk karena berasal dari satu perguruan. Kalaupun ada perbedaan, sifatnya hanya pengembangan yang masih mengacu pada teknik-teknik tradisi lama. Karena tuntutan hidup dan desakan ekonomi untuk menghidupi keluarga mendorong pelukis pasar menerima *order-order* sketsa pasar dari pemilik modal untuk memproduksi dan mereproduksi sketsa-sketsa lukisan yang sudah laku. Oleh sebab itu *order-order* tersebut disebut sebagai sketsa hafal-hafalan. Karena begitu seringnya membuat sketsa yang sama sehingga menjadi hafal dari bentuk-bentuk sketsa sebelumnya.

Menurut Made Puspa, sketsa lukisan pasar yang mereka buat secara berulang-ulang bukan merupakan keinginannya, tetapi merupakan *order-order* yang sudah laku dijual. Sesungguhnya ia juga sudah bosan membuat sketsa yang itu-itu saja kurang ada tantangan dan greget. Karena kebutuhan hidup ia harus memperoleh penghasilan untuk menghidupi keluarganya. Di sisi lain, ia juga bersyukur kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa* karena ada *order-order* sketsa pasar sehingga ia dapat bekerja lebih cepat sehingga mendapatkan ongkos yang lebih besar. Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Mangku Gina yang masih berada dalam satu keluarga. Disela-sela kesibukannya membuat sketsa pasar, ia juga melukis untuk memenuhi kebutuhan batinnya sesuai dengan *pakem*. Pelukis-pelukis yang menjual sketsa ke pasar adalah, Gita, Made Puspa, Suartana, Mangku Gina, Darmanta, Sukanta, Suwendra, Yudara, Mastra, dan Sueca.

Orang-orang yang membeli sketsa adalah para agen berasal dari Desa Kamasan sendiri. Sebaliknya pelukis yang dapat mandiri tidak menjual sketsa-sketsanya keluar, seperti Pande Sumantra, Kadek Nata, Madra, Muliarsa, Suciarmi, Muriati, Sriwedari, Arcana, Wayan Puspa, dan Kondra. Pelukis ini selain memiliki kemampuan sketsa yang baik juga memiliki *artshop* dan relasi untuk mendistribusikan produk-produknya ke pasar.

Pande Sumantra dapat mengenali sketsa gurunya dengan baik demikian juga dengan sketsa lukisan teman-temannya yang dijual di pasar. Sketsa Nyoman Mandra sangat rapi, teratur, terukur, dan taat terhadap *pakem*. Sketsa Mangku Muliarsa sangat rapi dan halus. Sketsa Wayan Puspa mengarah ke anatomis, cobalah lihat perut kudanya, pergelangan tangan dan kaki sudah mengarah ke anatomis.

Ornamen-ornamen lukisan dibuat sederhana tetapi tepat. Di pihak lain, sketsa Sriwedari masih dibayang-bayangi oleh kebesaran orang tuanya sehingga terkesan agak ragu, karena selalu dijadikan bahan pembanding. Secara jujur Sumantra mengatakan kalau sketsanya dibandingkan dengan sketsa gurunya masih kalah jauh. Saya harus melatih diri membuat sketsa lebih keras lagi untuk menghasilkan setara dengan gurunya.

Sketsa pasar diproduksi oleh pelukis yang terpinggirkan sehingga harus bergantung dengan *order-order* pasar. Pelukis pasar juga menerima panggilan melukis untuk menghias, tempat suci, bangunan, dan membuat sketsa untuk produk *souvenir*. Menurut Gede Wedaswara, seorang pengelola bisnis lukisan, mengatakan bahwa standar sketsa lukisan pasar harganya Rp 100.000,00/meter. Tukang sketsa kalau bekerja maksimal dapat mensketsa *dua* meter/hari. Itu berarti bahwa penghasilan rata-rata tukang sketsa adalah Rp 200.000,00/hari. Penghasilan sebesar itu menurut Mangku Gina cukup untuk menghidupi keluarga. Penghasilan yang diperoleh dari menjual sketsa tidak menentu sangat dinamis. Kalau ada *order-order* yang banyak kadang menghasilkan lebih banyak, tetapi dalam kondisi sepi sering kali ia harus berutang terlebih dahulu. Sketsa yang dijual di pasar sangat dinamis sesuai dengan standar yang diinginkan oleh konsumen. Untuk mengejar target-target sehingga mendapat penghasilan yang lebih besar pelukis pasar dapat menyelesaikan sketsa *dua* meter/hari sehingga pinggangnya terasa sangat pegal/*jangkeh* karena kelamaan duduk.

Bentuk dan kualitas sketsa pasar sangat dinamis distandarisasi berdasarkan ongkos, tingkat kesulitan dan kemampuan konsumen membeli. Kualitas sketsa pasar

sangat kental perhitungan ekonomi dengan pertimbangan penggunaan tenaga kerja, bahan dan keuntungan yang diinginkan. Tenaga kerja dan bahan merupakan pertimbangan pokok sebagai persyaratan untuk memenuhi target-target yang sudah ditentukan oleh pasar. Kapitalisme dengan kemampuan kapital yang dimiliki sudah dapat memenangkan pertarungan di pasar untuk memperebutkan *order-order* pasar karena mampu mengumpulkan tenaga kerja yang banyak dan memenuhi kebutuhan bahan dan upah atas *order-order* yang dipesan oleh konsumen.

Dari uraian tersebut diatas maka dapat dikatakan bahwa sketsa yang didistribusikan ke pasar sudah berubah dikaburkan dengan cara menyederhanakan bentuk dan mengurangi tingkat kerumitan sehingga diperoleh sketsa hapal-hapalan. Ornamen wayang disederhanakan diganti dengan ornamen yang sarat dengan komersialisasi. Struktur baru sketsa pasar menampilkan gerakan-gerakan yang *chaos*, amburadul (*brecolage*), tidak karuan. Sketsa pasar memperhatikan budaya mapan yang bersifat mekaniktis berupa produk massa untuk dijual di pasar untuk mendapatkan keuntungan berupa uang.

Pewarnaan

Bahan warna yang digunakan untuk mewarnai seni lukis wayang Kamasan (SLWK) diambil dari alam dan diproses dengan menggunakan teknik-teknik tradisi. Ni Tanjung seorang empu warna di Desa Kamasan mengatakan seperti dibawah ini.

“.....bahan dasar warna tradisi diambil dari bebatuan (*pere*), tumbuh-tumbuhan, tulang menjangan atau babi, dan jelaga/*mangsi*. Pengolahan bahan dasar warna tradisi dihaluskan terlebih dahulu dengan cara ditumbuk hingga menjadi tepung dicampur air secukupnya

kemudian diisi bahan perekat dihaluskan (*diulig*) secara merata, sedangkan untuk warna berbahan dasar dari tulang diawali dari proses dibakar terlebih dahulu dilanjutkan dengan dihaluskan. Setelah dirasakan halus dibiarkan beberapa menit yang disebut “*nedegin*” atau “*nadiang*” sehingga warna siap untuk dipakai” (Wawancara dengan Ni Tanjung 2013 di Studio Nyoman Mandra Kamasan).

Menurut pandangan Ni Tanjung, proses membuat warna tradisi memerlukan kesabaran dan ketajaman untuk memilih warna-warna yang diterapkan dalam lukisan. Warna tradisi tidak dapat disimpan lama (*cepat tuh*) apalagi pada musim panas, begitu habis *nedegan* (warna mengental) sisa-sisa airnya dipisahkan agar warna menjadi mengental dan pekat harus langsung digunakan. Kalau digunakan untuk esok harinya, harus disimpan di tempat yang rapat agar tidak kering tetapi kualitas warnanya sudah tidak maksimal. Sebagai perekat dulu digunakan *ancur*. Semenjak *ancur* menghilang di pasaran ia menggunakan “*lem katak*” sebagai perekat. Secara kualitas *lem katak* tidak sebagus *ancur*, tetapi itu satu-satunya perekat yang terbaik saat ini.

Lukisan-lukisan yang diwarnai oleh Ni Tanjung adalah lukisan Nyoman Mandra yang bersifat khusus. Pande Sumantra juga sering meminta Ni Tanjung untuk mewarnai lukisannya. Imbalan yang diberikan dalam mewarnai satu lukisan dengan ukuran 1,5 meter ± Rp 1.000.000,00. Sebetulnya ia tidak pernah mematok harga karena karya-karya yang diwarnai adalah dari kalangan kerabatnya sendiri. Menurut Sumantra, lukisan yang diwarnai oleh Ni Tanjung komposisi warna sangat manis. Sketsa yang diwarnai sepertinya dihias dengan susunan warna yang sangat harmonis. Sigar warnanya tersusun sangat rapi

mencerminkan untaian garis yang ditimbulkan dari gradasi (*sigar*) warna yang tersusun.

Di Banjar Siku juga terdapat tukang warna yang sangat disegani bernama Ketut Darmi adik I Nyoman Kondra dan kakak dari Nengah Muriati. Lukisan Mangku Mura, Kondra, dan Muriati sebagian besar diwarnai oleh Ketut Darmi. Tampilan warna gaya Mangku Mura berorientasi klasik yang magis (Wawancara dengan Ketut Darmi, 2013 di Banjar Siku). Warna-warna visual lukisan Mura didominasi oleh warna oker dengan kombinasi warna merah *kencu* atau *vermilion red*.

I Wayan Mudana (1989: 27) dalam skripsinya tentang “*Seni Wayang Kulit Bali*”, mengatakan seperti di bawah ini.

“.....karakter wayang secara simbolik dapat diketahui dari warna pengawak atau warna dasar. I Made Sidja seorang budayawan dan *dalang* mengatakan tentang “*Carmaning Wayang*” yang artinya warna kulit wayang, disebutkan dengan *ulakrik* yang artinya mendekati. Warna *ulakrik kuantang* untuk menyebutkan warna yang bersifat kemerah-merahan menyerupai bunga *pucuk* merah (warna merah), *ulakrik cempaka kuning* untuk menyebutkan warna kekuning-kuningan seperti bunga cempaka yang kuning (warna kuning), *ulakrik walang kekek* untuk menyebutkan warna kehijau-hijauan menyerupai *walang kekek* yang kehijau-hijauan (warna hijau) dan *ulakrik banyu putek* untuk menyebutkan warna keputih-putihan menyerupai warna air yang pekat (warna putih) (Mudana, 1989: 27).

Sebagaimana yang dikatakan Mudana bahwa yang dimaksud dengan ketentuan warna SLWK adalah warna pengawak/tubuh (*philisten*) yang berkaitan dengan nilai-nilai dan simbolik, sedangkan warna-warna yang lain disebut sebagai warna estetis (*formalis*) berupa narasi-narasi penunjang keindahan. Warna menurut teori sir Isaac

Newton, yang disebut dengan spektrum warna, akan tampak sederet warna yang terdiri atas tujuh warna pelangi yaitu merah, jingga, kuning, hijau, biru, indigo, dan ungu. Warna putih merupakan cahaya yang bersumber dari matahari, sedangkan warna hitam berarti tidak kena matahari, gelap (Darmaprawira, 200; 18-19).

Lukisan wayang Kamasan yang diwarnai dengan warna alam lebih dop, tidak mengkilap, dan tidak rata sehingga banyak terdapat bercak warna merah. Untuk menambah artistik dalam pewarnaan oleh pemerintah kolonial Belanda didatangkan *kencu*, *atal*, *perade gede*, tinta Cina (padat/bak dan cair) serta perekat berupa *ancur* dari negeri Cina. Sebelumnya ketiga jenis warna tersebut sudah pernah digunakan oleh *Sanging Modara* sebagai pelopor lukisan wayang gaya Kamasan seperti yang tampak pada karya dengan judul “*Pemurtian*”. *Kencu* berupa serbuk bahan dasar warna merah yang dapat disejajarkan dengan warna *vermillion red*. Sering kali dalam satu lukisan didominasi oleh satu warna tetapi tetap menunjukkan harmonisasi. Warna-warna Bali yang unik seperti warna putih yang terbuat dari tulang menjangan/tulang babi, warna pere/batu pere tetap dipertahankan karena sangat khas dan unik.

Warna merupakan salah satu unsur keindahan yang sangat penting dalam lukisan wayang gaya Kamasan. Warna dapat memberikan makna simbolik dan nilai estetika yang menyatu dalam sebuah lukisan. Teori warna menurut L. David (1987: 119), dalam bukunya “*Visual Design in Dress*”, warna digolongkan menjadi *dua*, yaitu warna eksternal dan internal. Warna eksternal adalah warna yang bersifat fisika, sedangkan warna internal adalah warna sebagai persepsi manusia, cara manusia melihat warna kemudian mengolahnya di otak dan cara mengekspresikan

(Darmaprawira, 2002: 30). Pada karya Mangku Muliarsa salah seorang pelukis tradisional Kamasan mantan anak didik Nyoman Mandra dalam penggunaan warna eksternal dapat dilihat pada warna emas yang diterapkan pada ornamen, seperti *sumpel*, *kalung*, *nagawangsul*, *ampok-ampok*, dan *gelang kana*. Agar menyerupai warna emas digunakan *perade gede* dengan kualitas mendekati kadar warna emas yang sesungguhnya. Manik-manik yang terdapat pada hiasan ornamen diberikan *soce* warna warni menambah kesan keagungan lukisan. Untuk memberikan kesan lebih terang pada *soce* dilakukan dengan *nyenter* atau *meletik*, yaitu memberikan warna lebih terang pada bagian hiasan manik-manik. Penerapan warna eksternal pada karya Muliarsa didasarkan atas kebutuhan estetis. Penggunaan warna emas merupakan salah satu usaha untuk mendapatkan identitas diri.

Penerapan warna eksternal dengan teknik *ngampad* pada lukisan Muliarsa bertujuan untuk memperoleh dimensi bentuk dan harmonisasi, sedangkan warna internal dapat dijumpai pada proses pembuatan warna Bali. Warna eksternal Muliarsa diwujudkan dengan *prade Gede*. Pada zaman klasik *romantic*, yaitu dimana Eugene Delacroix merekam hasil observasi warna sebagai syarat yang fundamental untuk suatu karya lukisan. Di pihak lain Vincent Van Gogh, dari negeri Belanda seorang pencinta warna yang luar biasa menggunakan warna untuk kekuatan dirinya dalam berekspresi. Warna-warna yang ditampilkan dalam lukisan seolah-olah merekam segala perasaan yang paling mendalam dengan warna-warna yang menyala dan sapuan-sapuan kuas yang sangat menonjol. Demikian juga penerapan warna eksternal lukisan Mangku Muliarsa sangat kental dengan warna emas yang terbuat dari *perada gede*.

Muriati seorang pelukis akademik perempuan dari Siku menunjukkan identitas dirinya melakukan pembongkaran terhadap warna-warna tradisi. Dalam karya tugas akhirnya (TA) warna tradisi yang bersifat simbolik dibongkar dalam memenuhi kebutuhan estetis untuk mengungkap objek kedalam satu bentuk lukisan. Muriati tidak lagi menggunakan warna yang diolah secara tradisi, tetapi menggunakan warna pabrikan berupa cat minyak dan cat *acrylic* diolah kembali menjadi warna-warna internal dan eksternal. Secara internal Muriati sangat paham terhadap warna-warna simbolik. Akan tetapi secara eksternal batinnya tidak terpuaskan oleh pembatas-pembatas tradisi yang begitu kaku dan mengikat. Menurutnya tradisi tidak akan kuat kalau tidak diimbangi dengan modern yang mampu membandingkan antara kelebihan tradisi dan kelebihan modern. Pemahaman terhadap modern tidak berarti harus meninggalkan tradisi, yaitu justru dapat mendorong pelukis-pelukis melahirkan karya yang lebih kreatif dan inovatif. Pertimbangan menggunakan warna pabrikan adalah untuk dapat memainkan intensitas warna yang matang sesuai dengan emosi pribadinya selain untuk mencari kepuasan batin juga untuk menunjukkan bahwa karya-karya tradisi itu tidak saklek dan dapat di rubah setiap saat sesuai dengan kebutuhan dan argumen-argumen sebagai latar belakang.

Pandangan yang sama juga dikatakan oleh seniman I Nyoman Gunarsa dengan konsep lokal universal. Ia memandang SLWK sebagai objek yang dapat dieksplor kembali menjadi metamor-metamor baru yang kreatif dengan melekatkan nilai-nilai tradisi secara universal pada lukisannya. Dari sudut pandang tradisi ortodoks warna tradisi merupakan simbol dari warna para dewa sebagai *pengider-ider* yang memiliki mitos-mitos berhubungan

dengan nilai-nilai sakral. Di lain pihak, pandangan modern, tradisi itu sifatnya hanya membatasi kebebasan seorang pelukis untuk bermain warna. Gunarsa memandang bahwa warna tidak hanya dilihat dari sudut pandang tradisi meskipun ia sangat menghormati tradisi. Warna juga dapat dilihat secara universal oleh siapa saja yang sifatnya tidak mengikat dan baku. Setiap orang diberikan kebebasan untuk menapsirkan warna sesuai dengan persepsinya. Pemaknaan warna menjadi kuat bila dilekatkan dengan simbol-simbol yang sudah diolah secara pribadi. Gunarsa dalam mengekspresikan intuisi-intuisi dalam pewarnaan lukisan dengan tema wayang ia hanya memiliki simbol-simbol warna yang bersifat pribadi sebagai cerminan dalam ungkapan emosinya yang ia tidak dapat ditunda. Oleh karena itu muncul warna-warna ekspresif sebagai tanda pengungkapan kembali warna-warna yang diamati dalam karya tradisi.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa pewarnaan SLWK pada era postmodern sudah berubah, warna-warna tradisi sudah semakin ditinggalkan penggunaannya diganti dengan warna pabrikan. Proses pembuatan warna tradisi memerlukan kesabaran yang tinggi dan tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama. Di sisi lain warna pabrikan sangat variatif tersedia dari berbagai merek dan kualitas. Warna pabrikan merupakan warna standar yang penggunaannya sangat praktis tinggal menuangkan dari tube kemudian dicampur dengan air atau minyak secukupnya maka warna ini sudah dapat dipakai. Penggunaan warna pabrikan sangat efektif, efisien, dan ekonomis untuk mewarnai lukisan, *souvenir*, dan barang kerajinan.

Tema-Tema Lukisan

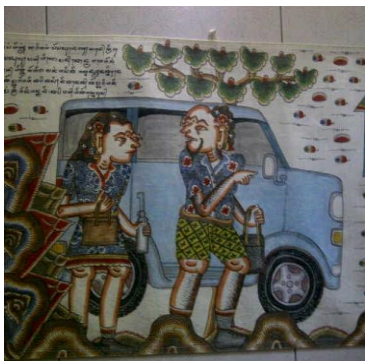
Tema-tema seni lukis wayang Kamasan (SLWK) diangkat dari epos Ramayana, epos Mahabharata, Sutasoma, dan cerita Tantri. Pada era postmodern sudah berkembang menjadi tema-tema yang berhubungan dengan realitas kehidupan di tengah-tengah masyarakat, menceritakan kehidupan sehari-hari, seperti aktivitas di pasar, aktivitas di sawah, lingkungan pedesaan, dan menceritakan kisah kehidupan keluarga. Meskipun demikian, secara umum tema-tema pewayangan masih mendominasi objek lukisan.

I Nyoman Kondra pendukung identitas Mangku Mura sudah berani mengungkapkan tema-tema yang menceritakan pengalaman hidup pribadinya lewat karya lukisan. Dalam wawancara yang dilakukan di rumahnya Banjar Siku, motivasinya melukiskan kehidupan pribadinya sebagai berikut.

“.....ia sangat terkesan pada waktu pertemuannya dengan Anthony Forge pada Tahun 1978 bersama istrinya ingin bertemu dengan pelukis Mangku Mura di Banjar Siku membawa kendaraan roda empat. Kisahnya bermain dengan anaknya bermain layang-layang, juga di ceritakan ketika Mangku Mura sakit hingga dikremasi/*ngaben*. Kenangan-kenangan itu ia lukiskan sesuai dengan persepsinya pribadi yang dikemas dengan teknik melukis tradisional Kamasan (Wawancara dengan I Nyoman Kondra, 2014 Banjar Siku, Kamasan).

Tema-tema lukisan Kondra sebagian besar mengangkat tema-tema pewayangan. Belakangan ini Kondra mendeskripsikan kehidupan keluarga dan pribadinya sebagai tema lukisan menggunakan teknik-teknik tradisi. Dalam lukisannya yang mengisahkan pertemuan keluarganya dengan Anthony Forge tahun 1978 dilukiskan seorang *bule* tidak lagi menggunakan *pakem*, demikian juga tata busana

berupa baju dan celana pendek yang sangat khas, tetapi tidak menghilangkan jejak-jejak tradisi. Demikian juga dalam melukiskan kegembiraan bersama anaknya naik sepeda motor kesayangannya tahun 1980-an. Atribut dan tatabusana sebagai penunjang dituangkan dari realitas yang ada seperti menggunakan kaos, celana dan menggunakan kancut. Di lain pihak variasi-variasi untuk memberikan kesan tradisi masih menggunakan *awun-awunan*, *batu-batuan*, tumbuhan yang diolah secara tradisi (lihat gambar 6.6 dan 6.7).



Gambar 6.6. Pertemuan keluarga Mangku Mura dengan Anthony Forge.
Dokumen: I Wayang Mudana, 2014



Gambar 6.7. Kondra membonceng anaknya Widiadnyana Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Sumantra, sebagian besar hari-harinya dihabiskan untuk melukis tradisi sesuai *pakem*. Belakangan ini ia lebih banyak melukis produk-produk *souvenir* untuk memberi variasi terhadap produk-produk yang dijual di *artshop*-nya. Sumantra juga melukis di atas medium-medium yang terbuat dari serpihan

kayu, tas, kivas bahkan beberapa produk kivasnya direproduksi sehingga menjadi produk massa (lihat gambar 6.8).



Gambar 6.8 Lukisan pasar Pande Sumantra dengan medium kayu
Dokumen: I Wayan Mudana, 2015

Penyelesaian dan Penyajian

Secara tradisi SLWK disajikan dalam bentuk lembaran sehingga hanya dapat dipajang di tempat-tempat tertentu saja, seperti di pura-pura atau tempat suci sebagai sarana pelengkap ritual dalam agama Hindu. Karya semacam ini hanya dipajang dalam waktu-waktu tertentu ketika proses ritual dilaksanakan. Sehabis ritual selesai kemudian digulung lagi untuk disimpan kembali pada tempat penyimpanan. Seringkali tempat yang digunakan untuk menyimpan benda-benda ini sangat lembab sehingga sangat mengancam keselamatan lukisan. Untuk penyajian lukisan agar menjadi lebih menarik Walter Spies dan Bonnet memperkenalkan dispantram dan dibingkai untuk mengencangkan lukisan agar kelihatan lebih artistik. Lukisan yang dibingkai dapat dipajang di berbagai tempat dan dapat dinikmati oleh setiap orang yang memandang.

Penyelesaian dan penyajian lukisan pengusung gaya Mangku Mura masih menggunakan cara-cara tradisi lama sesuai dengan norma-norma tradisi dan disajikan dalam bentuk lembaran yang digulung rapi. Dirumahnya di Banjar Siku tidak ada lukisan yang terpajang menghias dinding-dinding bangunan karena semua lukisannya semua digulung dan disimpan dalam almari. Sedangkan lukisan Nyoman Mandra banyak dipajang di rumahnya dalam satu ruangan khusus. Meskipun demikian masih banyak pula lukisan yang digulung dan disimpan dalam almari. Kebiasaan-kebiasaan menyajikan lukisan semacam itu juga diikuti oleh pengikut-pengikutnya sehingga hampir sebagian besar pelukis di Kamasan menyimpan lukisannya dalam posisi di gulung. Menurut Arcana tujuannya menyimpan lukisan dengan digulung adalah agar cepat memperoleh lukisan yang terkesan antik karena dapat dijual dengan harga lebih mahal.

Di lain pihak, I Made Sondra (70 tahun) seorang pelukis sekaligus sebagai pemilik Sondra *Gallery* yang lama bekerja sebagai pegawai hotel Bali Hiyat di tahun 1980-an dalam menyajikan dan menyelesaikan produk-produk yang akan didistribusikan ke pasar sebagai berikut.

“.....SLWK yang didistribusikan ke pasar sangat variatif disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Medium yang digunakan berupa benda-benda yang sering ditemukan di lapangan yang khas dan unik.....juga mempertimbangkan daya beli, fungsi, tingkat kesulitan, dan bagaimana produk ini diproduksi secara massa.....karena banyak pilihan setiap bulan ia secara rutin menerima *order-order* dari Gelael Dewata (Wawancara dengan I Made Sondra, 2014 di Kamasan).

Sesuai dengan pandangan Sondra, kini produk yang didistribusikan di pasar sangat variatif memiliki tingkatan kelas, dan tiap-tiap kelas memiliki standarisasi. Semakin

bervariasi produk yang didistribusikan di pasar semakin besar peluang konsumsi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Ketika konsumen hendak mengonsumsi kualitas produksi yang lebih baik konsumen harus mampu membayar kualitas yang distandarkan dalam industri budaya. Demikian juga dengan konsumen yang berada dalam kelas ekonomi rendah harus bisa juga memiliki produk seni yang diinginkan. Produksi pasar bersifat eklektik dapat disajikan dalam bentuk apa saja, di mana saja, dan kapan saja, tidak terikat oleh ruang dan waktu sangat bebas dan sangat liar.



Gambar 6.9 Penyajian Lukisan Pasar. Koleksi Komang Arcana
Dokumen I Wayan Mudana 2015

Pada awalnya medium ini didatangkan dari Bone sebagai tempat pengerajin tas yang berlokasi di Gianyar (lihat gambar 6.9). Tas-tas ini dihias dengan SLWK diberikan tempelan-tempelan ornamen sehingga menjadi produk baru yang autentik. Sesuai dengan pemikiran Charles Janks (1975) dan Sachari (2002: 32), bahwa semua sarana dapat dipadukan, segala alat dapat digunakan untuk dijadikan

instrumen seni dengan sumber pengambilan inspirasi mencakup bidang yang sangat luas dalam sintesis baru dan kreatif. SLWK merupakan bagian dari produk eklektik yang masih digunakan sebagai sarana pelengkap dalam ritual.

Produk yang didistribusikan di pasar merupakan produk kreatif yang dikemas secara massa dan sangat variatif sehingga dapat menambah daya tarik bagi wisatawan. Dengan memberikan sentuhan-sentuhan artistik pada produk pasar dapat merangsang wisatawan untuk membelanjakan uangnya lebih banyak untuk membeli *soevenir* yang beridentitaskan wayang Kamasan. Variasi-variasi yang ditawarkan di pasar dapat dibeli secara langsung dan dapat pula melalui *order-order* sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada era global kebutuhan manusia cenderung bersifat konsumtif. Di pihak lain konsumerisme mengakibatkan seni sakral diproduksi secara massa untuk didistribusikan ke pasar sebagai barang dagangan (gambar 6.10).



Gambar 6.10 Produk pasar sebagai pencitraan Dokumen: I Wayan Mudana, 2015

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa penyelesaian dan penyajian SLWK sudah berubah dari idealisme tradisi yang menyajikan karya-karya simbolik dan *pakem* menjadi menyajikan keinginan-keinginan kapitalisme berupa produk-produk *souvenir* yang bersifat eklektik untuk didistribusikan ke pasar.

Perubahan Distribusi

SLWK yang didistribusikan sebagai komoditas pasar sangat dinamis, selain didistribusikan di pasar lokal juga dapat didistribusikan ke pasar global. Produk yang didistribusikan di pasar lokal berupa sarana persembahan, lukisan pajangan, dan menghias bangunan. Sedangkan yang didistribusikan di pasar global berupa produk-produk *souvenir*. Menurut Barker (2004 : 14) produk pasar selain memiliki nilai guna juga memiliki nilai tukar. Pengusung gaya lukisan Mangku Mura mendistribusikan produk-produknya untuk melengkapi koleksi pribadi, koleksi *gallery*, dan melengkapi koleksi Museum. Semenjak meninggalnya Mangku Mura kebiasaan melukis dilanjutkan oleh putra dan putrinya, seperti I Nyoman Kondra, Nengah Muriati, Darmini, dan Widiatmika. Pelukis-pelukis tersebut memiliki kemampuan menduplikasi gaya lukisan Mangku Mura dengan baik meskipun tidak pernah mendapat bimbingan secara khusus dari orang tuanya. Mangku Mura sangat mempercayai kodrat yang turun dari atas. Kalau sudah dikodratkan menjadi seorang pelukis ada rangsangan sedikit saja orang tersebut cepat terampil melukis. Sebagaimana dengan Mura, untuk mempertajam keterampilan melukisnya ia harus berguru dengan karya-karya Lui yang banyak melukisi tempat-tempat suci, sayangnya sebagian besar karya-karya tersebut kini sudah tidak ada karena tidak dirawat dengan baik. Mura juga secara aktif berguru pada

sangging-sangging yang tersohor pada saat itu, seperti Kayun, Ngales, Lenged, dan Dogol. Dari perguruan tersebut tercermin pada karya-karyanya seperti karakter raksasa dipelajari dari Ngales, karakter punakawan dipelajari dari Lenged, karakter halus dipelajari dari Kayun dan Dogol.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen lukisan Mangku Mura duplikasi oleh pendukungnya yang kebetulan berasal dari keluarga sendiri. Karena seringnya putra dan putrinya mendampingi Mura membuat sketsa, ketika Mura meninggal tanpa kesulitan putra dan putrinya melanjutkan keterampilan melukis dengan identitas gaya Mangku Mura. Meskipun mengalami perkembangan yang lambat di Banjar Siku dibandingkan dengan perkembangan di Banjar Sangging tetapi pada generasi ini sudah membuka diri untuk melayani kebutuhan pasar, menerima *order-order* pasar dalam skala terbatas untuk menghias vila atau hotel. Karya duplikasi yang dilakukan pengusung Mura dikerjakan dengan kemampuan teknik memadai sehingga konsumen susah membedakan antara karya yang asli dengan yang palsu.

Di lain pihak, pengusung gaya lukisan Nyoman Mandra jumlahnya sangat banyak dan sangat dinamis. Hampir sebagian besar pelukis di Kamasan sebagai pendukung gaya Mandra yang tersebar dari Br Sangging, Br Pande, Pande Mas, Br Tabanan. Pendukung-pendukungnya ini sebagian mengembangkan lukisan pasar. Meskipun ada beberapa yang masih bertahan pada struktur idealisme tradisi lama. Untuk memperkenalkan produk-produk yang diproduksi oleh perajin dipromosikan melalui pameran dagang atau pameran pembangunan yang bersekala lokal, daerah, nasional, maupun internasional.

Perubahan pendistribusian gaya lukisan Mangku Mura terjadi semenjak meninggalnya sang mestro pelukis wayang Kamasan yang sangat menjunjung tinggi idealisme tradisi *pakem* dan sangat mempercayai kodrat.

Tabel 6.2 Perubahan Distribusi dan Konsumsi Lukisan Pengusung Identitas Mangku Mura

	Konsumen	Asal	Pekerjiaan	Distribusi
1	Antony Forge	Sidney	Penelitian	Koleksi Museum
2	Pemaksan Tangkas	Tangkas	Pemaksan	Pura
3	Gunarsa	Bali	Seniman	Museum
4	Agung Rai	Bali	Kolektor	Museum
5	Neka	Bali	Kolektor	Museum
6	Taman Budaya	Bali	Koleksi	Sejenis Museum
7	Museum Bali	Bali	Koleksi	Museum
8	Vila ating bahay	Bali	Bisnis	Vila
9	IB Mantra	Bali	Budayawan	koleksi
10	Ambarwati	Jimbaran	Kurator	Hotel
11	Sutijab	Jogyakarta	Kurator	Bisnis
12	Karlina Arifin	Jakarta	Bisnis	Koleksi
13	Atmajaya	Jakarta	Bisnis	Koleksi

14	Erwin Santoso	Jakarta	Bisnis	Koleksi
15	Gerry Cobot	Amerika	Bisnis	Koleksi
16	Museum Ibsen	Denmark	Koleksi	Museum
17	Kedutaan Itali	Itali	Pejabat	Koleksi
18	Margriet	Amerika	Bisnis	Kolektor
19	Theo & Jenny Van der Kuil	Belanda	Bisnis	Kolektor
20	Daniel Yusuf	Jakarta	Bisnis	Kolektor

Sumber: Data primer diolah dari pengamatan langsung dan wawancara dengan Muriati, Kondra, dan widiadnyana tahun 2014 di Kamasan Klungkung.

Sesuai dengan tabel 6.2 menggambarkan bahwa lukisan Mangku Mura lebih banyak didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan para elite yang memiliki kemampuan untuk mengkoleksi dan melengkapi koleksi museum dan koleksi pribadi. Pendukung gaya Mangku Mura juga mendistribusikan lukisannya untuk menghias hotel dan menghias tempat-tempat suci. Ketika melukis di Vila *Ating Bahay* Muriati mengatakan bahwa sesungguhnya banyak pelukis yang menawar dengan harga bervariasi. Karena pemilik vila menghendaki lukisan yang berkarakter gaya lukisan Mangku Mura maka ditunjuk Muriati untuk mengambil proyek vila ini. Muriati juga mengatakan dalam mendistribusikan lukisan untuk menghias hotel banyak dibantu oleh ibu Ambarwati kurator *Hotel For Season* Jimbaran Bali.

Tabel 6.3 Perubahan Distribusi dan Konsumsi Lukisan Pengung
Identitas Nyoman Mandra

	Konsumen	Asal	Pekerjaan	Distribusi
1	Glael Dewata	Ubud	Bisnis	<i>Souvenir</i>
2	Wirocana	Sesetan	Bisnis	<i>Souvenir</i>
3	Dewi Sri	Badung	Bisnis	<i>Souvenir</i>
4	M Lekok	Sampalan	Bisnis	Paibon
5	K Suantara	Telikup	Polisi	Sangghah
6	Dalem Pemuteran	Tojan	Maksan	Pura pemaksan
7	Komang Duarsa	Tabanan	Bisnis	Koleksi
8	W Redika	Karangase m	PLN	Sangghah
9	Kukuh	Jakarta	Bisnis	<i>Gallery</i>
10	I Gede Sarjana	Klungkung	Bisnis	Koleksi
11	Mardita	Klungkung	Pengayah	Pura
12	Kantor	Tabanan	Bisnis	Koleksi
13	Kolektif	PKK	S banding	Percontoha n
14	Kolektif	PKK	S banding	Percontoha n
15	Barwa	Mas	Bisnis	<i>Souvenir</i>

16	Toko Gana	Klungkung	Bisnis	<i>Souvenir</i>
17	Gunarsa	Klungkung	Bisnis	Koleksi
18	Agung Rai	Ubud	Bisnis	Koleksi
19	Komang Arsana	Badung	Bisnis	<i>Souvenir</i>
20	Rudana	Mas	Bisnis	Kleksi

Sumber: Data primer diolah dari pengamatan langsung dan wawancara dengan Pande Sumantra dan Arcana tahun 2014 di Kamasan Klungkung.

Sesuai dengan tabel 6.3 menggambarkan pendistribusian pengusung lukisan gaya lukisan Nyoman Mandra yang sangat dinamis dan bervariasi. Selain digunakan untuk menghias tempat suci, seperti *sanggah*, *pura paibon*, dan *pura khayangan* juga didistribusikan untuk dikonsumsi oleh kalangan bisnis, seperti Gunarsa, Rudana, Agung Rai, dan Neka yang secara rutin selalu memajang lukisan wayang Kamasan di *gallerynya* baik dari lukisan Mandra maupun dari Mangku Mura serta pendukung-pendukungnya.

Pengusung gaya Mandra sesungguhnya mampu melukis tradisi secara maksimal dengan *pakem-pakem* tradisi. Di lain pihak pengusung gaya lukisan Mandra juga mendistribusikan lukisan pasar berupa *order-order* pemilik modal. I Made Sondro seorang pelukis tradisi sekaligus pemilik *sondro gallery* yang dulunya banyak melukis tradisi sesuai dengan *pakem*, tetapi belakangan ini membuka bisnis yang memproduksi produk-produk *souvenir* untuk didistribusikan ke pasar. Produk-produk *soevenir* yang diproduksi selain didistribusikan di *gallerynya* di Br Sangging, Kamasan juga didistribusikan di Glael Dewata

Ubud, Bali Hiyat, *arshop-artshop* di Sanur, Kuta dan di Bendara Ngurah Rai Tuban. Pandangan yang sama juga dikatakan oleh Sumantra yang secara rutin memperoleh *order-order* kipas dari pemilik butik “Wirocana” yang berlokasi di Sesetan Denpasar dan butik “Dewi Sri” di Badung. *Order-order* kipas yang didistribusikan ke pasar merupakan “*payuk jakan*” sebagai tempat untuk menggantungkan hidup keluarga dan anak buahnya. Meskipun hasilnya tidak terlalu besar tetapi ada kepastian dan cukup untuk sandaran keluarga.

Tabel 6.4 Komoditas yang Didistribusikan di Pasar

	Nama Komoditas	Harga Produsen	Harga Pasar/RP
1	Lukisan untuk <i>souvenir</i> (pasar)	450.000/meter	500.000/meter
2	Lukisan Hanoman untuk sarana ritual	500.000	550.000/meter
3	<i>Ilih</i>	25.000	30.000
4	Kipas(kasar-halus)	25.000-250.000	30.000-300.000
5	Gantungan kunci	8000	10.000
6	Tas	125.000	150.000
7	Lukisan (kasar-halus) 30x50 cm	75.000-250.000	100.000-300.000
8	<i>Keben</i>	115.000	125.000
9	Payung	75.000	100.000
10	Mainan musik	15.000	20.000

11	Hiasan dari batok kelapa	15000	20.000
12	Tempat tisu	80.000	90.000
13	Gendang	250.000	300.000
14	Angklung	115.000	125.000
15	<i>Postcard</i>	2000	3000

Sumber: Diolah dari data primer, observasi di Supermarket Gelael Dewata Ubud, 2014.

Sesuai dengan tabel 6.4, komoditas yang didistribusikan di pasar bersifat eklektik selain didistribusikan ke pasar lokal juga didistribusikan ke pasar global. Produk komoditas yang diproduksi I Made Sondro di Glael Dewata Ubud adalah produk-produk *souvenir* yang kecil-kecil yang dapat dijangkau oleh masyarakat lokal dan global. Produk-produk yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar adalah produk *souvenir*, seperti kipas, gantungan kunci, lukisan, tas, dompet, payung, mainan musik, angklung. Produk yang remeh temeh, yang kecil-kecil dengan harga sangat terjangkau dihias dengan lukisan wayang sehingga menjadi produk baru yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan bersekala global. Pasar global sangat luas tersebar ke semua lapisan masyarakat dan bersekala dunia.

J. Maguet (1979) dalam “*Introduction to Aesthetic Anthropology*”, mengatakan bahwa seni yang berkembang di daerah pariwisata (*art by destination*) diciptakan untuk memenuhi kepentingan ritual ketika bersentuhan dengan pariwisata mengalami perubahan (*art by metamorphosis*). Bentuk *metamorphosis* masih mengacu kepada bentuk

tradisional lama, tetapi nilai magis, sakral, simbolis tampak semu sehingga disebut sebagai *pseudo-traditional-art*. SLWK ketika berinteraksi dengan pariwisata juga mengalami *metamorphosiss* untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Maguet juga menyebut perubahan tersebut sebagai *pseudo-tradisional art*. Sebagaimana dengan SLWK yang awalnya digunakan sebagai seni sakral untuk persembahan karena bersentuhan dengan pariwisata mengalami metamorfosis sehingga berubah menjadi seni profan menjadi produk penunjang pariwisata. *Habitus* masyarakat Kamasan ketika bersentuhan dengan pariwisata juga memiliki keinginan untuk mendapatkan dolar-dolar yang dibawa oleh wisatawan untuk ditukarkan dengan barang-barang *soevenir* dengan identitas SLWK sebagai kenang-kenangan.

Nilai-nilai magis produk profan yang didistribusikan di pasar sudah dikaburkan sehingga disebut sebagai *pseudo-traditional-art*. Diganti dengan nilai-nilai ekonomi dan pencitraan untuk meningkatkan nilai jual di pasar. Barker (2004: 14) mengatakan produk yang didistribusikan di pasar selain memiliki nilai guna juga memiliki nilai tukar. Konsumen pasar lokal berasal dari kalangan masyarakat Hindu Bali yang memerlukan produk-produk sarana persembahan. Produk sarana persembahan dapat dibeli langsung (*disorder*) di pasar ataupun melalui memesan secara tidak langsung (*order*). Dapat dikatakan pendistribusian produk pasar sudah mengalami metamorfosis dari yang bersifat persembahan menjadi pemenuhan kebutuhan konsumen melalui *order-order* pasar.

Pasar global sangat luas dan dinamis ketika digunakan sebagai sarana persembahan disebut produk sakral. Sedangkan ketika digunakan untuk memenuhi

kebutuhan konsumen disebut produk komoditas. Di lain pihak ketika digunakan menghias *souvenir* dan bangunan rumah tinggal disebut produk pencitraan. Produk pencitraan yang didistribusikan ke pasar dapat memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat meningkatkan kelas dan status sosial. Baudrillard (2004: 90) mengatakan produk pencitraan yang didistribusikan ke pasar merupakan representasi dari keinginan-keinginan konsumen yang didaur-ulang dari ide-ide masa lalu untuk memproduksi produk-produk yang cepat laku serta mendapat keuntungan berupa uang.

Suciarmi menuturkan pengalaman ketika mendistribusikan lukisannya pada wisatawan sebagai berikut.

“.....*tourist* berasal dari Eropa sangat pelit membelanjakan uangnya, lukisan saya mau dibayar seharga 10 *US Dollar* saya tidak kasi, *tourist* itu tidak mengerti seni, berbeda dengan *tourist* Amerika tanpa basa-basi, tanpa menawar saya dikasi uang 500 *US Dollar*, serta mengucapkan terima kasih. Kalau orang-orang Taiwan, Jepang, Cina, yang datang, banyak membeli barang-barang *souvenir* yang kecil-kecil. Satu temannya yang belanja semuanya ikut membeli sehingga lukisan telur saya habis terjual(Wawancara dengan Ni Made Suciarmi 2013 di Kamasan).

Menurut pandangan Suciarmi kini lukisan yang didistribusikan di pasar bersifat sangat *touristic* artinya harga dan kualitas barang sudah ditetapkan baku berdasarkan standarisasi pasar. Komang Arcana koordinator kelompok pelukis Kamasan “*Sekar Arum*” tahun 2015 yang beranggotakan 30 pelukis mengatakan sebagai berikut.

“.....untuk mempromosikan SLWK masih eksis di Desa Kamasan setiap hari Minggu secara bergiliran anggota kelompok pelukis “*Sekar Arum*” berdemonstrasi melukis di *Balai Kambang*.untuk selanjutnya diharapkan

Desa Kamasan dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang memiliki kekhasan dalam bidang seni dan kerajinan.....Dari kunjungan wisatawan diharapkan masyarakat Kamasan dapat hidup dari pariwisata (Wawancara dengan Komang Arcana, 2014 di Kamasan).

Sebagaimana yang dikatakan Arcana bahwa aktivitas melukis yang dilakukan di *Balai Kambang* bertujuan untuk mendistribusikan informasi tentang keberadaan SLWK masih hidup dan berkembang sehingga layak untuk dikunjungi sebagai desa wisata yang memiliki identitas tentang seni dan kerajinan yang sangat khas dan unik. Desa wisata Kamasan yang digagas dari *Balai Kambang* layak dikedepankan untuk mendistribusikan produk-produk pariwisata yang dihasilkan perajin di desa Kamasan, Klungkung, Bali.

Perajin wanita juga tidak mau kalah dengan kelompok-kelompok elite pelukis Kamasan untuk mendirikan kelompok perajin wanita bernama "*Arcani*" di Banjar Sangging dibentuk tahun 2015 di ketuai oleh Nengah Swasti (45 tahun). Berkumpulnya perajin-perajin perempuan "*Arcani*" bertujuan untuk menjadikan perempuan memiliki tanggung jawab dan harga diri yang sama dengan kaum laki-laki dibidang seni lukis. Untuk merangsang kegiatan ini Pemda Klungkung digulirkan bantuan Rp10.000.000,-. Dilain pihak aktivitas pelukis laki-laki di Br Sangging juga dibentuk kelompok perajin "*Sri Laksmi*" yang diketuai Pande Sumantra.

Terbentuknya kelompok-kelompok pelukis dan perajin tersebut bertujuan untuk mendistribusikan produk yang dihasilkan pengerajin dan membendung maraknya kapitalisme. Di lain pihak pengerajin-pengerajin di Desa Kamasan sangat mudah dirayu cenderung tidak mau

menghimpun diri sehingga terjebak oleh cengkraman kapitalime yang semata-mata ingin memperoleh keuntungan semata. Menurut Nengah Swasti, lemahnya permodalan merupakan salah satu faktor penghambat ketika perajin mendistribusikan produk di pasar lokal maupun di pasar global karena belum dapat menjamin kebutuhan hidup para perajin. Untuk memperlancar permodalan pemerintah Kabupaten Klungkung memberikan sumbangan masing-masing kelompok sebanyak Rp 10.000.000,-. Produk-produk yang dihasilkan oleh kelompok perajin didorong untuk didistribusikan ke pasar lokal maupun ke pasar global melalui promosi dan pameran-pameran, seperti pameran di Pesta Kesenian Bali (PKB).

Produk yang didistribusikan ke pasar dikaburkan antara seni sakral dengan seni profan sehingga mengalami metamorfosis untuk memenuhi kepentingan agen-agen manusia yang bersifat komersial. Ketika didistribusikan menghias tempat-tempat suci, seperti pura digunakan sebagai sarana pelengkap ritual keagamaan *dipelaspas* terlebih dahulu dengan sarana *upakara* sebagai tanda tahapan ritualnya sudah dipenuhi. Akan tetapi, ketika ditumpuk di toko-toko, ditaruh dalam rak yang tersusun rapi menunggu pembeli maka lukisan itu tidak ubahnya sebagai barang dagangan yang setiap saat dapat berpindah tangan dari pemilik *artshop* ke tangan pembeli.

Nilai-nilai kesucian barang-barang yang dibeli di pasar ketika dijadikan persembahan sudah ditukarkan dengan uang dan *banten pemelaspas* untuk memperoleh kesucian. Sebelum produk disakralkan konsumen membuat *order* terlebih dahulu dengan menaruh uang muka sebagai “*pejati*” pada produsen yang menandakan kesepakatan. Setelah produk jadi pembayaran dilunasi terlebih dahulu

sebagai bentuk “*pemelaspas*” bertanda produk tersebut sudah dilepas oleh pemiliknya untuk difungsikan sebagai persembahan, menghias rumah, menghias hotel, menghias perabotan sehingga terjadi pengkaburan makna antara sakral dan profan. Ketika digunakan menghias rumah dapat meningkatkan kelas sosial, status sosial dalam masyarakat, maka lukisan tersebut dimaknai sebagai makna pencitraan. Ketika barang-barang kerajinan dan *souvenir* yang diperjualbelikan di pasar dapat dipertukarkan dengan harapan untuk mendapat imbalan berupa uang, maka atas pertukaran barang-barang tersebut dimaknai sebagai makna pasar. Tetapi ketika digunakan sarana persembahan dimaknai sebagai seni sakral.

Produk-produk pasar yang didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dikelompokkan menjadi *dua*. *Pertama*, produk SLWK yang didistribusikan di pasar lokal, seperti *kober, ider-ider, umbul-umbul, langse, parba, tabing, ulap-ulap, pedapa*, dan *leluhur*. Produk ini yang didistribusikan untuk memenuhi sarana ritual gama Hindu.



Gambar. 6.11 Barang Kerajinan Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Nilai-nilai tradisi produk pasar lokal (lihat gambar 6.5) dilekatkan pada kebutuhan sarana untuk menyajikan sesajen, seperti *keben* dan *dulang* yang oleh Marx (1976: 1060) dikatakan “nilai” melahirkan “nilai” (Lee, 2006: 272). Sarana dan prasarana yang digunakan dalam ritual dihias dengan lukisan wayang Kamasan sehingga dapat memberi nilai tambah. Objektifikasi nilai yang ditanamkan untuk menghasilkan nilai tambah sebagai modal merepresentasikan nilai-nilai pencerahan yang diobjektifikasi sebagai sarana persembahan untuk menyalurkan ide-ide pemilik modal menjadi produk komoditas.

Harga produksi pasar sangat dinamis dapat dijangkau dari kalangan ekonomi tinggi, ekonomi sedang, juga dapat menjangkau selera masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi rendah. Oleh sebab itu kualitas dan harga produk pasar dikatakan terletak pada kemampuan dan keberanian

konsumen membayar. Kalau konsumen berani membayar mahal, akan memperoleh produk yang sepadan dengan jumlah uang yang ditukarkan. Produk pasar dengan mudah ditemui di *artshop* disepanjang Br Sangging sampai dengan Br Pande dipajang sebagai barang dagangan. Ketika komoditas tersebut terjual di pasar fungsinya dikaburkan diganti dengan ritual uang. Untuk membeli produk pasar sering terjadi tawar-menawar sehingga diperoleh kesepakatan harga yang harus dibayarkan atas barang yang dikonsumsi. Dalam praktik-praktik perubahan distribusi Sinarwati mengatakan bahwa harga *satu buah kober* dengan lukisan Hanoman, Bima (standar baik) yang dilukis bolak-balik untuk kebutuhan ritual adalah Rp 600.000,00 “.....*apang wenten taler sane tutas titiyang santukan titiyang medue anak-anak kanton masokolah.....*”. Pelukis juga memiliki tanggung jawab atas keluarga sehingga ketika menjual sarana untuk kepentingan ritual dia tidak mematok harga terlalu tinggi. Meskipun demikian dia bersyukur dapat membiayai anak-anaknya bersekolah dari hasil melukis.

Sarana ritual SLWK yang dijual di pasar disepadankan dengan uang, dengan perayaan-perayaan atas keuntungan yang diperoleh. Uang sudah dipuja sebagai dewa (*moneytheisme*), sedangkan konsumen sebagai pemilik uang dipersepsikan sebagai dewa karena mampu mengabdikan keinginannya untuk menjual produknya di pasar. Di pihak lain pariwisata juga diasumsikan sebagai “dewa” sehingga dipuja karena memiliki kemampuan untuk membeli produk-produk yang dijual di pasar.

Perayaan-perayaan yang terjadi di pasar merupakan pola-pola distribusi kapitalisme dengan kekuasaan kapitalnya telah mampu mengaburkan seni sakral menjadi seni profan. Kekuasaan uang dirayakan sebagai bentuk

keberhasilan prafanisasi dalam menciptakan produk-produk baru untuk didistribusikan ke pasar. Demikian juga dalam ritual memilih *dewasa* (hari baik) pembuatan sarana persembahan dikaburkan dengan memanfaatkan waktu luang untuk memperoleh produk yang efektif, efisien, dan ekonomis. Ketika difungsikan sebagai produk sarana ritual cukup di-*pelaspas* dengan "*banten pemelaspas*" berupa *pejati* yang terdiri atas *santun*, *peras*, dan *canang raka* kemudian sarana *upakara* diberikan "*sasap*" oleh *pemangku* atau orang suci sebagai tanda sudah disucikan. Akan tetapi sebelumnya sudah *dipelaspas* dengan "uang" dibayar sebagaimana layaknya seseorang membeli barang. Pemilik *arshop* terlebih dulu mempersembahkan barang dagangannya kepada yang mampu membeli, untuk selanjutnya pembeli mempersembahkan kepada Tuhan sebagai sarana ritual.

Produksi *souvenir* yang didistribusikan ke pasar merupakan produk kreativitas *culture studies* untuk melahirkan ide-ide terobosan yang kecil-kecil, merakyat dan menyentuh hidup orang banyak. Produksi semacam ini dapat dijangkau oleh semua kalangan dan dengan mudah dapat dikemas dalam perjalanan sehingga digemari oleh wisatawan. Produk-produk tersebut dikemas menjadi produk-produk baru yang kreatif dan inovatif sehingga sehingga merangsang wisatawan membeli *soevenir* lebih banyak. Sondro mengatakan bahwa koleksi *souvenir* yang dimiliki wisatawan tidak jarang dilanjutkan ke jenjang bisnis dengan skala yang lebih besar sehingga diperlukan permodalan yang lebih besar pula.

Perubahan-perubahan distribusi sudah terjadi semenjak produk direncanakan kemudian didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Distribusi

berhubungan dengan pasar sebagai tempat menyalurkan, memperkenalkan, dan mempromosikan hasil produksi agar sampai atau diketahui oleh konsumen. Barang-barang yang didistribusikan di pasar pada era postmodern merupakan representasi dari keinginan-keinginan konsumen dan produsen yang didistribusikan kembali menjadi produk pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen.



Gambar 6.12 Souvenir dan Barang Kerajinan Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Produk pasar sangat relatif dan sangat dinamis, artinya tidak berhubungan langsung dengan baik dan buruk, tetapi berhubungan dengan kemampuan daya beli konsumen. Dalam budaya konsumen kualitas dan harga produk disejajarkan dengan keinginan-keinginan konsumen dan kemampuan mengonsumsi produk-produk yang didistribusikan di pasar.

I Gede Wedaswara sebagai pebisnis dalam mendistribusikan produk-produknya di pasar mengatakan sebagai berikut.

“.....produk-produk yang didistribusikan di pasar merupakan hasil dari perjuangan melalui proses produksi dan reproduksi distribusi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar (Wawancara dengan Gede Wedaswara, 2014 di Kamasan).

Pasar global menjunjung tinggi rasionalitas, universal dan menghargai nilai-nilai kreatif. Sebagaimana yang dikatakan Sondra sebagai berikut.

“.....produk yang didistribusikan di pasar global mengacu pada standarisasi, sangat jelas, dan mudah dipahami. Pasar global sangat rasional, universal, terbuka, kritis, bersaing dan sering kali harga produk disertakan pada produk bersangkutan. Produk Sondra *Gallery* secara khusus dijual di Gelael Dewata Ubud dan beberapa tempat di Sanur, Nusa Dua dan Kuta”(Wawancara dengan Sondra, 2014 di Kamasan).

Untuk mendapat kepercayaan dari konsumen produk-produknya yang didistribusikan di pasar selalu mencantumkan harga yang dijual di pasaran. Untuk menentukan harga produksi dihitung dari harga dasar dan keuntungan 20%. Sebagai produsen Sondra tidak mencari keuntungan yang terlalu tinggi takut pelanggannya menjadi kapok. Dengan cara begitu ia selalu kebanjiran *order-order* baik domestik maupun untuk *export*. Bourdieu (2010) mengatakan bahwa produk pasar yang dikembangkan industri budaya pasar global berskala besar. Artinya, mampu melakukan proses produksi dan reproduksi dalam jumlah besar dengan jaringan yang luas. Deskripsi produk yang didistribusikan di pasar sangat lengkap, yaitu dari latar

belakang ide, pengolahan bahan, proses pengerjaan, sampai dengan pencitraan.

Pasar global sangat dinamis menjangkau pasar lokal dan pasar global. Oleh sebab itu produksi yang didistribusikan pasar global dikatakan sebagai kapitalisme yang memiliki kemampuan mematikan pasar lokal. Jaringan yang luas dan modal kapital yang sangat besar selain mampu mendistribusikan juga mampu mengonsumsi produk-produk *souvenir*. Setiap standarisasi yang disepakati diawali dengan hitung-hitungan harga dengan pertimbangan yang matang. Artinya, pemilihan desain, proses kerja, dan pendistribusian dihitung secara teliti sehingga ditemukan harga pasar. Oleh sebab itu, pendistribusian produk pasar memerlukan kecerdasan menghitung, memerlukan hubungan relasi sangat luas, serta modal yang sangat besar. Implikasinya adalah pelukis lokal tidak mampu mendistribusikan produk-produknya secara langsung di pasar global kerana tidak memiliki modal dan jaringan yang memadai. Oleh sebab itu pelukis lebih banyak memosisikan dirinya sebagai buruh atau pekerja seni untuk melaksanakan perintah-perintah kaum kapital. Kapitalisme sudah mampu menciptakan kebodohan pada diri pelukis yang semata-mata untuk memperoleh keuntungan sesaat tanpa memperludikan eksistensi SLWK. Eric Fromm (1987) mengatakan bahwa sesuatu yang baru adalah indah. Kegilaan manusia atas sesuatu yang baru berkaitan dengan desainer dalam mengembangkan desain baru yang lebih segar dan memesonakan. Kapitalisme tidak saja mampu memproduksi ide-idenya sendiri menjadi komoditas tetapi juga mampu mendistribusikan ke pasar yang dibungkus sebagai ide baru melalui jaringan dan *order-order* yang sudah disebar ke seluruh pelosok.

Order dan *disorder* yang didistribusikan di pasar sifatnya saling melengkapi dari *order-order* sebelumnya sehingga terkesan *order* baru. Piliang (2011: 341) mengatakan bahwa fenomena kebudayaan dibangun oleh dua unsur yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain, yaitu *Order* (beraturan, terduga, kepastian) dan *disorder* (ketidakpastian). Pendistribusian model-model yang terdapat pada diri pelukis memerlukan proses panjang untuk menuangkan ingatan-ingatan ke dalam medium. *Disorder* dapat dilakukan dengan cepat, tidak memakan waktu lama karena tidak ada pelayanan atas ide-ide yang harus dipenuhi. Barang yang ingin diperoleh sudah tampak nyata di depan mata sehingga pendistribusian berdasarkan pesanan-pesanan yang sudah ada. Sebaliknya pendistribusian barang-barang berdasarkan *order* barangnya belum ada sehingga memakan waktu yang lama sesuai dengan besar kecilnya pesanan dan tingkat kesulitan.

Konsumen dalam pendistribusian *order* sangat dimanjakan dengan pelayanan-pelayanan praktis, cepat, dan rasional dengan mendeskripsikan produk berdasarkan standarisasi kualitas, medium, teknik, dan pelukis pembuatnya. Harga produk yang didistribusikan di pasar langsung dicantumkan pada barang sehingga tidak terjadi tawar-menawar yang panjang dan bertele-tele. Pitana (2004: 37) mengatakan bahwa harga barang produksi massa yang dijual di pasar akan mengalami saturasi berupa penurunan harga. Makin banyak produksi massa yang dijual di pasar akan mengalami saturasi atau penurunan harga yang lebih besar pula.

Dari uraian pendistribusian SLWK menjadi komoditas pasar pada era postmodern di Klungkung Bali dapat dikatakan bahwa SLWK yang didistribusikan di pasar

merupakan produk metamorfosis untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Produk yang didistribusikan ke pasar bersifat sangat *touristicts* lebih menonjolkan budaya pameran untuk mendapat keuntungan berupa uang dibanding dengan idealisme *pakem*. Perubahan yang terjadi bukan terletak pada bentuk visual melainkan pada kepentingan dari tiap-tiap konsumen. Salah satu pendorong latar belakang terjadi perubahan adalah gaya hidup (*life still*). Untuk memenuhi gaya hidup dibutuhkan uang yang akan dikonversikan dengan kebutuhan hidup. Institusi yang terlibat sebagai aktor dalam proses perubahan distribusi pasar, adalah pemerintah, travel, pasar seni, *artshop*, *gallery* dan media.

Pemerintah

Pemerintah memiliki peranan sangat penting dalam merevitalisasi seni dan budaya lokal sebagai langkah pelestarian pembinaan dan pengembangan kesenian yang tumbuh dan berkembang ditengah-tengah masyarakat. Pembinaan dan pengembangan dilakukan pemerintah melalui kegiatan pameran dan ajang promosi dagang untuk mengembangkan industri kreatif yang berbasis budaya lokal. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 3 Tahun 1991 menyebutkan, pariwisata yang dikembangkan adalah pariwisata budaya. Selanjutnya dalam Perda No 1 Tahun 1991 disebutkan, pariwisata budaya yang dikembangkan di Bali adalah “pariwisata budaya” berbasis dengan agama Hindu.

Agama, seni, dan budaya di Bali merupakan satu kesatuan yang utuh saling berkaitan sehingga sangat sulit dipisahkan (Matra, 1976: 12). Dalam praktik-praktik produksi dan distribusi SLWK direvitalisasi agar tidak tercerabut dari akarnya. Lebih lanjut Mantra mengatakan bahwa ketika didistribusikan menjadi produk industri harus

dapat dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat. Pemerintah hadir untuk memberikan dorongan tentang pelestarian, pembinaan, dan pengembangan industri kreatif untuk menumbuhkan inovasi-inovasi baru. Bentuk pelestarian dilakukan dengan memberikan pemahaman terhadap pentingnya SLWK untuk diselamatkan sebagai warisan budaya yang bermutu tinggi yang dilakukan melalui penyuluhan, seminar dan lomba tentang melukis tradisional wayang Kamasan. Sekolah-sekolah di lingkungan Kabupaten Klungkung juga diharuskan memasukkan praktik-praktik melukis wayang Kamasan dalam mata pelajaran keterampilan.

Sebagai bentuk pemberdayaan SLWK diberikan ruang untuk mendistribusikan komoditas produk pasar dipromosikan melalui pameran yang diadakan secara rutin dalam PKB maupun dalam pameran dagang yang dilakukan Dekranas bekerjasama dengan Dekranasda, dan Dinas Perindustrian. Untuk memperkuat sisi permodalan pemerintah juga memberikan pinjaman dalam kelompok Usaha Karya Mandiri (UKM) yang dilakukan tiap-tiap Kabupaten sebesar Rp 10.000.000,- setiap kelompok. Boerdeu dalam Jenkind (2004: 95) modal dikelompokkan menjadi modal kapital, modal sosial, modal ekonomi, dan modal simbolik. Keterampilan melukis yang dimiliki oleh masyarakat kamasan yang memiliki identitas sangat khas dan unik secara turun-temurun disebut modal sosial, simbolik, dan modal kultural. Sedangkan modal kapital dalam budaya konsumen oleh adorno disebut sebagai fitisisme, yaitu sikap yang mendewakan uang (Strinati, 2006:65). Sejak tahun 2011 BNI 46 bekerjasama dengan pelukis, pengrajin, dan pebisnis untuk memberikan permodalan dengan bunga yang sangat rendah.

Bantuan modal yang diberikan pemerintah pada pengelola industri kreatif di Desa Kamasan mendorong berkembangnya kelompok-kelompok pengusaha baru yang bergerak dalam industri kreatif untuk memproduksi produk-produk *souvenir* dan barang-barang kerajinan untuk didistribusikan di pasar. Kelompok-kelompok industri yang berkembang berbentuk industri kecil (IK), industri rumah tangga, dan usaha kerja mandiri (UKM). Kelompok pengelola industri ini tersebar diseluruh Desa Kamasan dengan mempekerjakan pekerja-pekerja seni untuk membuat produk-produk *souvenir* untuk dijual di pasar. Produksi industri kreatif yang berkembang di Desa Kamasan tidak hanya memproduksi lukisan pasar juga memproduksi barang-barang *souvenir* berupa kipas yang bahan dasarnya didatangkan dari Denpasar, anyaman didatangkan dari Bangli, Gianyar dan beberapa bahan yang diproduksi di Klungkung. Untuk memperkenalkan produk-produk mereka sebagai bentuk pemberdayaan oleh Pemerintah Daerah Klungkung selalu dilibatkan dalam pameran yang bersekala daerah, provinsi, maupun Nasional, bahkan Internasional.

Pembinaan dan pengembangan industri kreatif dilakukan secara terus menerus terhadap kelompok pengelola industri yang terdiri dari 143 kelompok dengan menampung \pm 326 tenaga kerja. ISI Denpasar melalui Pakultas Seni Rupa dan Desain, khususnya Program Studi Seni Rupa/Seni Lukis dan Program Studi Kriya secara rutin tiap tahun memberikan pembinaan terhadap cara-cara pengembangan SLWK dan produk-produk industri sehingga memiliki daya saing tinggi serta mendatangkan nilai tambah. Dari Dinas Perindustrian Kabupaten Klungkung juga memberikan penyuluhan sebagai bentuk pemberdayaan dalam pengembangan industri kreatif yang bersinergis

antara pemerintah, pekerja dan pebisnis dalam rangka menyongsong MEA akhir tahun 2015 dan WTO tahun 2020.

Pebisnis (Industri Pariwisata)

Pariwisata merupakan industri yang didalamnya terdapat kelompok-kelompok usaha berupa bisnis yang menjual produk-produk pariwisata berupa barang dan jasa. Kelompok usaha yang bergerak dalam industri pariwisata, yaitu travel, transportasi (domestik atau internasional, darat laut dan udara), *hotel, bar, restaurant, money changer*, objek dan atraksi wisata, pasar seni/*artshop/supermarket/pasar oleh-oleh*. Travel memiliki peranan sangat penting dalam mempromosikan tempat-tempat tujuan wisata. Agar calon wisatawan tertarik berkunjung ke daerah tujuan wisata (DTW) travel berusaha meyakinkan dengan berbagai pencitraan dengan memperkenalkan obyek, atraksi, dan produk penunjang wisata. Dalam konteks SLWK, selain dapat dijadikan sebagai obyek wisata juga dapat dijadikan sebagai atraksi dan produk penunjang pariwisata.

Desa Kamasan merupakan desa tua yang sudah dikenal semenjak dulu serta memiliki sentra-sentra industri yang sangat khas dan unik sehingga pada masa pemerintahan kolonial Belanda wajib dikunjungi oleh setiap wisatawan yang berkunjung di Bali. Industri *menenun, memande*, dan melukis sudah berada semenjak masa pemerintahan raja-raja dan eksis sampai sekarang. Untuk mendorong wisatawan berkunjung ke kampung seni Desa Kamasan kerajinan-kerajinan itu dipromosikan sebagai daya tarik wisata bekerjasama dengan biro perjalanan wisata. Desa Kamasan terletak sangat strategis berada dalam satu jalur perjalanan. Untuk mencapainya dapat ditempuh dari Barat melalui jalan darat dari Denpasar, Badung, Gianyar, dan Klungkung dengan kondisi jalan sangat baik. Kalau dari

Timur dapat dilalui melalui Karangasem dan Klungkung juga kondisi sangat baik.

Sebagai *desa gilda* pada masa pemerintahan raja-raja bertugas untuk memasok segala peralatan yang berhubungan dengan alat-alat dapur alat *upakara*, peralatan perang, dan karya seni. Keterampilan *menenun*, *memande* dan melukis sangat potensial dikomersialkan sebagai atraksi wisata yang sangat khas dan unik. Peninggalan tradisi yang bernilai tinggi perlu dilestarikan dan dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk.

Tenunan Desa Kamasan memproduksi *kain endek* dan *kain songket* yang memiliki motif sangat khas dan unik. Kerajinan logam memproduksi perhiasan dari emas, *bokor*, dan selongsong peluru. Sedangkan kerajinan seni lukis wayang Kamasan diproduksi berupa barang-barang *souvenir* dan barang kerajinan. Produk-produk tersebut disamping dapat dijumpai pada tiap-tiap perajin juga dapat dijumpai di pasar induk “Galiran”. Di pasar ini diperoleh berbagai produk tekstil/tenunan, perhiasan dari emas, dan produk-produk *souvenir* dengan identitas lukisan tradisional wayang gaya Kamasan.

Secara historis Gede Mersadi yang lebih dikenal dengan Modara seorang *sangging* yang berasal dari kampung seni Desa Kamasan sebagai pelopor keberadaan SLWK. Peninggalan artefak-artefak SLWK di *Kertha Gosa* sebagai peninggalan sejarah yang pernah dibuat oleh seorang *sangging* yang masih menjunjung tinggi pengabdian kepada Tuhan yang mempercayai suratan takdir. Pada masa-masa jayanya Mersadi/Modara bersama Kaki Samburg, Kaki Liya Tahun 1868-an diperintahkan raja Dewa Agung Jambe untuk membuat lukisan pada dinding bangunan *Kertha Gosa* dan

Balai Kambang sebagai bentuk pencerahan terhadap umat. Pada saat itu pekerjaan melukis hanya diperbolehkan oleh kaum laki-laki, sedangkan kaum perempuan masih tidak diperbolehkan untuk mengambil pekerjaan sebagai pelukis. Setelah masuknya modernisasi yang ditandai dalam pemerintahan kolonial Belanda masyarakat Bali dianjurkan tidak hanya bergantung dengan pertanian, sudah saatnya melirik pekerjaan lain yaitu pariwisata.

Kemudian dilanjutkan dengan peranan kolonial Belanda yang merekomendasikan objek wisata *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* sebagai salah satu destinasi yang wajib dikunjungi wisatawan ketika berkunjung ke Bali. Sebagai daya tarik wisata tahun 1930-an dilakukan pemugaran bangunan *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* dengan melibatkan seniman-seniman Desa Kamasan. Pelukis-pelukis Kamasan yang terlibat adalah, Kayun, Ngales, Lenged, dan Dogol serta melibatkan wanita dalam pewarnaan. Upah yang diterima sebagai pelukis sebesar 30 Sen/ hari sebagai tanda dimulainya komersialisasi (Picard, 2006: 76). Sehabis melihat objek lukisan di *Kertha Gosa* pemandu wisata menawarkan wisatawan berkunjung ke Kampung seni Desa Kamasan untuk melihat dari dekat bagaimana orang melukis tradisional secara benar, dan bagaimana SLWK diproduksi secara massa.

Dalam usaha untuk memuaskan konsumen pengelola industri pariwisata tidak hanya mengunjungi objek-objek peninggalan sejarah tetapi juga mengajak wisatawan untuk melihat langsung bagaimana atraksi masyarakat Kamasan ketika membuat SLWK. Ketika wisatawan merasa terpuaskan tidak jarang membeli barang-barang *souvenir* atau memulai bisnis baru yang dapat mendistribusikan produk-produk *souvenir* dengan identitas lukisan wayang Kamasan.

Artshop/toko seni yang pertama kali berdiri sebagai tempat mendistribusikan lukisan wayang gaya Kamasan adalah “Toko Indra” yang terletak disebelah timur *Kertha Gosa*. Toko Indra, merupakan satu-satunya toko pada saat itu yang menjadi sentra untuk menjual lukisan bagi seniman dan sebagai tempat untuk membeli lukisan bagi wisatawan. Untuk menghubungkan antara pelukis dengan konsumen dalam bertransaksi, seringkali melalui Toko Indra para seniman dimintai bantuan untuk membuat lukisan dengan tema-tema tertentu oleh pelukis tertentu. Mandra, termasuk orang yang sering diberi *order* membuat lukisan dengan tema-tema tertentu melalui jaringan Ketut Moleh (alm), Numbreg (alm), dan Brati (alm). Agen-agen ini sering membantu mendistribusikan lukisan untuk dijual di Toko Indra sehingga mendapatkan harga lebih tinggi untuk ukuran saat itu (Wawancara dengan Nyoman Mandra di Br. Sangging 2014).

Wisatawan sangat memerlukan produk-produk *souvenir* sebagai kenang-kenangan, tanda pernah mengunjungi objek dan atraksi wisata di objek wisata Kamasan. Agen sebagai perpanjangan tangan konsumen senantiasa membina hubungan untuk berkomunikasi dengan menanyakan keinginan-keinginan produksi yang hendak dikonsumsi oleh konsumen. Tema lukisan pemutaran Gunung Mandara dan Hanoman yang dibuat Mandra sangat disukai oleh konsumen. Setiap keinginan konsumen direspon dengan reaksi sangat cepat oleh pelukis karena ingin memberikan yang terbaik kepada setiap wisatawan.

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen SLWK didistribusikan sebagai komoditas berupa produk *souvenir*. Pendistribusian produk pasar berdasarkan *order-order* kapitalisme yang memiliki jaringan sangat luas tersebar

keseluruh pelosok. Produk yang didistribusikan dipasar adalah produk yang mampu memberikan kenang-kenangan bagi wisatawan sebagai tanda pernah berwisata pada destinasi Desa Kamasan.

Media

Dalam era globalisasi media memiliki peranan penting dalam mendistribusikan komoditas SLWK yang berkembang di Desa kamasan, baik media sosial maupun media kultural. Secara kultural cerita yang terdapat pada karya sastra berupa teks-teks tradisi ditransformasikan kedalam bentuk karya visual berupa lukisan wayang gaya Kamasan yang terdapat pada dinding bangunan Kertha Gosa memiliki nilai-nilai simbolik yang sangat tinggi. Pada masa pemerintahan raja-raja SLWK digunakan sebagai media untuk memberikan pencerahan terhadap umat. Dua buah lukisan Gede Modara yang berjudul “*Lubdaka* dan *Sutasoma*” digunakan sebagai media pembelajaran bagi keluarga kerajaan. Dalam lontar tersebut dihiasi dengan gambar-gambar berupa lukisan untuk memperjelas nilai-nilai sastra yang terdapat pada *kedua* lontar tersebut. Dalam era modern digunakan sebagai media komersial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan dalam budaya konsumen SLWK dijadikan media produksi untuk mendistribusikan ide-ide kapitalisme menjadi produk-produk *souvenir* dan barang kerajinan memenuhi kebutuhan pasar.

Lukisan yang terdapat pada dinding bangunan *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* dijadikan media untuk mendistribusikan informasi tentang peninggalan sejarah yang pernah melahirkan seorang sangging bernama Gede Mersadi yang lebih dikenal dengan Gede Modara. Lukisan peninggalan sejarah juga dapat dijumpai di rumah-rumah

penduduk yang menghiasi sanggah keluarga seperti lukisan yang terdapat pada *Sanggah Paibon (Pulosari)* Mangku Wayan Muliarsa, *Pura Pemaksan Tangkas*, *Pura Dalem Tampuangan*, dan *Pura Kori Batu*. Sebagai media pada buku panduan pariwisata yang diterbitkan oleh Pemda Klungkung tentang “*Kertha Gosa*” oleh I Gst Made Warsika (1986) telah memberi penjelasan tentang lukisan yang terdapat pada dinding *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang*. Buku saku yang hampir sama juga pernah diterbitkan oleh Pusat Kajian Bali & Universitas Udayana menerbitkan buku tentang “Lukisan Sutasoma Pada Balai Kambang” Klungkung Bali oleh I Nyoman Suarka, dkk (2012).

Peranan media sangat penting sebagai sarana yang dapat memfasilitasi bagaimana produk-produk yang dihasilkan oleh *habitus* masyarakat Kamasan dapat didistribusikan ke pasar. Budaya media diberbagai Negara dan kebanyakan negara kapitalis termasuk Indonesia merupakan suatu bentuk budaya komersial yang diproduksi demi mendapatkan keuntungan disebarakan melalui bentuk komoditas. Komersialisasi dan komodifikasi budaya memiliki peranan penting untuk mempromosikan seni dan budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Klungkung. Untuk memperluas informasi serta jaringan untuk mendistribusikan produk-produk pasar digunakan media sosial dan media kultural disamping media-media elektronik dan media cetak berupa brosur, *booklet*, berita koran, *televisi*, dan *wibe site*.

Keith Tester (2003: 59) dalam “*Media, Budaya, dan Moralitas*”, mengatakan bahwa budaya industri merupakan pengulangan dari produksi yang ia ciptakan sendiri karena memiliki modal kapital beserta jaringan. Informasi yang disampaikan media tentang SLWK yang secara berulang-

ulang dapat menarik minat wisatawan untuk melihat dari dekat keberadaan peninggalan sejarah lukisan tradisional wayang gaya Kamasan yang terdapat di *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* dan bagaimana masyarakat Desa Kamasan melukis secara kolektif dan komunal, proses melukis, dan bentuk-bentuk lukisan wayang Kamasan yang berkembang sampai saat ini.

Beberapa TV lokal seperti Bali TV dan TV Nasional seperti Kompas TV dan Metro TV beberapa kali menayangkan tentang objek dan atraksi wisata *Kertha Gosa* dan Desa Kamasan sebagai kampung seni. Penyebaran informasi tentang SLWK juga dilakukan melalui internet tinggal mengakses Kabupaten Klungkung atau seni lukis tradisional wayang gaya Kamasan akan muncul profil Desa Kamasan. Sedangkan media sosial digunakan sebagai pendistribusian informasi tentang aktivitas melukis masyarakat Kamasan sebagai kampung seni dan profil lukisan tradisional wayang gaya Kamasan.

Kaum kapitalisme sudah mampu menjadikan SLWK sebagai media untuk mendistribusikan ide-idenya menjadi produk massa berupa produk-produk *souvenir* dan barang kerajinan untuk didistribusikan kembali ke pasar. Media kultural dan media sosial berposisi biner dengan kaum kapitalisme yang memanfaatkan media cetak dan media elektronik untuk mendistribusikan keinginan-keinginan kaum kapitalisme. Promosi yang dilakukan dengan pengulangan-pengulangan media elektronik serta mengunggah peninggalan-peninggalan sejarah dan kondisi aktivitas melukis di Kampung seni Kamasan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Kamasan. Dengan membeli barang-barang *souvenir* sebagai tanda wisatawan pernah berkunjung ke Desa Kamasan .

Pengulangan-pengulangan informasi yang disampaikan media bertujuan membangun wacana progresif untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan oleh *habitus* Desa Kamasan sebagai kampung seni. Keith Tester (2003: 60) juga mengatakan dalam budaya populer upaya melakukan dominasi terhadap pelukis dimaknai sebagai budaya berdimensi satu. Oleh sebab itu dalam *Cultural studies* berusaha melakukan pembelaan dan penghargaan terhadap para pelukis yang terdominasi dalam praktik-praktik produksi massa yang didistribusikan ke pasar. Produksi lukisan pasar harus mendapatkan penghargaan yang layak karena sudah mampu menampung tenaga kerja sebanyak 326 orang dari berbagai kelas sehingga dapat mengurangi pengangguran. Produksi lukisan pasar ternyata mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena dapat dinikmati oleh dari berbagai kalangan. Sgmentasi pasar menjadi sangat luas tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal tetapi juga menjangkau pasar global. Tidak hanya dapat dikonsumsi oleh orang-orang kaya tetapi juga dapat dikonsumsi oleh kalangan masyarakat ekonomi menengah. Terjadi pemerataan kesempatan kerja dari pekerja yang tidak bisa membuat sketsa dapat membeli sketsa sesuai dengan tingkatan kelas kemudian diselesaikan sebagai bentuk industri rumah tangga (IT). Produksi yang sudah selesai kemudian didistribusikan pada agen-agen untuk selanjutnya didistribusikan ke pasar.

Perubahan Konsumsi

Secara tradisi dulu SLWK dikonsumsi untuk memberikan pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat. Menurut Russell (1988), keterjeratan budaya konsumsi berawal pada keinginan manusia yang tidak terbatas dan tidak mungkin

terpuaskan sepenuhnya sehingga mereka selalu merasa kekurangan. Petunjuk pelukis terjerat budaya konsumsi dapat dicermati pada diferensiasi dan gaya hidup (Piliang, 2004: 171). Baudrillard, (2004: 90), dalam “*Masyarakat Konsumsi*”, juga mengatakan sebagai kemunculan kontrol atas kekuatan yang berhubungan dengan mimpi-mimpi, *image*, dan kesenangan mengkonsumsi. Kini tuntutan hidup semakin komplek dan bersifat konsumerisme dan hedonistik segala sesuatu harus dibeli dengan uang sehingga uang menjadi sangat berkuasa. Untuk memperoleh uang pelukis harus bekerja keras mencari terobosan-terobosan untuk memproduksi produk yang dapat dikonsumsi oleh produsen dan konsumen .

Konsumen dengan kekuatan kapital serta jaringan yang dimiliki untuk mengkonsumsi SLWK menjadi produk pasar sehingga terjadi profanisasi. Produk yang dikonsumsi diproduksi dengan pendekatan bujuk rayu sehingga terjadi duplikasi gaya lukisan Mangku Mura dan Nyoman Mandra menjadi lukisan Mangku Mura-Mangku Muraan dan Mandra-Mandraan dengan menempelkan inovasi-inovasi yang memberikan kesan kebaruan. Pendukung gaya lukisan Mangku Mura memiliki kemampuan untuk menduplikasi lukisan orang tuanya dirayu oleh konsumen sehingga menghasilkan lukisan Mangku-Mura - Mangku Muraan. Karena diduplikasi dengan teknik tradisi memadai lukisan yang asli dengan yang palsu sangat mirip susah dibedakan. Meskipun demikian konsumen selalu diberi tau bahwa lukisan yang dikonsumsi bukan lukisan Mangku Mura tetapi lukisan duplikasi yang dihasilkan oleh anak-anak dari Mangku Mura sendiri.

Pengusung gaya lukisan Mandra lebih banyak mengkonsumsi SLWK menjadi produk *souvenir* untuk

memenuhi kebutuhan pariwisata. Produk pariwisata bersifat sangat *touristic* sarat dengan permainan kapitalisme dengan hitung-hitungan untung dan rugi. Nilai-nilai tradisi yang biasanya dilekatkan pada SLWK dikaburkan dengan pertimbangan untung dan rugi. Bourdieu (2004); Russell (1988), mengatakan bahwa konsumsi berhubungan dengan gaya hidup dan selera (*pastiche*). Istilah mengonsumsi, menurut Raymond Williams (1976: 68) dalam Mike Featherstone (2001: 48) mengatakan sebagai berikut.

“.....konsumsi adalah merusak (*to destroy*), memakai (*to use up*), membuang-buang (*to waste*), menghabiskan (*to exhaust*). Konsumsi sebagai pembuang-buangan, perbuatan yang berlebih-lebihan dan pengeluaran menunjukkan suatu kondisi yang paradoksal dalam penekanan produksionis dari masyarakat kapitalis dan sosialis negara yang harus dikontrol dan disalurkan (Featherstone, 2001: 48).

Sesuai dengan pandangan Featherstone, mengonsumsi merupakan kondisi yang paradok sehingga terjadi *oposisi biner* dengan pemilik modal untuk membuat siklus sejarah baru dalam membuat produk-produk kultural yang berorientasikan pasar. Dalam masyarakat konsumsi SLWK direduksi menjadi produk-produk yang cepat laku, tepat sasaran, dan cepat mendatangkan uang. Individualisme mendorong masyarakat tradisi bekerja keras untuk mengeksplorasi gagasan, mimpi-mimpi, *image* dengan memanfaatkan waktu luang dengan kerja-kerja kreatif, inovatif, dan variatif. Produk yang dikonsumsi oleh konsumen ketika didistribusikan ke pasar diproduksi dari ide-ide konsumen sendiri. Konsumen lokal sangat terbatas berasal dari kalangan umat beragama Hindu di Bali. Di lain pihak konsumen global sangat luas tersebar keseluruh pelosok dan bersekala dunia. Konsumen global selain

mengonsumsi produk-produk yang dikonsumsi untuk kebutuhan ritual juga mengonsumsi produk-produk kreatif yang dikomodifikasi dari ide-ide masa lalu melalui proses daur-ulang. Produk daur-ulang merupakan cerminan dari karya-karya kreatif yang bersifat eklektik yang berupaya untuk menampilkan *pesyèn* berupa produk *souvenir*, seperti kipas, tas, dompet, map, gantungan kunci, tempat tisu, lukisan, lukisan telur, kerajinan batok kelapa, benda kerajinan.

Konsumsi berhubungan dengan gaya hidup yang oleh Bourdieu (2004) disebut sebagai *selera pastiche* sebagai pencitraan untuk meningkatkan kelas dan status sosial. Produk pencitraan merupakan produk yang dihasilkan dari permainan simulasi dengan mengkaburkan identitas tradisi menjadi identitas baru yang semu. William (1976), mengatakan mengonsumsi adalah sangat merusak yang berimplikasi melunturkan nilai-nilai tradisi budaya lokal menjadi budaya hedonistik yang mengagung-agungkan nilai ekonomi semata. Tidak dapat dipungkiri bahwa kapitalisme telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat menghidupi banyak orang.

Ketika semangat kebudayaan semakin rasional dengan pandangan dunia yang semakin mekanistik mendorong kapitalisme melakukan transformasi SLWK kearah sekulerisme sehingga terjadi desakralisasi. Louis Althusser (2004) mengatakan mengonsumsi juga berhubungan dengan prinsip-prinsip kebenaran, kesejahteraan, makna kehidupan, dan moral secara realitas bersifat universal berpencah kearah narasi kecil dengan segala nilai mitos, spiritual, ideologi yang spesifik. Karya seni tidak lagi menggambarkan dan menunjukkan dimensi hidup yang sesungguhnya tetapi sudah dibungkus oleh adanya

realitas tuntutan kehidupan yang berkaitan dengan eksistensi sebagai pendukung wacana mapan. Aktivitas berinovasi dan berkreativitas tumbuh lebih bebas dan fleksibel dari berbagai eksperimen untuk kepentingan pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Inovasi dan kreativitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen memicu munculnya oposisi seni dalam menciptakan produk-produk pasar. Ruang-ruang komunikasi dibangun dari berbagai arah berbagai strata sosial kehidupan masyarakat untuk menyerap keinginan-keinginan pasar. Konsumen memiliki tingkatan kemampuan daya beli yang berbeda satu dengan yang lain. Dalam ranah kreatif keinginan-keinginan masyarakat merupakan peluang untuk dieksplorasi menjadi ide-ide kreatif melalui permainan inovasi untuk menciptakan produk-produk baru sebagai produk penunjang pariwisata. Setiap keinginan menunjukkan kelas, semakin tinggi status kelas sosial masyarakat memiliki keinginan untuk memiliki produk yang “asli” menggunakan proses produksi sesuai dengan *pakem* berdasarkan atas kepercayaan. Untuk membayangkan mimpi-mimpi dalam memenuhi keinginan, konsumen rela menunggu berlama-lama untuk menyerahkan kepercayaan yang diyakini dapat memuaskan kebutuhan diri mereka terhadap peningkatan status sosial. Bahan dan sistem pengerjaan dikerjakan secara maksimal dengan melibatkan pelukis yang memiliki reputasi tinggi. Pelukis dijadikan komoditas sebagai pencitraan untuk meningkatkan nilai jual. Sedangkan untuk pemenuhan keinginan masyarakat kalangan kelas menengah dan pasar dilakukan berdasarkan kesepakatan-kesepakatan mengacu pada standarisasi. Dalam standarisasi tidak selalu berkonotasi seni rendah, pinggiran, kasar, atau kelas kedua, tetapi seni berdasarkan atas kesepakatan antara pertukaran kualitas

barang dengan sejumlah uang yang harus dibayarkan. Semakin tinggi target standar kualitas yang ditetapkan, konsumen harus membayar lebih mahal untuk kualitas-kualitas yang didapatkan. Perbedaan standar kualitas sudah dapat dibayangkan, ada kepastian produk, ada model, sehingga memudahkan konsumen dalam proses konsumsi.

Perubahan konsumsi menurut I Wayan Puspa seorang pelukis tradisi anak didik dari Nyoman Mandra mengatakan sebagai berikut.

“.....konsumen dimanjakan dalam persaingan di pasar antara sesama pelukis dengan pola menjemput bola. Untuk memenuhi kebutuhan hidup tidak lagi bersifat menunggu. Oleh sebab itu ia berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Sekecil apapun pekerjaannya ia akan berusaha memberikan yang terbaik untuk kepuasan konsumen” (Wawancara dengan I Wayan Puspa tahun 2013 tempat di Kamasan).

Sesuai dengan pandangan Puspa, lukisan pasar berkonotasi sangat luas dan sangat dinamis. Konsumen tidak selalu memiliki kemampuan keuangan yang tinggi untuk mengonsumsi SLWK yang didistribusikan di pasar tetapi ada juga yang kemampuan ekonominya sangat sedang bahkan rendah. Mengonsumsi SLWK dapat meningkatkan kelas dan status sosial. Puspa dalam menawarkan produk-produknya dengan cara menjemput bola. Konsumen dimanjakan dengan pelayanan prima dengan menanyakan dan menawarkan secara langsung produk-produknya kepada konsumen. Untuk memuaskan konsumen seringkali ia harus mengerjakan sendiri lukisan yang didistribusikan dari menyiapkan bahan, mensket, pewarnaan, hingga penyelesaian. Menurut puspa kita akan selalu menjadi pekerja-pekerja idealisme yang tidak dapat berbuat apa-apa untuk meningkatkan kesejahteraan. Produk-produk lukisan

yang ditawarkan pada konsumen, yaitu *parba*, *ider-ider*, *kober*, *tabing*, menghias hotel. Di lain pihak lukisan telurnya sangat dikagumi oleh gurunya (Mandra) karena mampu menampilkan berbagai adegan wayang dalam bidang yang sangat kecil, sehingga banyak dikonsumsi oleh wisatawan.

Persaingan produk pasar di Desa Kamasan sangat ketat, kebersamaan hanya tampak dipermukaan padahal masing-masing individu ingin bersaing untuk memperebutkan peluang pasar. Menurut Karlk Polanyi (2003: 59), persaingan menghasilkan konsep “manusia sebagai makhluk ekonomi”. Manusia cenderung melakukan barter atas satu benda dengan benda yang lain. Komoditas yang dibarter merupakan realitas dari keinginan-keinginan konsumen sendiri melalui *order-order* yang dibarter di pasar untuk memperoleh keuntungan berupa uang. Oleh sebab itu konsumen dikatakan mengkonsumsi ide-idenya sendiri.

Dalam buku “*Budaya Konsumen Terlahir Kembali*”, Haug (1986: 54) dalam Martn Lee (2006: 34) mengatakan budaya konsumen sebagai berikut.

“.....mempercepat angka tukar komoditas dan perubahan nilai. Ini meliputi perubahan yang semakin cepat dari tampilan estetis dan perubahan gaya, dan penerapan usia produk yang lebih pendek (ketentuan produk secara material dan secara estetis). Ini adalah proses yang niscaya mengakibatkan kondisi ideal nyata dari estetika komoditas akan melahirkan minimalisasi nilai guna secara absolut yang ditutupi dan ditampilkan dengan ilusi penuh rayuan, strategi yang sangat efektif karena selaras dengan dambaan dan hasrat orang (Lee, 2006: 34).

Sesuai dengan pandangan Lee (2006) komoditas yang didistribusikan di pasar berhubungan dengan hasrat mengonsumsi dengan model pendekatan penuh rayu serta

keinginan untuk melakukan dominasi dalam proses produksi dan reproduksi. Althusser melihat bahwa relasi dominasi didalam sebuah negara bukanlah sebagai akibat dari adanya pertentangan kelas, akan tetapi disebabkan adanya *dua* kelompok ideologi yang membentuk sebuah negara (Piliang, 2005: 111- 107). Dominasi yang dilakukan kaum kapitalisme terhadap pelukis tidak saja menciptakan kebodohan tetapi juga mendorong terpasungnya inovasi dan kreativitas melukis karena harus mengikuti keinginan untuk mengkonsumsi inovasi-inovasi baru yang semu. Karena inovasi yang dihasilkan hanya berupa pengulangan-pengulangan, tempelan-tempelan dari teks-teks tradisi lama sehingga terkesan adanya kebaruan yang semu. Pada perubahan konsumsi pelukis lebih banyak memosisikan dirinya sebagai pelayan bagi kaum kapitalisme untuk mengkonsumsi ide-idenya sendiri untuk didistribusikan ke pasar. Kaum kapitalis merasa terpuaskan ketika ide-ide yang dituangkan dapat laku di pasar dan mendapatkan keuntungan berupa nilai ekonomi.

Produk pasar cenderung dipandang sebagai sesuatu yang positif oleh karena dapat menciptakan iklim yang dinamis pada kebudayaan. Kedinamisan kebudayaan dilakukan dengan bertransformasi menciptakan inovasi baru tanpa pernah diam terpaku pada satu titik kemapanan. Sigmantasi pemenuhan kebutuhan konsumen lokal masih berupa produk-produk *pastiche* untuk menghias tempat-tempat suci, menghias rumah tinggal, menghias bangunan perkantoran, dan menghias bangunan hotel. Dalam era global SLWK selain dikonsumsi oleh konsumen lokal dalam perubahan ruang dan waktu juga dikonsumsi oleh pariwisata sebagai industri global dalam memproduksi produk-produk *souvenir*.

SLWK yang dikonsumsi oleh konsumen lokal sebagian besar berupa sarana ritual seperti *kober*, *umbul-umbul*, *payung pagut*, *ider-ider*, *praba*, *tabing*, *langse*, *pedapa*, *leluhur* dan *keben*. Sarana ritual yang dikonsumsi oleh konsumen lokal proses produksinya dikaburkan diganti dengan ritual uang yang dirayakan di *arshop*, atau tempat-tempat yang menjual sarana ritual. Simbol-simbol uang dipuja sebagai bentuk perayaan yang menyatakan sebagai bentuk keberhasilan konsumsi. Apa lagi produk tersebut terjual mengawali dari proses perdagangan yang sering disebut “*pengarus*” dengan mengucapkan kata “*ngarus-ngari*”, artinya pemujaan atas terjualnya barang-barang dagangan agar menjadi lebih laris. Tema-tema produk yang dijadikan sarana persembahan disesuaikan dengan kondisi pemahaman masyarakat setempat.

Produk yang dikonsumsi oleh konsumen merupakan produk *pastiche* yang dapat meningkatkan status dan pencitraan dalam pergaulan masyarakat sosial. Nilai-nilai estetika *pastiche* pada produk *souvenir* yang dijual di pasar merupakan pencitraan yang dikonsumsi oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan kelas dan status sosial di masyarakat. *Souvenir* yang dikonsumsi oleh konsumen bersifat *touristict* lebih menonjolkan budaya pamer dan menyampingkan nilai-nilai seni. Oleh sebab itu produk-produk yang bersifat *touristict* cenderung melakukan *barter* untuk memperoleh pendapatan berupa uang yang lebih banyak dari wisatawan.

Perubahan-perubahan konsumsi dalam memenuhi kebutuhan pasar menurut Douglas & Isherwood dalam (Kebayantini, 2013:71), disebut sebagai penanda identitas yang berkaitan dengan (1) perubahan konsumsi pelukis, bahan kain, bahan dari kerajinan, bahan warna, perekat

warna, Peralatan melukis, (2) karakteristik konsumsi konsumen, bisa dilihat dari negara asal, pendidikan, pekerjaan yang menjelaskan status sosial ekonomi, status sosial tradisional, (2) pola-pola konsumsi konsumen, terkait dengan waktu, tempat, dan keterlibatan konsumen, (3) tanggapan konsumsi konsumen, berkaitan dengan identitas baru yang mencerminkan adanya pencitraan.

Perubahan Konsumsi Pelukis

Secara tradisi pelukis mengkonsumsi SLWK sebagai bentuk kepuasan batin untuk mempersembahkan karya-karya maksimal kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa*. Didorong semakin kompleksnya kebutuhan hidup dan permintaan terhadap produk *souvenir* yang terus meningkat maka SLWK dikonsumsi menjadi produk yang cepat laku di pasar, tepat sasaran, dan cepat mendatangkan uang. Produk-produk yang laku di pasaran adalah produk yang kecil-kecil, harga terjangkau, dan mampu memberikan kenangan bagi wisatawan seperti gantungan kunci, kipas, dan lukisan telur. Semakin banyak produk yang dikonsumsi mendatangkan keuntungan yang lebih banyak bagi pelukis maupun bagi konsumen. Pelukis yang termajinakan mengkonsumsi produk pasar tanpa sadar berperilaku aktif dan kolektif untuk memproduksi produk-produk yang cepat laku sehingga cepat mendapatkan keuntungan berupa uang.

Produk yang dikonsumsi oleh pelukis sesungguhnya adalah *order-order* pasar. Dalam "*Masyarakat Konsumsi*", Baudrillard (2009: 90) mengatakan bahwa konsumsi adalah tempat ditemukannya isu-isu dan masalah baru. Di lain pihak, konsumsi juga berhubungan dengan gaya hidup oleh Bourdieu (2004) disebut sebagai *selera pastiche* sebagai pencitraan untuk meningkatkan kelas dan status sosial. Dalam praktik-praktik produksi kultural selain untuk

menunjukkan *selera pastiche* oleh Baudrillard juga disebut mementaskan *kitch, camp, parodi, dan skizoprenia*.

Perubahan konsumsi pelukis untuk memproduksi produk-produk yang cepat laku dan mendapatkan keuntungan dilakukan dengan inovasi terhadap bahan dan peralatan untuk menghasilkan produk-produk baru yang remeh-temeh, kecil-kecil, dan harganya terjangkau. Bahan dan pelatan yang dikonsumsi berupa produk-produk *souvenir* dengan memberikan narasi-narasi baru sehingga terkesan adanya kebaruan. Di lain pihak juga mengkonsumsi bahan dan peralatan yang bersifat pabrikan, seperti bahan dari kain, dari kayu, dari barang kerajinan, bahan warna, dan perekat warna (*ancur*) dan peralatan melukis.

1. Bahan Kain

Secara tradisi pada awalnya kain yang digunakan melukis adalah kain tenunan dari Pulau Nusa Penida, yang disebut kain "*Bali tenunan Nusa*". Kain Bali tenunan Nusa ini sudah ditinggalkan oleh pelukis Kamasan karena kurang efektif, efisien, dan ekonomis diganti dengan kain pabrikan. Bahan kain tradisi lama selain produksi kainnya sudah tidak ada lagi, proses pembuatannya juga memerlukan waktu yang lama sehingga tidak efektif dan tidak ekonomis. Pori-pori kain Bali tenunan Nusa tidak rapat seringkali dalam membuat sketsa *penelaknya* tersangkut dan pewarnaan menjadi bocor sehingga menghasilkan karya yang tidak baik.

Untuk menghasilkan produk cepat laku yang efektif, efisien, dan ekonomis digunakan kain pabrikan, seperti blacu, kain dril, dan kain kanvas. Dulunya pelukis selalu melukis di atas lembaran kain yang lebar untuk difungsikan sebagai *parba* dan *langse*. Bahan kain yang kecil-kecil dianggap kain sisa tidak dimanfaatkan. Karena pemikiran

pelukis hanya membuat lukisan untuk parba untuk dikonsumsi oleh kaum elete atau orang kaya yang memiliki uang berlimpah. Dalam perkembangan dunia yang bersifat konsumerisme serba cepat dan praktis pelukis membebaskan diri dari larangan-larangan kono dan memproduksi produk-produk pasar yang mampu dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Bahan-bahan dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk pasar yang cepat laku, tepat sasaran, dan mendatangkan keuntungan berupa uang digunakan bahan-bahan pabrikan yang dapat distandarisasikan. *Order-order* pasar identik dengan standarisasi dan idealisme semu yang penuh dengan hitung-hitungan ekonomi. Kain sisa yang dulu cenderung dibuang-buang kini dihitung dimanfaatkan membuat produk-produk yang kecil-kecil, seperti lukisan dan ulap-ulap atau produk-produk kreaif yang disukai oleh pariwisata.

Pemikiran tentang pembebasan diri dari tradisi-tradisi lama yang mengabaikan tentang penghematan sarat dengan hitung-hitungan mengkonsumsi dalam budaya konsumsi Baudrillard (2009) mengatakan sebagai pelatihan sosial yang sistematis yang kuat dan penuh dengan perhitungan secara ekonomi. Budaya konsumsi untuk memenuhi kebutuhan produsen dalam pasar global bersifat hedonisme dimana kerja pelukis disetarakan dengan kerja mesin untuk memproduksi produk yang cepat laku dan mendapatkan keuntungan uang yang berlimpah. Terwujudnya produk-produk hedonistik digunakan kain pabrikan yang sangat efektif, efisien, dan ekonomis. Harga kain pabrikan sangat terjangkau dapat dibeli sesuai dengan kemampuan karena memiliki standar kualitas yang bervariasi. Kain pabrikan sangat mudah dibeli di toko-toko

kain, seperti di jalan Sulawesi Denpasar, toko warna di Peliatan Ubud.

Kain yang digunakan untuk lukisan tradisional Kamasan diproses terlebih dahulu dengan teknik-teknik tradisi sehingga merepresentasikan kanvas Kamasan. Sisa-sisa kain kanvas yang kecil-kecil dijadikan produk *souvenir* yang kecil-kecil seperti lukisan, dan gantungan kunci. Mangku Muriati dalam wawancara di Banjar Siku tahun 2014 mengatakan bahwa semenjak ada kain pabrikan, seperti kain belacu, dril, dan kain kanvas yang sangat mudah diperoleh di toko-toko terdekat maka “kain Bali tenunan Nusa” ditinggalkan beralih ke kain yang dibuat secara pabrikan. Kain pabrikan sangat bervariasi dapat dijangkau sesuai dengan kemampuan membeli. Dari yang berkelas ekonomi sampai berkelas sangat baik sudah ada yang menjual. Untuk lukisan berkelas ekonomi digunakan kanvas dengan bahan kain blacu. Kalau berani membayar lebih tinggi sedikit digunakan kain dril. Kondra kakaknya Muriati sangat suka melukis dengan bahan kain dril karena seratnya sangat rapat dan kuat. Di lain pihak untuk produk-produk yang didistribusikan ke *gallery* yang berkelas kebanyakan memesan bahan dasar kanvas *rembrant*. Kanvas ini merupakan kain kanvas sudah jadi tinggal dilukis dapat dibeli ditoko-toko warna atau kanvas.

Dulunya Nyoman Mandra dan pendukung-pendukungnya menggunakan kanvas tradisi sebagai medium utama. Belakangan ini ia lebih banyak menggunakan kanvas *rembrant* yang harganya sangat mahal bagi ukuran pelukis-pelukis pemula di Kamasan. Harga 1 meter kanvas *rembrant* berkisar antara Rp 500.0000,- sampai dengan Rp 750.000,-. Puspita sebagai pengusung gaya lukisan pasar mengatakan bahwa ia sering menerima *order-order* membuat kain kanvas

tradisi untuk dijual di pasar. Kain kanvas tradisi yang dijual di pasar sangat tipis sarat dengan hitung-hitungan ekonomi. Di lain pihak pendukung gaya lukisan Nyoman Mandra, selain menggunakan kanvas juga menggunakan bahan-bahan yang digunakan sebagai kerajinan.

2. Bahan dari Barang-Barang Kerajinan

Dulu bahan yang lazim digunakan untuk melukis wayang tradisional gaya Kamasan berupa bahan kain yang diolah secara tradisi. Belakangan ini selain menggunakan bahan-bahan kain tradisi juga menggunakan bahan-bahan yang bersifat eklektik yaitu bahan berupa barang-barang kerajinan yang dikombinasikan dengan bahan lain. Alasan-alasan penggunaan bahan eklektik adalah untuk memberikan warna baru pada produk-produk *souvenir* yang didistribusikan di pasar. Produk yang dihias dengan lukisan wayang sesungguhnya sudah dikenal sebelumnya. Dengan memberikan inovasi baru terhadap bahan yang digunakan dengan memberi variasi terhadap produk-produk yang didistribusikan ke pasar sehingga dapat memberikan nilai tambah yang berimplikasi meningkatnya penjualan produk industri kreatif dan dapat menampung tenaga kerja. Bourdieu dalam buku *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu* (dalam Jenkins, 2004: 95--124) mengatakan perubahan penggunaan bahan ini merupakan ranah *habitus* yang terjadi pada pelukis pasar di Kamasan untuk meningkatkan kesejahteraan. Di lain pihak, Charles Jenks (1975), seorang arsitektur berwarga negara Amerika Serikat mendefinisikan postmodern sebagai eklektikisme radikal. Sedangkan Sachari (2002:32) mengatakan eklektik berkaitan dengan media seni, segala sarana yang dapat dipadukan, segala alat dapat digunakan untuk menjadi instrumen seni dengan sumber

pengambilan inspirasi mencakup bidang yang luas, yang kebanyakan dari budaya populer.

Pelukis-pelukis yang mengkonsumsi bahan yang bersifat eklektik dikonsumsi oleh sebagian besar pendukung gaya lukisan Nyoman Mandra, seperti Sumantra, Arcana, Sondro, Diarta, Puspa, Kadek Nata, dan Suparta. Pelukis-pelukis tersebut selain menggunakan bahan kain juga memanfaatkan barang-barang kerajinan atau pengkombinasian dari produk yang sering dijumpai di pasar. Produk-produk pasar yang dikonsumsi dari bahan selain kanpas oleh pelukis, antara lain berupa beruk, telur, tas, tempat tisu, dan anggkung.

Barang kerajinan yang dilukis dengan gambar wayang dilapisi terlebih dahulu dengan warna pemutih untuk menutupi pori-pori bahan sampai menjadi rata. Untuk meratakan permukaan sehabis di lapisi dengan warna dilakukan dengan diampelas terlebih dahulu sehingga diperoleh permukaan bahan yang rata dan siap di lukis. Warna yang digunakan melapisi adalah warna dengan pelarut air (*water base*). Alasan-alasan penggunaan warna air untuk melapisi medium yang akan dihias karena warna air sifatnya menyerap. Di lain pihak dalam Barang kerajinan yang telah dilapisi warna putih tersebut dan setelah kering siap untuk digunakan sebagai bidang gambar lukisan wayang Kamasan.

2. Bahan Warna

Dulunya pelukis di Kamasan mewarnai lukisannya dengan warna tradisi yang diambil dari alam diolah dengan teknik-teknik tradisi. Warna tradisi terbatas hanya lima macam warna yang *dipitrih* sendiri dengan ancur, yaitu semacam perekat *casseine* Cina. Warna tersebut merupakan

warna pokok, seperti merah, biru, kuning, hitam, dan putih. Alat yang digunakan untuk memproses warna tradisi sangat sederhana diproses diatas pinggan diayak sampai halus dicampur dengan air secukupnya. Sebagai perekatnya di tambah *ancur* yang diayak rata dengan figmen warna. Setelah halus diakhiri dengan *negdegan*, air dan warna yang mengental dipisahkan. Untuk selanjutnya warna sudah dapat dipakai.

Tetapi kini sebagian besar pelukis-pelukis di Kamasan berpaling menggunakan warna pabrikan. Meskipun ada beberapa pelukis yang berusaha mempertahankan warna tradisi tetapi keadaan tidak dapat dijalankan dengan maksimal. Alasan-alasan kenapa warna tradisi ditinggalkan oleh para pendukungnya dalam wawancara dilapangan dengan Komang Arcana di rumahnya sebagai berikut.

“.....sesungguhnya pelukis di Kamasan masih ingin melestarikan warna tradisi meskipun prosesnya sangat rumit dan memerlukan kesabaran. Semenjak menghilangnya bahan perekat *ancur* di pasaran sampai kini belum ditemui bahan pengganti yang memadai. Untuk sementara diganti dengan lem katak.” munculnya warna pabrikan dengan standar kualitas yang bervariasi. Koleksi warna pabrikan sangat lengkap (Wawancara dengan Komang Arcana di Kamasan Klungkung).

Dari pandangan Arcana tentang kecenderungan warna tradisi ditinggalkan oleh pendukungnya didorong oleh keinginan pelukis sendiri untuk mengkonsumsi warna pabrikan untuk menghasilkan karya-karya yang efektif, efisien, dan ekonomis. Pelukis yang dulunya menggunakan warna tradisi susah berkembang. Kini berpaling menggunakan warna pabrikan untuk memproduksi produk-

produk pasar. Penggunaan warna pabrikan sangat efektif untuk mewarna produk pasar yang terikat oleh standarisasi. Produk pasar sangat bervariasi datang dari berbagai kalangan dari kalangan ekonomi lemah, sedang, maupun dari kalangan ekonomi yang tinggi. Pelukis dalam mengkonsumsi peluang pasar untuk memproduksi produk yang sesuai dengan kemampuan konsumen membayar. Semakin tinggi standarisasi yang ingin dikonsumsi oleh konsumen digunakan warna yang lebih berkkelas sesuai dengan kesepakatan. Implikasiya pelukis juga dapat mengkonsumsi uang yang lebih besar pula.

Secara umum kelompok pengusung gaya lukisan Mangku Mura selain mengkonsumsi warna tradisi belakangan ini lebih banyak mengkonsumsi warna pabrikan untuk mewarnai lukisan-lukisan yang didistribusikan ke pasar. Karena produksi lukisan pengusung gaya Mangku Mura sangat sedikit dibanding dengan permintaan lebih besar seringkali konsumen menginginkan karya duplikasi diwarnai dengan warna tradisi sehingga karya duplikasi yang dihasilkan sangat mirip dengan karya Mangku Mura.

Pada saat ini penggunaan warna tradisional semakin ditinggalkan dan diganti dengan warna pabrikan. Di sisi yang lain koleksi warna pabrikan semakin bervariasi dari sisi kualitas maupun harga. Warna pabrikan adalah warna yang diolah secara pabrik dengan menggunakan mesin berteknologi modern untuk menghasilkan warna yang dapat distandarisasikan. Warna pabrikan sangat bervariasi tersedia dalam berbagai merek dari yang sangat baik, baik, dan kurang baik dengan standarisasi berdasarkan seri warna. Warna pabrikan sangat mudah dibeli di toko-toko warna dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan dan selera.

Secara visual lukisan yang menggunakan warna pabrikan lebih cerah, lebih kaya warna, dan mengkilat, tetapi cenderung monoton atau standarisasi. Warna pabrikan tersaji dalam bentuk kemasan dari berbagai merek dan berbagai tingkatan dan kualitas. Warna pabrikan sangat kaya warna, sangat praktis, dan sangat ekonomis. Artinya, tinggal mengeluarkan dari *tube* kemudian dicairkan dengan air atau minyak diatur tingkat ketebalannya siap untuk digunakan. Jenis warna pabrikan ada *dua* yaitu, warna minyak dan warna air. Cara penggunaan warna minyak sangat praktis, yaitu tinggal dilarutkan dengan minyak pelumas yang disebut "*linoli*". Jenis-jenis merek warna minyak, seperti *greco*, *talends*, *opal*, dan *rembrant*. Penggunaan warna air cukup dicampur dengan air sebagai pelarut. Jenis-jenis merek warna air, yaitu, *guitar water color*, *sakura*, *meries*, dan *acrylic*. Belakangan ini warna-warna cat tembok seperti *vinilex*, dan *moilex* sering digunakan untuk mewarnai produk-produk *souvenir*. Warna pabrikan sering digunakan untuk mewarnai produk-produk komoditas yang dijual di pasar karena sangat efektif, efisien, dan ekonomis. Lukisan yang menggunakan warna pabrikan kalau disimpan dalam kurun waktu yang lama cenderung memudar. Berbeda dengan warna tradisi karakter warnanya sangat "*mengkarat*" suatu istilah untuk mengatakan keindahan yang luar biasa. Lukisan yang menggunakan warna tradisi semakin lama disimpan akan bertambah *mengkarat* dan menyemburkan aura karya yang antik. Sehingga lukisan semacam ini banyak diburu oleh kolektor dan dibayar dengan harga mahal.

3. Perekat Warna

Menurut Mangku Muliarsa, dulunya bahan yang digunakan sebagai perekat warna adalah putih telur dan getah meduri. Kedua jenis perekat tersebut dipandang

kurang berkualitas sehingga didatangkan *ancur* dan beberapa warna, seperti *kencu*, dan tinta Cina. Sebagai perekat *ancur* memiliki kualitas yang sangat baik untuk mencampur figmen-figmen warna yang diambil dari alam. Sifat perekat ini sangat bening sehingga sangat baik digunakan untuk mencampur warna alam. Warna-warna tradisi yang dicampur dengan *ancur* menghasilkan karakter warna yang sangat *mengkarat* (baik). Semakin lama warna tradisi ini tampak semakin mengkarat seolah-olah hidup dan lebih *mengkarat*.

Belakangan ini perekat *ancur* menghilang dari pasaran sehingga pelukis menjadi kelimpungan. Sebagaimana yang dikatakan Mangku Muliarsa, dirinya sudah melakukan berbagai percobaan agar dapat menghasilkan perekat yang setara dengan *ancur* tetapi hasilnya selalu gagal. Sementara pengganti perekat *ancur* belum ditemukan untuk sementara digunakan “lem katak” sebagai perekat. Sifat lem katak sesungguhnya cukup bagus tetapi sangat keras sehingga memerlukan waktu yang agak lama untuk menghancurkan. Penggunaan bahan lem ini mengingatkan kita pada penggunaan lem dari “*getah meduri*”. Efek yang ditimbulkan dari penggunaan lem katak cenderung merubah warna menjadi kecoklat-coklatan.

4. Arang dan Penelak

Alat-alat yang digunakan dalam melukis Kamasan selain terbuat dari bahan-bahan alami atau dibuat sendiri secara tradisional, ada juga yang menggunakan alat-alat buatan pabrik. Alat-alat tersebut adalah seperti berikut.

Arang (digunakan sebagai pensil) berasal dari arang kayu biduri (*menduri*), berfungsi sebagai alat pembuat sketsa pada tahap *molokan*. Kini sudah berubah digunakan pensil

dari berbagai merek, yaitu HB, B, dan H disesuaikan dengan kebutuhan. Pencil dengan kode H sangat keras hasilnya kurang hitam. Sedangkan pensil HB tergolong masih keras tetapi lebih lunak dari pensil kode H. Pensil dengan kode B memiliki serial dari 1B sampai 8B. Semakin besar nomor serialnya menghasilkan jejak semakin hitam dengan tekstur bahan sangat lunak. Alasan penggunaan pensil untuk membuat sketsa karena menggunakan pensil lebih praktis menghasilkan karya lebih cepat dan lebih berkualitas dibandingkan dengan menggunakan arang.

Penelak berfungsi ganda, sebagai pena dan kuas. Ada beberapa jenis sesuai dengan fungsinya, seperti (a) *penelak* (pena) untuk tahap *pengrekaan*, (b) untuk tahap *penelingan*, (c) untuk tahap *penyawian*, (d) untuk tahap *pengampadan*, (e) untuk tahap *pemuluan* (membuat bulu), dan (f) untuk tahap *pemerean*, yaitu pemasangan warna *pere*. Alat *penelak pengrekaan* terbuat dari “yip” sejenis serat berupa lidi pada pohon enau (*pohon jaka*). *Yip* ini diruncingkan sesuai dengan kebutuhan seberapa besar jejak tinta yang diinginkan. *Penelak* yang terbuat dari yip ini digunakan untuk neling, nyawi, dan muluhin.

Dalam memproduksi produk pasar alat tersebut sudah ditinggalkan diganti dengan spidol dan rotring, karena lebih praktis sehingga menghasilkan karya yang lebih cepat.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa perubahan konsumsi pelukis pada era postmodern berhubungan dengan bagaimana pelukis dapat mengkonsumsi SLWK menjadi produk-produk baru yang cepat laku di pasaran dan mendapatkan keuntungan berupa uang yang lebih besar sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup yang semakin komplek.

Karakteristik Konsumsi Konsumen

Karakter konsumsi konsumen dalam mengonsumsi SLWK pada era postmodern sebagai pencitraan untuk menandakan status sosial ekonomi, dan status sosial tradisional. Kondra dalam menunjukkan status sosial tradisional ditandai ketika merenovasi “*Pura Tangkas Kori Agung*” yang rusak ketika meletus Gunung Agung tahun 1963 ditenggelamkan oleh lahar. Kondra menceritakan keinginannya sebagai berikut:

“.....merasa dari keturunan pelukis ia sangat bangga mengabdikan keterampilannya melukis untuk *ngayah* di *Pura*. Karena jumlah pelukis di Banjar Siku tidak banyak, anak-anak sekarang tidak ada yang mau belajar melukis.....untuk menunjukkan status ia harus mensketsa sendiri lukisan pada *tabing* kemudian memahat sendiri menjadi relief bersyukur juga banyak semeton diluar Siku yang bisa memahat seperti di Banjar Silakarang.....lukisan yang diterapkan pada tempat suci cepat rusak/lapuk. “...karena didorong perasaan jengah ia juga membuat *barong dingkling, ogoh-ogoh* biar ada dipakai kegiatan bagi masyarakatnya (Wawancara dengan Wayan Kondra, 2014, di Banjar Siku Kamasan).

Menurut pandangan Kondra, melukis baginya selain untuk menghidupi keluarga juga ingin mempersembahkan yang terbaik sebagai wujud tanggung jawab terhadap leluhurnya. Tanggung jawab ini sekaligus sebagai amanat dari orang tuanya (Mangku Mura) untuk meneruskan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh leluhurnya dulu. Disamping itu juga karena adanya dorongan perasaan “*jengah*” (baca berusaha yang maksimal) untuk menghasilkan lukisan yang mencerminkan identitas diri tetapi masih menggunakan *pakem-pakem* tradisi lama yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dilapangan.

Untuk menunjukkan status sosial secara tradisi tempat suci seperti *pura*, *merajan*, *sanggah*, dihias dengan SLWK. Menurut anggapan tradisi persembahan tersebut merupakan persembahan yang tertinggi untuk menyatakan ungkapan perasaan dan kepuasan individu-individu tradisi. Sebagai sarana ritual SLWK digunakan untuk menghias, *kober*, *lelontek*, *umbul-umbul*, *payung pagut*, *tombak*, *bandrang*, *langse*, *ider-ider*, *pedapa*, *parba*, *tabing*, *leluhur* yang secara simbolik dikaitkan dengan mitos-mitos dalam cerita pewayangan. Kalau bangunan suci dan sarana pelengkap ritual belum dihias dengan SLWK, secara tradisi status sosial masyarakat belum dianggap menunjukkan kelas. Secara tradisi persembahan kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa* bagi masyarakat Bali adalah segala-galanya dan itu merupakan kepuasan puncak yang tidak dapat dibandingkan dengan apapun.

Untuk menunjukkan status sosial secara ekonomi SLWK dipertarungkan dalam ranah sosial menjadi seni *pastiche* dengan mementaskan parodi dan *skizoprenia*. Secara *pastiche* SLWK dijadikan sebagai pencitraan untuk meningkatkan nilai jual sehingga mendapatkan keuntungan ekonomi yang lebih besar ketika didistribusikan ke pasar. Simbol-simbol tradisi yang dilekatkan pada SLWK *pastiche* berorientasi produk massa sering ditempatkan pada posisi yang tidak benar sehingga terjadi parodi, banyak mengundang pertanyaan-pertanyaan kritis yang ditujukan pada pelukis, pemerintah, masyarakat maupun kepada pengelola industri.

Parodi semata-mata untuk memperoleh uang atas tuntutan hidup menjalankan perintah-perintah pemilik modal untuk memproduksi komoditas yang didistribusikan ke pasar. Pelukis di Desa Kamasan sebagian besar hanya

menggantungkan hidup dari melukis yang masih berputar-putar disekitar pasar tradisi. Disisi yang lain kapitalisme dengan modal beserta jaringan yang sangat luas sudah disebar keseluruh pelosok melalui agen-agennya mampu menjadikan pelukis sebagai pecundang untuk memproduksi keinginan-keinginannya berupa produk *souvenir* untuk didistribusikan pada pasar global. Produk *souvenir* yang dikonsumsi oleh pasar global bersifat ekkletik sangat luas tersebar keseluruh pelosok lapisan masyarakat dan bersekala dunia. Pada dasarnya semua benda yang memiliki permukaan dapat dijadikan *souvenir* untuk memuaskan wisatawan.

Kapitalisme menggunakan kesempatan ini untuk memproduksi simbol-simbol tradisi yang disakralkan dalam agama Hindu menjadi produk-produk *skizorenia* yang semata-mata dapat memuaskan kebutuhan konsumen atas *order-order* pasar. Produk pasar global yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan pertimbangan-pertimbangan ekonomi semata, tidak disertai adanya kesadaran kritis tentang arti keberlanjutan, pelestarian dan pemberdayaan terhadap nilai-nilai budaya tinggi dan adiluhung. Ketidaksadaran ini pada era postmodern disebut *skizoprenia* karena sipatnya lebih banyak merusak.

Dari uraian tersebut diatas maka perubahan karakter konsumsi konsumen SLWK pada era postmodern dapat dikatakan sebagai bentuk pencitraan untuk menunjukkan status sosial ekonomi, dan status sosial tradisional. SLWK dijadikan seni *pastiche* untuk mementaskan parodi dan *skizoprenia*. Secara *pastiche* SLWK dijadikan pencitraan untuk meningkatkan nilai jual sehingga mendapatkan

keuntungan ekonomi yang lebih besar ketika didistribusikan ke pasar.

Pola-Pola Konsumsi Konsumen

Pola-pola konsumsi tidak ditentukan oleh pelukis tetapi lebih banyak ditentukan oleh ketentuan-ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya antara konsumen dengan para agen sebagai penghubung. Sebagaimana yang dikatakan Muriati seorang pelukis tradisi yang memiliki latar belakang akademik mengatakan sebagai berikut.

“.....*order-order* yang diproduksi dalam bentuk *souvenir* tidak semuanya berasal dari pelukis-pelukis Kamasan tetapi berasal dari pemilik yang membawa desain ditawarkan pada pelukis.....apakah bisa membuat lukisan seperti ini.....dengan komposisi seperti ini.....jumlah wayang, warna yang digunakan selanjutnya dibuat model.....kalau konsumen sudah merasa cocok baru dihitung penawaran.....setelah disepakati antara produk dengan harga ditentukan target (Wawancara dengan Muriati, 2014 di Kamasan).

Menurut Muriati, pola-pola konsumsi SLWK tidak ubahnya seperti karya desain yang diawali dengan pradesain, desain, produksi. Dalam pradesain ia sering diajak berdiskusi oleh para agen tentang rencana produk menjadi desain. Tetapi setelah desain selesai dibuat diberikan kepada orang lain yang berani mengambil dengan harga yang jauh lebih murah. Disamping itu seringkali dihadapkan dengan modal dan target-target yang harus terpenuhi. Disamping itu untuk mengurus produk-produk yang diproduksi secara massa sangat ribet, terukur, memiliki modal yang besar, tenaga kerja yang cukup, dan memiliki pengalaman dalam dunia perdagangan.

Kapitalisme dengan kekuatan modal yang dimiliki dan didukung oleh pelukis-pelukis yang siap menjalankan

printah-printahnya mampu memproduksi dan mereproduksi *order-order* massa dengan target-target yang sudah ditentukan. Menurut penuturan Gede Wedaswara pemilik *swar gallery* mengatakan sebagai berikut.

“.....sesungguhnya ia merasa takut ketika dihadapkan dengan *order-order* dalam jumlah besar.....kalau malam saya memikirkan *order-order* barang saya sudah dikerjakan apa belum. Untuk memuaskan tukang-tukangnya ia selalu memanjakan dengan menawarkan pinjamanpadahal uang yang ditawarkan juga merupakan pinjaman dari BNI 46 yang mau membantu dari sisi permodalan” (Wawancara dengan Gde Wedaswara, 2014, di Kamasan).

Menurut pandangan Wedaswara bisnis seni dapat dibangun berdasarkan atas kepercayaan antara pelukis, pengusaha, dan konsumen. Bagaimanapun hebatnya pengusaha kalau tidak didukung oleh teman-teman perajin, tukang-tukang, pelukis, usaha tidak akan berkembang baik. Akan tetapi banyak yang mempersepsikan menjadi pengusaha itu tenang, bahagia dan mendapatkan keuntungan yang besar. Seungguhnya apa yang dipersepsikan dengan yang dirasakan Wedaswara terbalik. Justru ketika *order-order* banyak itu ia tidak bisa tidur memikirkan produksinya apakah sesuai dengan standar-standar yang sudah ditetapkan. Belum lagi dengan target-target yang selalu berbenturan dengan hari-hari raya, adat-istiadat yang tidak dapat dihindari sehingga sangat mengganggu dalam pencapaian target-target tersebut.

Pola-pola konsumsi dalam memproduksi SLWK berdasarkan standar desain yang sudah disepakati seringkali dihadapkan dengan persoalan perbedaan antara desain dengan produksi sehingga terjadi komplain antara konsumen dengan agen kemudian disusul dengan antara agen dengan

produsen, yaitu para tukang. Kalau tidak sabar mengelola komplain, seringkali akan ditinggalkan oleh para tukang. Pola-pola konsumsi pasar kelihatannya sederhana, diawali dari desain, kemudian diulang-ulang menjadi produk massa. Karena sifatnya dikerjakan dengan keterampilan tangan justru membuat produk yang sama merupakan persoalan sangat sulit. Oleh sebab itu, keberhasilan pola-pola konsumsi massa ditunjukkan dengan kesamaan dan kemiripan. Semakin mirip dan sama produk-produk yang berhasil diproduksi dalam produksi massa menunjukkan keberhasilan dalam mendistribusikan *order-order* di pasar sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Kini semangat zaman sudah berubah. Agar mampu menghasilkan produk yang dapat memuaskan konsumen sentuhan tangan serta pemikiran dipertarungkan untuk memberikan rasa puas terhadap pelayanan. Konsumen merasa tersanjung ketika keinginan-keinginan mereka dapat tersalurkan. Rasa puas atas pelayanan dikonsumsi oleh konsumen diceritakan kepada orang lain, dipromosikan melalui dirinya sendiri tentang bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap produk yang pernah dikonsumsinya.

Dengan modal dan perpanjangan tangan sangat luas kapitalisme mampu menghimpun informasi berupa kebutuhan pasar yang berhubungan dengan selera, gaya hidup dan dan kebutuhan konsumen. Pola-pola pendekatan yang dilakukan dengan mengadopsi ide-ide masyarakat global. Konsumen global sangat luas dan dinamis sehingga antara konsumen satu dengan yang lain membutuhkan pendekatan yang berbeda.

Suciarmi mengatakan bahwa pola konsumsi pasar lokal sangat bangga dengan pelayanan dan sanjungan. Suka

menawar dengan harga yang jauh dibawah dan memiliki budaya gengsi. Konsumen lokal makin dilayani makin cerewet cenderung tidak membeli, konfirmasi dilakukan sangat panjang, sehingga lama mengambil keputusan, kalau tidak sabar sangat menjengkelkan. Sebetulnya konsumen lokal sangat loyal kalau sudah mendapatkan kepercayaan. Kualitas barang menjadi tujuan sebagai bentuk kepuasan.

Pola-pola konsumsi masyarakat global sangat bersifat rasional, dipasarkan dengan memberikan “kode”, setiap pelukis memiliki kode berkaitan dengan identitas karya yang pernah dijual pada agen. Seringkali kode dari suatu karya yang memiliki nama besar ditiru dengan harapan untuk mengelabui konsumen. Pengelola industri tidak kalah pintar, mengetahui produk-produk mereka laku dipasaran, serta merta mereka menempatkan pada tempat-tempat yang khusus dengan harga jual yang khusus pula. Kapitalisme cenderung melakukan apa saja untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Kapitalisme selalu mencari waktu yang tepat untuk melakukan gerakan-gerakan untuk melakukan kapitalisasi untuk memproduksi produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan tempat merupakan strategi untuk memproduksi dan mereproduksi produk yang didistribusikan di pasar. Kekuasaan konsumen yang memiliki kekuatan kapital telah mampu mengatur, mengarahkan, dan mendominasi pelukis untuk memproduksi produk-produk yang dapat memuaskan konsumen.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa pola-pola konsumsi ditentukan oleh ketentuan-ketentuan yang sudah disepakati oleh konsumen dengan para agen sebagai penghubung. Keberhasilan pola-pola konsumsi

konsumen ditunjukkan dengan kesamaan dan kemiripan. Semakin mirip dan sama produk-produk yang berhasil diproduksi dalam produksi massa menunjukkan keberhasilan dalam mendistribusikan *order-order* pasar sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen masyarakat global sangat bersifat rasional, dipasarkan dengan memberikan “kode”, setiap pelukis memiliki kode berkaitan dengan identitas karya yang pernah dijual pada agen.

Tanggapan Konsumsi Konsumen

Perubahan SLWK terhadap tanggapan konsumsi konsumen berkaitan dengan identitas baru yang mencerminkan pencitraan. Dalam memenuhi kebutuhan Konsumen SLWK dikomodifikasi menjadi produk massa menjadi produk-produk kreatif sehingga terjadi profanisasi. Produk kreatif mencerminkan karya revitalisasi dari keinginan-keinginan konsumen untuk memproduksi produk-produk baru melalui inovasi dan kreativitas dengan memberikan sisipan, tambahan, dan narasi-narasi baru. Dhana (2010: 335), mengatakan bahwa revitalisasi menimbulkan terjadi perbedaan paham yang dipersepsikan sudah berubah dari sakral menjadi profan. Produk kreatif dengan identitas baru tidak hanya digunakan menghias tempat-tempat suci dan sarana pelengkap ritual tetapi juga dapat digunakan sebagai produk penunjang pariwisata berupa benda-benda *souvenir*, menghias rumah, menghias kantor bahkan untuk menghias hotel. Identitas baru SLWK dapat dipakai sebagai produk pencitraan untuk meningkatkan nilai jual dan nilai tukar ketika didistribusikan ke pasar.

Ide-ide pencitraan disebut sebagai ide *pastiche* dari produk yang didistribusikan di pasar. Menurut Jameson

(1966) dalam Piliang (2003: 125) dan Sackari (2006: 65) menyatakan bahwa estetika *pastiche* bertujuan untuk menekankan persamaan, membuat *brecolage*, sangat miskin akan kedalaman, makna kosong, imitasi, simpati, tanpa semangat zaman. Produk pencitraan juga dapat meningkatkan status dan kelas sosial ditengah-tengah masyarakat dan lingkungan. Dalam proses produksi dan reproduksi juga dapat meningkatkan kesejahteraan karena semakin banyak produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen akan mendapatkan keuntungan lebih banyak. Dalam masyarakat konsumsi semakin banyak produk-produk yang dikonsumsi dirayakan sebagai bentuk keberhasilan karena mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Ide-ide pencitraan yang diproduksi dan direproduksi merupakan ide-ide transformasi dari konsumen. Oleh sebab itu, konsumen dikatakan mengonsumsi ide-idenya sendiri.

Produk pencitraan sebagai identitas baru SLWK diduplikasi menjadi produk massa melalui permainan simulasi sehingga menghasilkan produk-produk simulakra/*simulacrum*. Citra meniru, menduplikasi, mengkopi, atau mereproduksi oleh Piliang (2008: 290) disebut sebagai model tanpa rujukan realitas. Produksi yang dibuat dengan cara meniru atau menduplikasi disebut sebagai idealisme semu karena idealisme yang diwujudkan dalam proses produksi hanya bersifat kebetulan tanpa ada rancangan sebelumnya.

Sarana ritual yang dijual di pasar dikaburkan ketika digunakan sebagai sarana persembahan di-*pelaspas* terlebih dahulu dengan "*banten pemelaspas*" yang terdiri dari *pejati*, *peras*, dan *sasap*. Produksi lukisan dengan idealisme tradisi yang bermutu tinggi banyak yang dicari oleh pembeli tetapi jumlahnya semakin berkurang. Kelangkaan produk ini

disebabkan oleh proses pembuatan warna tradisi sangat lama tidak dapat disimpan dalam jangka waktu lama. Materialnya semakin sulit diperoleh. Batu *pere* merupakan bahan warna pokok sudah dibatasi pengambilannya oleh pemerintah disertai dengan menghilangnya *ancur* yang berfungsi sebagai perekat dipasaran menyebabkan para pelukis di Desa Kamasan untuk memanfaatkan bahan-bahan yang ada untuk memproduksi produk *souvenir*.

Identitas baru yang dihasilkan dari inovasi dan kreativitas sangat bersifat dinamis, terbuka, mengadopsi ide-ide dari luar, dan diakumulasi menjadi produk *souvenir* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk memperoleh kesan kebaruan dilakukan dengan cara memberikan tambahan, sisipan, sehingga terkesan adanya kebaruan dengan harapan mendapatkan *order* yang lebih besar. Tambahan, sisipan, dan narasi baru yang dimaksud adalah berupa motif-motif hias sebagai elemen pendukung seperti *awun-awunan*, *alas-alasan*, *bebatuan*, *cawian*, dan pewarnaan. Untuk menunjukkan status dan kelas sosial SLWK dikonsumsi untuk menghias rumah tinggal, perkantoran, hotel, dan produk-produk lainnya. Lukisan wayang Kamasan yang dikonsumsi untuk menghias dinding-dinding bangunan, menghias tempat suci, menghias *soevenir* diharapkan dapat meningkatkan kelas dan status sosial konsumen.

Pelukis yang menjunjung tinggi idealisme tradisi jumlahnya semakin berkurang tetapi masih ada. Tetapi kalau tidak dilakukan keberpihakan terhadap individu-individu yang sebagian besar dibelit oleh persoalan-persoalan ekonomi dikhawatirkan pelukis-pelukis yang masih setia dengan idealisme meskipun jumlahnya semakin berkurang akan terperangkap dalam budaya konsumen yang semata-

mata mementingkan keuntungan dari sisi ekonomi dengan menyampingkan kepentingan yang bersifat pelestarian dan keberlanjutan. Segala sesuatu yang memungkinkan diperjualbelikan menjadi produk komoditas akan diproduksi secara massa tanpa memikirkan implikasinya yang penting mendatangkan keuntungan berupa uang.

Dari uraian tersebut diatas dapat dikatakan bahwa tanggapan konsumsi konsumen terhadap SLWK pada era postmodern dapat dikatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan Konsumen SLWK dikomodifikasi menjadi produk massa sehingga terjadi diprofanisasi. Produk kreatif dengan identitas baru tidak hanya digunakan untuk menghias tempat-tempat suci dan sarana pelengkap ritual tetapi juga dapat digunakan sebagai produk penunjang pariwisata. Produk ritual yang dijual di pasar sangat dinamis dikaburkan antara sakral dengan profan. Ketika digunakan sebagai sarana persembahan di-*pelaspas* terlebih dahulu dengan "*banten pemelaspas*" yang terdiri dari *pejati*, *peras*, dan *sasap* disebut seni sakral. Tetapi ketika dijual untuk memenuhi kebutuhan pariwisata disebut sebagai barang komoditas. Tetapi ketika digunakan menghias produk *souvenir* dan menghias rumah tinggal disebut sebagai produk pencitraan.

Implikasi Transformasi Seni Lukis Wayang Kamasan Pada Era Postmodern Di Desa Kamasan

Dalam bab VII dibahas implikasi transformasi seni lukis wayang Kamasan (SLWK) pada era postmodern. Sebagaimana telah dikaji dalam Bab VI di atas ternyata transformasi membawa implikasi terjadinya perubahan dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi ke idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen. Arti istilah implikasi dalam hal ini mengacu pada pengertian yang dikemukakan oleh Keraf (1985: 7--8) bahwa implikasi berarti melibat atau merangkum atau rangkuman, yaitu sesuatu yang dianggap ada karena sudah dirangkum dalam fakta efidensi itu sendiri. Sejalan dengan hal ini, dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2005: 427), istilah implikasi diartikan sebagai keterlibatan atau keadaan terlibat, yang termasuk atau tersimpul, tetapi tidak dinyatakan.

Implikasi tidak luput dari persoalan kontroversial yang disebabkan oleh adanya perbedaan paham (Dhana, 2010: 251--252). Secara tradisi paham idealisme SLWK sangat terikat oleh *pekem* yang bersifat mengikat dan baku. Ketika bertransformasi pada era postmodern berubah menjadi paham dengan idealisme pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Implikasi idealisme pasar pada era postmodern bersifat kontroversial merangkum peristiwa-peristiwa yang pernah terjadi secara bertahap, yaitu tahap pramodern, modern, dan postmodern. Perubahan paham *habitus* dan struktur terjadi secara terus menerus dalam pembentukan struktur baru kearah postmodern dilakukan

dengan cara hafal-hafalan, mendaur-uang, dan duplikasi sehingga terjadi perubahan paham dari sakral ke profan, dari persembahan ke pasar, dan produksi ke konsumsi.

Perubahan paham postmodern dan struktur baru menurut Jameson (1966) dalam Piliang (2003: 125) dan Sackari (2006: 65), ditafsirkan sebagai ide-ide produk duplikasi, daur-ulang, hafal-hafalan, sampah artistik atau selera rendah (*bad taste*), dan seni palsu (*pseudo-art*) yang disebut *kitsch*. Istilah *kitsch* berakar dari bahasa Jerman *verkitschen* (membuat murah) dan *kitschen* yang berarti memunggut sampah dari jalan. Seni *kitsch* sering ditafsirkan sebagai sampah artistik atau selera rendah (*bad taste*). Ide-ide *kitsch* dalam praktik-praktik produksi kultural (SLWK) merupakan hasrat masyarakat yang berposisi biner dengan kaum kapital untuk memproduksi budaya tinggi, budaya adiluhung menjadi barang-barang *souvenir* dan barang kerajinan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang. Idealisme tradisi yang terikat *pakem* ketika diproduksi menjadi produk pasar berubah menjadi liar, tetapi sangat terkontrol, penuh dengan perhitungan, serta membuka diri dari hubungan dengan dunia luar. Jenks mengatakan bahwa pada era postmodern semua benda yang memungkinkan dijual di pasar dapat dijadikan komoditas yang bersifat eklektik dan dijadikan barang dagangan melalui permainan simulasi sehingga menghasilkan produk simulakra/*simulacrum*.

Dalam arena produksi kultural paham idealisme pasar mampu mendominasi pelukis untuk memproduksi produk-produk pasar melalui permainan simulasi sehingga terjadi perubahan. Aspek-aspek implikasi transformasi SLWK pada era postmodern adalah (1) lunturnya nilai-nilai budaya tradisi lokal, (2) peningkatan kesejahteraan, (3)

terpasungnya kebebasan melukis, (4) meluasnya distribusi dan konsumsi sosial, (5) munculnya pelukis perempuan, dan (6) berkembangnya industri kreatif.

Lunturnya Nilai-Nilai Budaya Tradisi Lokal

Akibat dari tuntutan zaman yang begitu kompleks dimana manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup cenderung bersifat konsumerisme dan instan sehingga terjadi profanisasi. Secara tradisi SLWK bersifat simbolik sangat terikat oleh *pakem*, norma, serta nilai-nilai yang bersifat mengikat dan baku. Dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan dan peralatan yang diambil dari alam sekitarnya serta diolah dengan teknik-teknik tradisi. Gambar wayang yang divisualkan dalam simbol agama Hindu menggambarkan tokoh para dewa sebagai sarana ritual, seperti *kober*, *payung pagut*, *umbul-umbul*, *lelontek*, dan *bandrang* dapat dapat dijadikan pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia di dunia dan di akhirat. Gambar wayang juga digunakan untuk menghias tempat-tempat suci, seperti *parba*, *tabing*, *ider-ider*, *langse*, *pedapa*, dan *leluhur*. Menurut Titib, (2003: 27) dalam “*Teologi Simbol-Simbol dalam Agama Hindu*” menyatakan bahwa dalam mantra-mantra kitab suci *Reg Weda* ternyata jumlah dewa-dewa tidak hanya 33 (*tiga puluh tiga*) melainkan sebanyak 3.339 yang merupakan kelipatan dari 101 $\frac{3}{11}$ (*seratus satu tiga persebelas*). Simbol-simbol tersebut sangat disakralkan dalam tradisi agama Hindu.

Secara hierarkis para dewa dilukiskan pada bidang gambar semakin keatas kedudukannya semakin tinggi tingkatannya. Secara visual lukisan wayang sering digunakan untuk menggambarkan hubungan antara manusia dengan alam, manusia dengan manusia dan manusia dengan Tuhan. Penghayatan tokoh-tokoh yang divisualkan menjadi lukisan

wayang tidak jarang pelukis harus mencari tau realitas sesungguhnya yang terjadi dilapangan, seperti menirukan suara moyet dalam melukis Hanoman atau tokoh-tokoh kera lainnya atau melakukan gerakan-gerakan untuk memberikan ekspresi pada lukisan.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen tema-tema lukisan wayang yang menggambarkan alam para dewa diprofanisasi menjadi produk-produk *souvenir* seperti kipas, dompet, lukisan kecil-kecil, lukisan telur, tas, *postcard*, baju, tempat tisu, dan payung sehingga terjadi desakralisasi. *Pakem*, nilai, dan norma-norma tradisi sudah berubah menjadi nilai, norma yang berorientasikan uang dan target-target untuk memperoleh penghasilan yang lebih besar. Di lain pihak tahapan-tahapan kerja *pakem* dikaburkan dengan pertimbangan ekonomi sehingga menghasilkan produk hapal-hapalan yang tidak serius yang semata-mata untuk mendapatkan keuntungan berupa uang. Produksi yang dikerjakan hanya mengejar uang semata tidak memiliki aura berimplikasi lunturnya nilai-nilai tradisi lokal.

Dalam “Masyarakat Konsumsi”, menurut Baudrillard (204) uang sudah dijadikan panglima yang mendominasi pelukis untuk memproduksi keinginan-keinginan kapitalisme. Baudrillard juga mengatakan bahwa pola-pola konsumsi SLWK digunakan sebagai topeng untuk menggambarkan kekuasaan kapitalisme melalui pencitraan yang hanya tampak dipermukaan. Padahal sesungguhnya hanya sebagai kedok untuk meningkatkan nilai jual secara ekonomi dan status sosial. Simbol lukisan wayang yang disakralkan dalam agama Hindu diprofanisasi untuk menghias produk *souvenir* sehingga mendapatkan nilai tukar yang lebih besar. Kapitalisme dalam praktik-praktik produksi dan reproduksinya menggunakan kekuasaan uangnya

melalui deposit-deposit yang mengikat untuk mengaburkan teknik-teknik produksi dengan cara mendaur-ulang SLWK yang terikat *pakem* diawali dari membuat sketsa, mewarna, nyawi, dan penyelesaian.

Sketsa *pakem* yang bersifat simbolik, penuh dengan penjiwaan dan menghayatan terhadap karakter wayang diduplikasi sebagaimana layaknya karya disain. Sedangkan simbol warna dibuat iseng sehingga tidak menunjukkan makna sesungguhnya dan terkesan hanya sebagai penutup bidang. Mandra juga mengatakan bahwa kalau membuat sketsa selalu mencari hari yang baik apalagi digunakan untuk *ngayah* ketika membuat karya persembahan. Setelah sketsa dipandang jadi diserahkan pada orang lain untuk diwarnai, nyawi, dan diselesaikan. Berbeda dengan produksi pasar setelah sketsa jadi yang dianggap terbaik baru dijadikan model untuk ditiru, di ulang-ulang. Demikian juga pada terjadi pada tahap pewarnaan, nyawi, dan penyelesaian. Kemampuan meniru menjadi sangat penting untuk menentukan standarisasi dan menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan model. Oleh sebab itu seni lukis pasar menunjukkan kemampuan meniru. Ide-ide yang diperoleh dengan cara meniru merupakan ide pencitraan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mendapatkan meningkatkan nilai jual ketika didistribusikan ke pasar.

Produk pencitraan yang dijual di pasar sebagian besar dikerjakan seperti kerja mesin berupa kerja hapal-hapalan sehingga menghasilkan karya yang tidak serius mengkaburkan *pakem* dan menyederhanakan tingkat kerumitan. Meskipun demikian masih ada beberapa seniman yang masih bertahan dengan idealisme *pakem* tetapi jumlahnya cenderung berkurang. Citra menurut pemikiran Baudrillard diciptakan melalui proses simulasi untuk

memproduksi produk-produk yang mencerminkan individualisme semu seperti, produk citra meniru, mengkopi, menduplikasi, atau mereproduksi sebagai model tanpa rujukan realitas (Piliang, 2008: 290). Citra bukan merupakan representasi realitas, melainkan citra yang dikonstruksi melalui mekanisme terjadinya transformasi. Citra merupakan salinan realitas di luar dirinya, yang disebut Baudrillard sebagai *simulakra*. Produksi yang dikerjakan dengan *hafal-hafalan*, oleh Jameson (1966) disebut sebagai seni *kitcth* atau seni sampah (Piliang, 2003: 125; Sackari, 2006: 65). Estetika *kitsch* berakar dari bahasa Jerman *verkitschen* (membuat murah) dan *kitschen* yang berarti yang secara literal ‘memunggut sampah dari jalan’. Oleh sebab itu, istilah *kitsch* sering ditafsirkan sebagai sampah artistik atau selera rendah (*bad taste*).

Produk yang diproduksi untuk mengejar target dan nilai tukar berupa uang diasumsikan sebagai imperialisme yang sudah berhasil memprofanisasi SLWK menjadi komoditas baru untuk didistribusikan ke pasar. Kekuatan kapital yang dimiliki kaum kapitalisme sudah berhasil mengkapitalisasi para perajin untuk melakukan profanisasi terhadap SLWK menjadi produk massa. Di lain perajin yang sudah didominasi oleh kapitalisme tidak berdaya menolak perintah-perintah untuk memprofanisasi. SLWK yang bersifat simbolik ketika diproduksi menjadi produk massa dapat melunturkan nilai-nilai tradisi budaya lokal.

Dalam budaya konsumerisme yang hedonistik uang sudah dijadikan panglima oleh kapitalisme untuk memproduksi dan mereproduksi seni sakral menjadi profan sehingga terjadi transformasi yang berimplikasi perubahan atau desakralisasi. Transformasi menurut Tabrani (Tabrani, 2006) merupakan perubahan menyeluruh yang bersifat

korporatif kritis, fleksibel, dan bebas. Transformasi tidak terikat oleh norma tetapi mampu membentuk norma baru melalui inovasi dan kreatifitas. Dalam konteks transformasi SLWK terjadi pergulatan struktur *pakem* dengan idealisme pasar untuk memproduksi produk-produk baru yang kreatif dan inovatif. Keterampilan melukis yang dimiliki *habitus* masyarakat Kamasan yang terjadi secara turun-temurun dipertarungkan sebagai modal untuk mengembangkan produk *souvenir* dengan identitas SLWK sebagai produk penunjang pariwisata.

Hasrat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat Kamasan direspons oleh kaum kapitalis dalam menciptakan produk-produk komoditas. Di lain pihak, Modal simbolik dan modal kultural yang dimiliki *habitus* masyarakat Kamasan dapat dipertarungkan dengan keinginan-keinginan kapitalisme dalam memproduksi produk-produk baru sebagai barang dagangan. Bourdieu (2010: v) menganalisis pendistribusian modal sosial dan kultural tersebut sebagai logika ekonomi terbalik yang dimenangkan oleh pecundang. Konsumen diasumsikan sebagai pecundang sudah mampu mengkapitalisasi SLWK menjadi komoditas. Produk komoditas merupakan arena untuk mengkomunikasikan keinginan-keinginan dan kesepakatan-kesepakatan konsumen untuk memprofanisasi SLWK menjadi produk pasar sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Uang memiliki peranan sangat penting tidak ada sesuatu yang dapat diperoleh dengan gratis tanpa menggunakan uang. Sebagaimana yang dikatakan Pande Sumantra sebagaimana petikan wawancara berikut ini.

“.....ia akan merelakan koleksi-koleksinya ditukar dengan uang agar dapat menghidupi keluarga dan menyekolahkan anak. Pelukis juga memiliki keinginan

untuk mengikuti perkembangan zaman sebagai layaknya manusia yang lain. “.....Ia tidak kuat melihat istrinya sedih sampai menangis karena tidak memiliki uang untuk kebutuhan keluarga” “.....dengan keterampilan melukis ia akan mengerjakan lukisan apa saja yang penting menghasilkan uang (Wawancara dengan Sumantra, 2013 di Kamasan).

Sesuai dengan pandangan Sumantra keluarga adalah segala-galanya. Ia sangat sedih ketika melihat keluarganya menderita karena tidak memiliki uang. Bahkan ia rela dicap sebagai melunturkan nilai-nilai tradisi untuk memberikan keluarganya perlindungan atas hidup. Ketika istrinya memerlukan uang untuk menutupi kebutuhan dapur dan mensekolahkan anak, koleksi-koleksi terbaik yang dimiliki direlakan untuk dijual. Hal itu dilakukan karena dia bisa membuatnya lagi. Duchamp dalam Fetherstone (2001: 158) dengan gerakan “*dadaisme*” dan konsep “*ready mades*” yang mengatakan bahwa kreativitas dapat terjadi dimana saja, kapan saja, dengan medium apa saja. Duchamp juga menentang posisi terhormat dalam museum dalam lingkup akademik untuk menciptakan karya seni yang kreatif dan inovatif. Pelukis tidak hanya memikirkan bagaimana membuat karya-karya berstandar museum sehingga hanya dapat dinikmati oleh orang-orang tertentu, dapat dikerjakan oleh pelukis tertentu saja, tetapi juga harus memikirkan masyarakat berekonomi lemah yang memerlukan kesejahteraan untuk hidup dan dapat menikmati karya seni.

Produk yang didistribusikan di pasar merupakan produk pertarungan *order-order* konsumen sebagai pencitraan untuk memproduksi produk yang cepat laku serta mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Pencitraan juga dibangun pada SLWK adalah untuk meningkatkan kelas dan status sosial. Keterlibatan konsumen dalam proses produksi

dan reproduksi sudah terjadi semenjak ide-ide produksi dicetuskan sampai pada tahap proses produksi dan distribusi. Pelukis pasar tidak lagi memproduksi ide-ide sendiri tetapi sudah dikapilisasi untuk memproduksi keinginan-keinginan pasar dengan standarisasi yang sudah disepakati antara produsen dengan konsumen. Produk pasar dibangun melalui kesepakatan-kesepakatan profanisasi untuk mendistribusikan ide-ide kaum kapitalis menjadi produk-produk ke pasar.

Dalam budaya konsumen pemilik modal mampu mengatur dan mengendalikan ide-ide produksi dan reproduksi ketika didistribusikan ke pasar. Sebagaimana yang dikatakan Arnold Toynbee (1947) sebagai tantangan (*challenger*) dan peluang (*responsibility*) yang dapat direspons untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Lubis, 2006: 46). Komoditas yang terjual di pasar dirayakan sebagai bentuk keberhasilan dan keberuntungan. Sedangkan uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan dipuja sebagai bentuk kemurahan dan rahmat dari Tuhan. Pemujaan terhadap nilai uang dalam industri budaya oleh Adorno dalam Strinati (2003: 76) disebut “fitisisme”. Kapitalisme dengan kekuatan uang yang dimiliki mampu mengkomodifikasi SLWK menjadi komoditi pasar. Lebih lanjut Barker (2005: 517) mengatakan komodifikasi diasosiasikan sebagai kapitalisme yang mampu mengubah bentuk, kualitas, dan tanda menjadi komoditas. Semakin banyak karya yang mampu dijual di pasar (tanda) semakin besar perayaan yang dilakukan oleh perajin (penanda). Semakin banyak produk yang dapat dikomersialkan di pasar akan diperoleh keuntungan berupa uang yang lebih banyak sehingga terjadi perayaan yang lebih besar, lebih megah, dan lebih meriah.

Dengan kedok meningkatkan kesejahteraan masyarakat SLWK dijadikan produk bagi industri untuk mendongkrak penjualan komoditas untuk memperoleh keuntungan lebih besar. Masyarakat komoditas mempersepsikan pariwisata sebagai “tuhan”, karena mampu memberikan pekerjaan yang sangat luas pada masyarakat khususnya pada pelukis dan perajin. Ibu-ibu rumah tangga sehabis memasak di dapur tanpa mengurangi kewajiban sebagai seorang ibu juga terlibat dalam proses produksi dan reproduksi sehingga memperoleh penghasilan berupa uang. Uang yang diperoleh dari pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti keperluan di dapur, menyekolahkan anak, membangun rumah, dan kebutuhan sosial di masyarakat.

Fenomena semakin lunturnya minat generasi muda di Desa Kamasan menekuni SLWK merupakan fenomena yang harus dikaji ulang untuk membangkitkan kembali semangat menekuni keterampilan melukis. SLWK selalu diikuti sertakan dalam lomba melukis tradisional wayang Kamasan pada Pesta Kesenian Bali (PKB) yang diadakan setiap tahun dan pemenangnya berasal dari Kamasan. Tetapi kenyataan di lapangan menjadi pertanyaan, ke mana pelukis-pelukis tersebut diarahkan. Hal itu harus dikaji ulang karena realitas dilapangan terjadi penurunan minat generasi muda yang menekuni SLWK dari tahun ke tahun. Jangan-jangan pelukis-pelukis muda tersebut hanya dibutuhkan dalam lomba-lomba saja sehabis itu dilupakan.

Menyoroti melunturnya minat generasi muda terhadap pratik-praktik melukis di Desa Kamasan, Widiadnyana salah seorang pelukis muda yang berasal dari Banjar Siku mengatakan sebagai berikut.

“.....pelukis muda seusianya (21 tahun) di Br.Siku hanya dirinya seorang. Teman-teman sebayanya tidak ada yang suka melukis wayang, lebih banyak bermain *game* dengan sarana *computer*. “.....apalagi yang lebih muda dari saya.....menjadi pelukis bagi teman-temannya sangat membelengu, tidak menjanjikan sehingga kurang diminati” (Wawancara dengan Widiatnyana, 2014 di Banjar Siku, Kamasan).

Sebagaimana dikatakan Widiadnyana yang mempertanyakan kemana arah pembinaan dilakukan negara sehingga dapat melestarikan dan memperdayakan generasi muda sebagai generasi penerus bangsa. Pola-pola lama harus dikaji-ulang karena fakta dilapangan menunjukkan generasi muda sudah semakin jauh terhadap kecintaan terhadap tradisi melukis wayang Kamasan. Kalau tidak segera dilakukan pengkajian ulang terhadap sistem pembinaan dikawatirkan tradisi melukis wayang Kamasan ditinggalkan oleh masyarakat pendukungnya. Mandra juga sangat khawatir terhadap kecendrungan SLWK ditinggalkan oleh generasi penerusnya. Pendidikan dalam Sanggar Melukis Tradisional Wayang Kamasan yang ia kelola sendiri dari tahun 1971 sampai sekarang masih secara rutin membina anak-anak belajar melukis tetapi jumlahnya dari tahun ke tahun cenderung menurun. Di sekolah-sekolah dilingkungan Kabupaten Klungkung melukis tradisi wayang Kamasan dimasukkan dalam pelajaran muatan warna lokal. Sriwedari selain sebagai pelukis juga sebagai guru yang mengajar muatan warna lokal di SMA N 2 Klungkung. Sebagai guru ia sudah mengajarkan teknik-teknik melukis tradisi wayang gaya Kamasan pada anak didiknya. Tampaknya keterampilan anak didiknya hanya diperlukan ketika ada lomba-lomba saja sehingga tidak berkembang. Mandra juga merasakan semangat anak-anak muda sekarang sangat menurun semangatnya untuk melukis.

Sriwedari dalam menanggapi menurunnya semangat anak-anak muda mendalami SLWK sebagai berikut.

“....dalam era pasar banyak lukisan yang dibuat asal-asalan tidak sesuai dengan *pakem*. “.....ide-ide lukisan yang dikerjakan oleh pekerja-pekerja seni *deriki* (di sini) sebagian besar dari pemilik *order* yang segalanya sudah ditentukan”....pelukis *deriki* hanya mengikuti (Wawancara dengan Sriwedari tahun 2014 di Kamasan).

Sebagaimana yang dikatakan Sriwedari tentang menurunnya semangat muda mendalami SLWK disebabkan oleh keinginan-keinginan yang bersifat instan dan konsumeristik. Segala sesuatu dapat diperoleh dengan cepat dan praktis ditempuh dengan cara-cara pintas dalam waktu yang sangat cepat dan mendapatkan hasil yang besar. Di lain pihak *order-order* yang dibawa oleh kapitalisme dianggap sebagai berkah. Standarisasi yang ditetapkan berhubungan dengan kesepadanan upah yang diterima oleh pengrajin. Untuk mendapatkan upah yang lebih tinggi pengrajin menetapkan target-target sehingga menghasilkan produk hapal-hapalan. Produk yang diproduksi dengan target upah dikaburkan, disederhanakan dan dikurangi kerumitannya dengan inovasi-inovasi yang mencerminkan kebaruan dan kemiripan.

Kemiripan dan kebaruan merupakan ciri dari standarisasi industri budaya yang didistribusikan di pasar. Semakin mirip produk-produk yang didistribusikan di pasar menunjukkan tingkat keberhasilan dari proses produksi dan reproduksi. Untuk memperoleh produk-produk yang mirip dan baru dilakukan dengan mendaur-ulang teks-teks tradisi dengan memberikan narasi-narasi baru, variasi, sisipan, tambahan serta tempelan-tempelan sehingga mencerminkan adanya kebaruan. Kemiripan dan kesepadanan diperoleh

melalui suatu perjuangan yang penuh dengan pertimbangan komersial dengan cara menyederhanakan bentuk serta mengurangi tingkat kerumitan. Sedangkan tambahan dan sisipan merupakan permainan gaya untuk merangsang kreativitas.

Semakin mirip produk yang diproduksi akan memperoleh imbalan yang sepadan dengan standarisasi yang ingin dikonsumsi oleh pasar. Produk pasar lebih menekankan nilai jual yang penting laku. Semakin banyak produk-produk yang laku terjual di pasar dirayakan sebagai bentuk keberhasilan dari proses produksi. Setiap uang yang diperoleh dari hasil penjualan produk yang didistribusikan di pasar dirayakan sebagai karunia dari pariwisata. Perayaan-perayaan dilakukan ketika pekerja seni mendapatkan banyak pekerjaan untuk memproduksi *order-order* pasar.

Order-order yang bersifat *touristic* lebih menonjolkan budaya pamer dengan pertimbangan nilai ekonomi dengan menyampingkan nilai-nilai estetik sehingga menghasilkan karya yang tidak utuh dan semu (*psoudo art*). Di lain pihak kreativitas yang lebih mementingkan nilai ekonomi berimplikasi terjadi pelemahan budaya menjadi budaya uang dibudak oleh kapitalisme sehingga menghasilkan karya-karya dengan nilai rendah, kasar, Baudrillard menyebut dengan seni sampah (*kitch*). Profanisasi simbol-simbol sakral menjadi karya-karya komersial mengakibatkan nilai-nilai SLWK yang bersifat simbolik dan simbol yang sudah melekat secara tradisi menjadi karya parodi dipeleset-pelesetkan sehingga mengaburkan makna yang sesungguhnya diganti dengan makna-makna ekonomi.

Karya-karya tradisi yang awalnya dipersembahkan kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa* untuk memohon keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan bermetamorfosis menjadi karya-karya komoditas dipersembahkan kepada pariwisata untuk memperoleh *order* yang lebih besar dari industri pariwisata dan mendapatkan keuntungan uang yang lebih besar. Kualitas produk industri yang distandarisasi dengan uang dikerjakan dengan pola hitung-hitungan (*profit*) dan target

Perayaan atas *order-order* yang dipersembahkan kepada pariwisata bersifat pamer berhubungan dengan gaya hidup (*life style*) berdasarkan hitung-hitungan ekonomi. Ketika mendapat keuntungan yang melimpah perayaan dilakukan sangat besar dengan penampilan yang berubah menjadi necis dan mewah. Pariwisata dipersepsikan sebagai “Tuhan” sangat sensitif ditandai dengan ketika terjadi peristiwa “Bom Bali 1” 2 Oktober 2002. Pada waktu itu pariwisata meninggalkan Bali karena tidak merasa aman dan nyaman. Implikasinya banyak hotel yang tutup, pengangguran meningkat tajam, dan produksi kerajinan tidak terjual sehingga terjadi kebangkrutan ekonomi. Seni lukis pasar berupa produk *souvenir* dan barang kerajinan yang awalnya dianggap sebagai sesuatu yang remeh-temah, yang tidak penting, terpinggirkan berubah menjadi sangat penting karena *order-order souvenir* yang menumpuk saat itu mampu menyelamatkan masyarakat Kamasan dari keterpurukan.

Kekuasaan kapital yang dimiliki kapitalisme mampu mendominasi pelukis untuk memproduksi dan mereproduksi SLWK yang bersifat simbolik menjadi produk massa untuk didistribusikan ke pasar. Profanisasi merupakan ciri dari kapitalisme untuk mengubah SLWK

menjadi produk-produk massa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang didistribusikan di pasar merupakan produk komodifikasi yang didaur-ulang dari ide-ide masa lalu menjadi komoditas baru. Komodifikasi juga merupakan produk pencitraan yang semata-mata bertujuan untuk memperoleh keuntungan berupa uang. SLWK yang bersifat simbolik ketika diproduksi semata-mata mempertimbangkan uang dapat melunturkan nilai-nilai tradisi lokal.

Dari uraian tersebut diatas dapat dikatakan bahwa lunturnya nilai-nilai budaya lokal didorong oleh motivasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga terjadi profanisasi. Uang yang dimiliki kapitalisme dijadikan panglima untuk mendominasi pelukis dalam memproduksi keinginan-keinginan kapitalisme memprofanisasi SLWK sehingga terjadi desakralisasi. Produksi yang semata-mata untuk mengejar uang diasumsikan sebagai imperialisme yang mampu menggunakan segala cara untuk meraih keuntungan.

Peningkatan Kesejahteraan

Mata pencaharian masyarakat Kamasan pada awalnya adalah sebagai petani. Karena luas wilayah Desa Kamasan sangat sempit dibanding dengan jumlah kepadatan penduduk yang rata-rata memiliki luas tanah seluas 0,36 are/kepala keluarga atau 0,075/orang. Tanah seluas kurang dari *satu* are yang dimiliki oleh penduduk tidak cukup untuk menghidupi keluarga. Dalam pemerintahan kolonial Belanda diperkenalkan pekerjaan baru dengan mengkomersialkan SLWK sebagai produk penunjang pariwisata sehingga berimplikasi perubahan dari sakral ke profan. Semakin berkembangnya pariwisata disertai dengan permintaan terhadap produk-produk *souvenir* SLWK diprofanisasi

menjadi produk massa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Habitus* masyarakat Kamasan memiliki keterampilan melukis yang sangat khas dan unik didorong dikembangkan menjadi produk *souvenir* untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Bourdieu (2010) mengatakan keterampilan melukis yang dimiliki oleh masyarakat Kamasan disebut sebagai modal, yaitu modal sosial dan kultural. Modal sosial dan kultural yang dimiliki oleh *habitus* masyarakat Kamasan dapat mendorong lahirnya ide-ide kreatif menjadi produk-produk baru sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Turner (2008: 366--367) dalam konsep *economic made of production* mengatakan bahwa hubungan antara kelas yang mengeksploitasi dan kelas yang tereksploitasi dalam menciptakan produk-produk baru didominasi oleh kelas yang mengeksploitasi. Artinya, kelas yang tereksploitasi harus mengikuti keinginan-keinginan kelas yang mendominasi. Kapitalisme diasumsikan sebagai kelas yang mendominasi untuk mengeksploitasi SLWK menjadi produk pasar. Untuk mengejar keuntungan yang lebih besar kapitalisme sebagai kelas yang mengeksploitasi cenderung bersifat materialistik sehingga mendorong melakukan upaya-upaya yang lebih ringan, lebih praktis, dan lebih produktif untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Sedangkan pelukis sebagai kelas yang tereksploitasi harus menjalankan perintah-perintah kaum kapitalis untuk mendaur-ulang ide-ide masa lalu menjadi produk-produk *souvenir*. Lebih lanjut Polanyi (2003: 336--337) mengatakan bahwa aktivitas ekonomi perajin cenderung tunduk kepada apa yang mereka gambarkan sebagai rasionalitas ekonomi dan semua tingkah laku yang berlawanan, hal tersebut merupakan hasil campur tangan dari luar.

Pasar merupakan hasil dari sebuah intervensi secara sadar dan kadang secara paksa dari pemilik modal. Mereka memaksakan pengaturan pasar terhadap masyarakat demi tujuan-tujuan nonekonomi. Di pihak lain pada era postmodern tampil gagasan baru yang berkaitan dengan pergeseran nilai yang menyertai budaya massa dari produksi ke konsumsi. Gagasan itu merupakan ranah pasar tempat dilakukan transaksi atau kesepakatan-kesepakatan baru yang berhubungan dengan industri budaya. Mc. Kean (1973: 8) dalam tajuk "*Involusi Budaya*" menyebut dengan istilah "Renaissance Budaya" akan memperkuat ikatan orang-orang Bali pada tradisi budayanya. Geriya (1993: 26) mengatakan bahwa interaksi antara pariwisata dan kebudayaan Bali cukup mendatangkan kemanfaatan atau *beneficial* bagi pengembangan kebudayaan sekaligus pengembangan sektor ekonomi masyarakat. Masyarakat sebagai salah satu pilar dalam menopang pariwisata budaya yang memiliki peranan sangat strategis dalam menentukan arah perkembangan pariwisata. Pariwisata budaya memberikan berkah terhadap masyarakat Bali, sehingga sebagian besar hidupnya bergantung pada pariwisata.

Hasil pembinaan Walter Spies dan R Bonnet mendorong pelukis dapat melukis secara mandiri sehingga dapat menghasilkan karya maksimal. Intuisi-intuisi yang dikembangkan dalam melahirkan produk-produk baru dengan identitas baru masih mengacu pada identitas lama yaitu SLWK. Pembinaan ini juga melahirkan kesetaraan *gender* sehingga muncul pelukis-pelukis perempuan dengan keterampilan melukis yang sama dengan pelukis laki-laki. Implikasinya perempuan-perempuan desa Kamasan selain dapat menjalankan kodratnya sebagai perempuan juga

mampu melukis sehingga dapat menghasilkan uang untuk menambah penghasilan keluarga.

Untuk menghasilkan karya-karya yang layak dijual di pasar didatangkan beberapa warna dari luar Bali, seperti *ancur, kencu, perade gede, atal, tinta Cina* (padat/bak dan cair) untuk mengganti warna Bali yang kurang baik seperti warna merah, dan kuning. Beberapa warna Bali seperti putih yang terbuat dari tulang dan warna oker yang terbuat dari batu *pere* tetap dipertahankan. Untuk selanjutnya medium ini diintegrasikan pada warna-warna Bali. Sedangkan teknik-teknik melukisnya yang khas dan unik seperti, *ngedum karang, ngereka, neling, ngewarna, nyawi, muluhin, nyoca, meletik*, dan *ngerus* tetap dipertahankan.

Tirta Rai seorang staf ahli Dinas Perindustrian Bali tahun 1990-an yang sering memberikan pendampingan dalam pengembangan industri kecil mengatakan sebagai berikut.

“.....untuk memberikan sentuhan-sentuhan estetik supaya lukisan wayang gaya Kamasan lebih harmonis serta memiliki nilai komersial yang tinggi..... didatangkan warna merah “*kencu*”, warna kuning “*atal*”, dan warna kuning emas berupa “*perada gede*” dan ancur dari negeri Cina”....semenjak gempa di Bantul Yogyakarta dengan kekuatan 6,3 skala riter ancur menghilang dari pasar (Wawancara dengan Tirta Rai, 2014 di ISI Denpasar).

Sesuai dengan pandangan Tirta Rai, warna dapat memicu lukisan menjadi berkualitas sehingga layak dikomersialkan. Nyoman Mandra mengatakan bahwa sebelum menekuni profesi sebagai pelukis, waktu kecilnya juga ikut membantu keluarga bekerja membajak sawah, menanam padi, dan menghalau burung (*ngulahan kedis dengan kepuakan*). Kesukaannya terhadap melukis menyebabkan setiap waktu luang yang dimiliki dihabiskan

dengan kegiatan melukis melalui meniru karya-karya leluhurnya. Untuk memantapkan tekadnya menekuni SLWK sehabis membantu orang tuanya di sawah ia belajar melukis pada pamannya, yaitu Dogol salah seorang *sangging* ternama saat itu. Keterampilan Mandra melukis mengalami perkembangan sangat cepat membuat pamannya sangat bangga serta menganggap Mandra sebagai anaknya sendiri. Mandra sering diajak pamannya Dogol untuk *ngayah* di “*Pura Dalem Tampuangan*”, “*Kori Batu*”, serta di tempat-tempat suci di lingkungan Desa Kamasan.

Semenjak lukisan dikomersialkan sehingga dapat mendatangkan uang Mandra (kecil) termotivasi untuk meningkatkan keterampilan menjadi lebih baik dengan intensitas kerja lebih padat sehingga tidak ada hari tanpa diisi dengan kegiatan melukis. Demikian juga dengan pelukis lain seangkatannya, seperti I Wayan Seken, Mangku Mura, dan Suciarmi. Lukisan yang sudah jadi dipasarkan melalui jasa *artshop* dan toko-toko yang menjual karya seni. “Toko Indra” satu-satunya toko yang menjual lukisan yang terletak disebelah Timur *Kertha Gosa*. Selain menjual lukisan toko Indra juga menjual barang-barang seni dan kerajinan seperti patung, dan kain. Dengan mengandalkan profesi sebagai pelukis Mandra dapat menyekolahkan anak sampai tingkat sarjana, membangun rumah, berpameran dalam negeri dan ke luar negeri (Wawancara dengan Nyoman Mandra, 2014 di Br Sangging).

Semakin tinggi kunjungan wisatawan ke Desa Kamasan pada era global mendorong berdirinya *artshop-artshop* yang menjual barang-barang dagangan berupa lukisan, *souvenir* dan barang-barang kerajinan sehingga terjadi persaingan untuk memperebutkan pasar. Pelukis tidak lagi pasif menunggu pembeli, tetapi lebih aktif

menjemput pasar. Banyak pelukis yang memindahkan studio melukisnya di *artshop* dan melakukan pendekatan dagang dengan menjemput bola dalam mencari *order-order*. Pelukis memiliki peran ganda, yaitu selain sebagai pelukis juga sebagai pedagang. Kedua profesi ini dilakoni secara bersamaan. Artinya, sambil menunggu barang-barang dagangan yang dipajang pada *arshop* pelukis juga melakukan aktivitas melukis sebagai daya tarik untuk menarik perhatian para konsumen. Kunjungan wisatawan dijadikan arena untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan pelukis melalui atraksi-atraksi yang ditampilkan sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk membeli lukisan.

Untuk memanfaatkan waktu luang, ketika kunjungan konsumen sepi pelukis dapat mengerjakan lukisan untuk menambah stok barang dagangan. Sebaliknya, ketika kunjungan wisata ramai pelukis menjadi pedagang, yaitu sibuk melayani konsumen sambil memberikan penjelasan-penjelasan dan atraksi terhadap karya yang ditawarkan. Dalam posisi ruang dan waktu yang tidak memungkinkan sering kali pelukis menjadi pedagang dan berpura-pura menjadi pelukis padahal lukisan tersebut bukan hasil karyanya. Implikasi karya yang dihasilkan dari sikap berpura-pura adalah karya-karya yang menipu, tidak serius, hanya menunjukkan akting sehingga dapat meyakinkan konsumen. Produk-produk yang dijual pada *artshop*, seperti lukisan, payung, dompet, telur, dan produk *souvenir* lainnya diklaim sebagai produksinya sendiri sebagai pencitraan lebih murah dibandingkan dengan tempat lain. Ketika ada wisatawan yang mampir ke *arshop*-nya pedagang berpura-pura menjadi pelukis bekerja secara suntuk, tetapi berpura-pura. Wisatawan terperangkap oleh permainan pedagang yang berpura-pura menjadi pelukis karena sesungguhnya

mereka sebagai pelukis, tetapi cenderung sebagai pedagang untuk mendapatkan keuntungan berupa ekonomi.

Sementara Ketut Madra pemilik *artshop Dogol* mengatakan bahwa untuk menambah koleksi barang dagangan yang dijual pada *artshop*-nya, ia bekerja sama dengan pengelola industri dan agen yang dapat menyalurkan produk-produk industri yang dihasilkan. Kerja sama juga dilakukan perajin dengan cara menerima titipan lukisan untuk dijual di pasar. Produk-produk yang dijual di pasar sangat variatif, yaitu dari yang bersifat pajangan untuk menarik wisatawan dan *souvenir*. Produk pajangan merupakan karya maksimal yang tidak dilepas secara terburu-buru tetapi merupakan produk kebanggaan yang dapat merepresentasikan identitas diri pelukis. Kalau kondisi mendesak berhubungan dengan kebutuhan keluarga karya-karya pajangan tersebut juga dijual ke pasar.

Orientasi produk pasar semata-mata untuk memenuhi kebutuhan ekonomi atas pemenuhan kebutuhan hidup menjadi lebih baik yang memerlukan uang. Adisusilo (2013: 91) mengatakan bahwa produk pasar sebagai asketik yang oleh Marthin Luther King diberikan ruang untuk mempertanggungjawabkan hasil-hasil karya mereka baik secara kualitas maupun secara kuantitas terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks transformasi SLWK, pelukis diberikan tanggung jawab terhadap karya-karya yang dikomersialkan untuk dimanfaatkan sebesar-besarnya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Uang yang diperoleh dari hasil menjual lukisan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Hal ini ditandai dengan pelukis dapat menyekolahkan anak, membangun rumah, dan melakukan kegiatan upacara ritual dari hasil melukis.

Dari uraian tersebut di atas maka implikasi transformasi SLWK dikatakan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keterampilan melukis yang dimiliki oleh masyarakat Kamasan secara turun temurun dapat dijadikan modal (modal sosial dan kultural) untuk mengembangkan industri kreatif yang dapat didistribusikan di pasar. Produk pasar selain dapat didistribusikan di pasar lokal juga dapat didistribusikan di pasar global. Uang yang diperoleh dari transformasi SLWK dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Pariwisata diasumsikan sebagai kapitalisme baru dipuja karena mampu mendistribusikan dan mengkonsumsi produk *souvenir*.

Terpasungnya Kebebasan Melukis

Terpasungnya aktivitas melukis sesungguhnya mengingatkan pada kejadian masa lalu ketika perempuan dilarang mengambil pekerjaan sebagai pelukis dengan alasan pada diri perempuan terdapat “*sebel*” (kotor kain) yang datang setiap bulan. Kini fenomena terpasungnya kebebasan melukis disebabkan oleh kapitalisme yang sudah mampu mendominasi pelukis dengan *order-order* pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen. *Order-order* pasar merupakan perintah-perintah pemilik modal untuk memproduksi keinginan konsumen yang didistribusikan ke pasar. Setiap *order* diikuti oleh target-target yang harus terpenuhi berdasarkan standarisasi yang sudah disepakati. *Order* pasar merupakan produk kapitalisme yang didukung oleh kemampuan kapital yang besar untuk memproduksi dan reproduksi *order-order* pasar. Dapat pula dikatakan *order-order* pasar merupakan produk penuh dengan perhitungan, pertimbangan-pertimbangan untuk memperoleh keuntungan berupa nilai ekonomi. Semakin banyak produk yang didistribusikan ke pasar semakin besar keuntungan

yang diperoleh oleh pemilik modal. Setiap keuntungan dirayakan sebagai bentuk keberhasilan dalam memproduksi produk-produk pasar.

Order-order pasar dapat memberikan lapangan pekerjaan baru bagi pelukis. Di pihak lain juga dapat memasung kebebasan pelukis karena harus menuruti keinginan-keinginan kaum kapitalisme yang sudah berhasil mendominasi pelukis. Charles Jenks (1975) mendefinisikan postmodern sebagai eklektikisme radikal. Sedangkan Sachari (2002:32) mengatakan eklektik berkaitan dengan media seni. Artinya, segala sarana dapat dipadukan, segala alat dapat digunakan menjadi instrumen seni dan berbagai bagian gaya atau subsistem digunakan dalam suatu sintesis yang baru dan kreatif. Postmodern dapat mementaskan *parodi*, *kitch*, *camp*, dan *skizoprenia* menjadi produk-produk kreatif untuk didistribusikan ke pasar. Sedangkan Lyotard dalam Piliang (2010:104) mengatakan bahwa sudah saatnya estetika postmodern keluar dari jalur *grand narrative*, yang mengklaim ada prinsip-prinsip kebenaran, kesejahteraan, makna kehidupan, dan moral yang bersifat universal dan berpencar ke arah narasi kecil dengan segala nilai mitos, spiritual, dan ideologi yang spesifik.

Order yang dilakukan secara berulang-ulang untuk mendapatkan benefit berimplikasi kejenuhan dan kebosanan sehingga dapat mengurangi semangat kerja dan kualitas produk yang didistribusikan di pasar. Penurunan semangat kerja disebabkan oleh kebosanan memproduksi produk-produk yang sama secara berulang-ulang sehingga berimplikasi terpasungnya kreatifitas melukis. Sebagaimana yang dikatakan oleh Mangku Gina bahwa sesungguhnya ia bosan membuat sket-sket yang mengulang-ulang meskipun ia mendapat bayaran atas pekerjaannya.

Karena terdesak atas kebutuhan hidup, *order-order* pasar ini harus dikerjakan meskipun dalam keadaan terpaksa. Meskipun dikerjakan dengan perasaan sudah jenuh produk yang dihasilkan masih mirip dan sepadan karena sudah hafal terhadap produk-produk yang dipesan oleh pengelola industri. Kalau tidak dikerjakan berarti keluarganya tidak makan karena profesi satu-satunya adalah melukis. Sesungguhnya Mangku Gina bisa membuat lukisan lebih baik, lebih bervariasi, tetapi pasar menghendaki lain. Ia harus melayani pesanan-pesanan pasar untuk memenuhi kebutuhan hidup. Motif-motif produk pasar sangat beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan konsumen, seperti alat-alat perlengkapan upacara agama Hindu, barang-barang *souvenir* dan barang-barang kerajinan.

Pandangan yang hampir sama juga diutarakan oleh Made Puspa teman seangkatan Mangku Gina ketika belajar di sanggar Nyoman Mandra. Meskipun merasa bosan mengerjakan sketsa secara berulang-ulang, ia juga bersyukur memperoleh pekerjaan sehingga dapat menafkahi keluarga. Puspa juga memiliki pandangan yang sama tentang pemahaman terhadap kepentingan pengelola industri terhadap produk-produk yang dijual di pasar. Mengingat jumlah pelukis yang bisa mandiri cukup terbatas dan pekerja-pekerja seni begitu banyak yang hanya bisa dalam pewarnaan, *nyawi*, atau *finising*, kalau tidak dibantu dengan membuat sket-sket, dikhawatirkan banyak pengangguran. Pekerjaan melukis akan dimonopoli oleh kelompok tertentu saja. Puspe juga mengatakan bahwa sesungguhnya keterampilan membuat sket pelukis-pelukis di Desa Kamasan hampir sama, hanya faktor nasib yang berbeda. Oleh sebab itu ia juga sering membantu

membuatkan sket teman-temannya yang sudah dapat mandiri ketika ada pekerjaan yang besar.

Komang Arcana seorang pelukis Desa Kamasan mengatakan *order-order* lukisan pasar dapat bersifat positif dan negatif. Sebagaimana yang dikatakan dalam petikan wawancara sebagai berikut.

“.....sebagian besar dari pelukis pasar di Desa Kamasan berasal dari kalangan ekonomi lemah yang sangat menggantungkan hidup dari profesi melukis. Sebagai pelukis yang memiliki keluarga saya bertanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup keluarga saya.....tiap hari saya melukis. Terkadang saya merasa terpaksa melukis karena jenuh melukis yang itu-itu saja. Tetapi kalau tidak melukis keluarga saya tidak makan. Sebagai pelukis saya juga ingin menyalurkan ide-ide saya menjadi sebuah lukisan yang ideal. Tetapi saya harus mengerjakan *order-order* untuk mendapatkan uang. Kalau saja saya memiliki uang saya pasti tidak mengambil *order-order* lukisan pasar karena sangat memasung kebebasan saya sebagai pelukis (Wawancara dengan Komang Arcana tahun 2014 di Kamasan Klungkung).

Sesuai dengan pandangan Arcana, terpasungnya kebebasan melukis didorong oleh tuntutan hidup. Pekerjaan yang dilakukan secara mengulang-ulang bagi seorang pelukis sangat memasung ide-ide yang terpendam pada diri pelukis. Di lain pihak ia tidak berani lepas dari *order-order* pasar yang sudah pasti mendatangkan uang. Dibanding dengan mengedepankan idealisme tetapi mengorbankan keluarga. Sesungguhnya pandangan yang sama juga dialami oleh pelukis-pelukis di Desa Kamasan, seperti Mangku Gina, Wayan Puspa, Made Puspa, Darmanta dan Gita.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Sondra pemilik *sondra gallery* dalam menyoroti *order-order* pasar mengatakan sebagai berikut.

“.....dalam memproduksi *order-order* pasar tidak sama seperti karya mesin yang gampang diprediksi dan ditarget. Karena produksi menggunakan keterampilan tangan manusia faktor kejenuhan sering menjadi hambatan sehingga target-target tidak terpenuhi.(Wawancara dengan I Made Sondra tahun 2014 di Kamasan Klungkung).

Sesuai dengan pandangan Sondra kalau seseorang sudah dijejali dengan pekerjaan menoton akan menimbulkan kejenuhan dan bosan. Perasaan jenuh dan bosan kalau dipaksakan selain menyiksa pelukis juga menghasilkan produk-produk yang ngawur tidak sesuai dengan *order* dan standarisasi. Pada saat itu perlu ada selingan pekerjaan baru untuk memberikan penyegaran. Pelukis sesungguhnya ingin memproduksi SLWK dengan idealisme tradisi yang maksimal. Di pihak lain, karena terbentur oleh permasalahan ekonomi pelukis tidak berdaya untuk terhindar dari kapitalisasi sehingga harus mengikuti keinginan-keinginannya untuk memproduksi dan mereproduksi ide-ide masa lalu menjadi produk massa.

Mikhailm Bakhtin seorang pemikir Rusia menjelaskan dialogisme bergantung dengan ungkapan-ungkapan yang sudah ada. Dua karya dua ungkapan verbal secara bersama-sama memasuki hubungan semantik yang disebut dialogis (Hidayat, 2012: 121). Secara dialogis bentuk estetika oposisi digunakan untuk menentukan daya tawar pelukis dengan kapitalisme untuk memproduksi *order-order* pasar berdasarkan model-model yang sudah disepakati berdasarkan aturan pasar yaitu standarisasi. Adorno dalam “*The Culture Industry*”, mengatakan bahwa segala bentuk produksi budaya menjadi komoditas industri yang berhubungan dengan standarisasi dan idealisme semu (Strinati,1992: 69). Produk standarisasi dikatakan produk

industri yang rendah karena diproduksi dari *order-order* yang sudah ditetapkan sebelumnya. Semakin mirip produk standarisasi yang *diorder* menunjukkan suatu keberhasilan karena telah mampu menyetarakan kerja manusia mirip dan sepadan sebagaimana layaknya karya mesin.

Implikasi estetika industri budaya yang dikembangkan menjadi komoditas bersifat sangat pragmatis. Estetika pragmatis menurut Ratna (2011: 235), sarat hitung-hitungan dengan hakekat dan kemampuan komunikasi dalam menciptakan produk pasar. Ide komoditas yang didistribusikan di pasar sesungguhnya tidak berasal dari pelukis tetapi dari *order-order* konsumen sendiri yang membawa keinginan-keinginan pasar untuk diproduksi secara massa. Dialogis antara pelukis dengan konsumen dalam menciptakan struktur baru yang kreatif dan inovatif menemui jalan buntu sehingga berimplikasi memasung kebebasan melukis untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berorientasi pasar. Produk yang didistribusikan ke pasar mengesampingkan idealisme dan mengkedepankan pertimbangan bagaimana produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Produk pasar merupakan produk penuh perhitungan dengan pertimbangan untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Semakin banyak produk yang dapat didistribusikan ke pasar semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh pemilik modal.

Dialog-dialog yang dikembangkan estetika oposisi dalam praktik-praktik pembentukan *order-order* pasar merepresentasikan hasrat berkaitan berupa keinginan untuk peningkatan kesejahteraan dan eksistensi hidup. Mengerjakan *order* pasar disepadankan dengan kerja mesin untuk memenuhi target-target yang sudah ditentukan oleh kapitalime. Target-target yang dibebankan pada pelukis bila

terlalu menoton dapat memasung kreativitas sehingga menimbulkan rasa terpasung dan kehilangan konsentrasi karena harus mengikuti keinginan-keinginan konsumen.

Perubahan dialogis ditandai dengan munculkan gaya-gaya lukisan untuk menunjukkan idealisme semu karena diperoleh tidak berdasarkan rancangan awal atau bersifat kebetulan. Tiap-tiap pelukis memiliki argumentasi untuk menyatakan ciri khas karya-karya mereka dan itu boleh dan sah. Pendukung gaya Mangku Mura berbeda dengan gayanya Nyoman Mandra, demikian pula dengan gaya Ni Made Suciarmi. Kalau ditelisik lebih dalam, identitas mereka masih meniru identitas kelompok dalam tradisi lama. Kapitalisme yang memiliki jaringan sangat luas dan kekuasaan modal mampu memasung gaya-gaya tersebut menjadi produk pasar dengan memberikan pengayaan, tambahan, dan tempelan-tempelan terhadap identitas tradisi lama sehingga mencerminkan kesan dialogis antara tradisi lama dengan produk-produk baru. Estetika simulasi diasumsikan sebagai kapitalisme yang mampu memasung *order-order* pasar dengan mementaskan *parodi*, *kitch*, *camp*, dan *skizoprenia* untuk memproduksi ide-ide masa lalu melalui permainan simulasi yang merepresentasikan SLWK. Produk-produk yang dihasilkan dalam permainan simulasi memasung kebebasan pelukis dalam memproduksi *order-order* pasar. Representasi menurut Baudrillard merupakan produk dari dunia simulasi. Di pihak lain simulasi merupakan dunia yang terbentuk dari hubungan berbagai tanda dan kode secara acak tanpa referensi rasional yang jelas. Hubungan ini melibatkan tanda real (fakta) yang tercipta melalui proses produksi dan tanda semu (citra) yang tercipta melalui proses reproduksi.

Estetika simulasi dan hiperealitas merupakan penjabaran dari pemikiran Baudrillard tentang karakteristik budaya postmodern dalam perkembangan kapitalisme. Teknologi informasi dan komunikasi estetika simulasi berkembang menjadi budaya massa dan budaya populer yang dapat memasung kebebasan melukis kearah postmodern. Fenomena simulasi, simulakra, hiperealitas, dominasi nilai tanda, nilai simbol, dan prinsip komunikasi bujuk rayu (*seduction*) dibangun oleh model-model produksi dan reproduksi dari pelbagai macam tanda, citra, dan kode seni. Sementara hiperialitas adalah kondisi atau pengalaman kebendaan merupakan kosekuensi logis prinsip-prinsip simulasi yang ditandai dengan bangkrutnya makna, pertanda, dan realitas, yang diambil oleh permainan bebas petanda. Dunia hiperealitas adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi sebagai simulakra objek-objek yang tidak memiliki refrensi sosial, objek-objek yang dibuat di atas kerangka meleburnya realitas dengan fantasi, fiksi, halusinasi, dan nostalgia sehingga perbedaan antara estetika yang satu dan yang lain sulit diketahui. Reproduksi nostalgia mencerminkan kepanikan era postmodern disebabkan oleh tanda dan realitas yang hilang sebagai akibat dari kondisi modernitas yang menjadikan manusia teralienasi dari akar kebudayaannya sendiri.

Dari uraian tersebut di atas maka dapat dirangkum dan dinyatakan bahwa *order-order* pasar dapat memasung kreativitas melukis untuk memenuhi keinginan-keinginan pemilik modal. *Order-order* pasar dipersepsikan sangat subjektif tidak terikat oleh ruang dan waktu. Pemaknaan ruang dan waktu terhadap *order-order* yang didistribusikan ke pasar ketika difungsikan untuk sarana upakara dimaknai sebagai persembahan. Akan tetapi ketika ditumpuk di

artshop didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dipersepsikan sebagai produk sebagai produk komoditas dengan makna ekonomi. Di pihak lain ketika digunakan untuk menghias produk *souvenir* dan menghias dinding-dinding bangunan rumah tinggal agar menjadi indah serta menarik maka lukisan tersebut dimaknai sebagai makna estetis sebagai produk pencitraan.

Meluasnya Distribusi dan Konsumsi Sosial

Globalisasi membawa perubahan yang sangat cepat jarak dan komunikasi dapat dilakukan dengan mudah, sangat murah, dan tepat sasaran sehingga berimplikasi meluasnya pasar untuk mendistribusikan produk SLWK melalui misi-misi dagang, promosi, dan pameran. Produk-produk yang dikemas dengan balutan tradisi yang sangat khas dan unik dijadikan pencitraan untuk meningkatkan daya tawar dan daya beli para konsumen.

Segmentasi produk global tidak berhenti dalam satu titik, tetapi menyebar ke seluruh lapisan masyarakat. Dari masyarakat kelas atas, masyarakat kelas menengah, dan masyarakat kelas bawah diberikan ruang untuk mengonsumsi produk-produk pasar. Pendistribusian produk pasar sangat elastis, artinya dapat menyesuaikan dengan situasi dan kemampuan konsumen. Konsumen diberikan ruang untuk memilih produk-produk yang didistribusikan di pasar sesuai dengan kemampuan secara ekonomi. Pilihan-pilihan konsumen sangat dihargai untuk direspon, menjadi produk-produk yang dapat menyesuaikan dari jangkauan kemampuan ekonomi masyarakat tanpa mengurangi nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Teknologi dan manajemen produksi menjadi sangat penting dalam memproduksi dan mereproduksi produk-produk yang diperjualbelikan di pasar.

Produk-produk global sesungguhnya tidak terletak pada baik dan buruk suatu produk, tetapi terletak pada kemampuan konsumen untuk membeli. Baik dan buruk produk pasar sudah distandarkan dengan harga. Di samping itu, konsumen diberikan alternatif pilihan untuk memilih produk-produk yang disukai dan dapat dijangkau secara ekonomi. Produk pasar sangat terbuka, dapat dikritisi sehingga dapat menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat tanpa membeda-bedakan kelas. Setiap konsumen diberlakukan khusus dan sangat terhormat sehingga layak diberikan pelayanan. Pandangan manusia global tidak lagi sebagai objek yang harus dikaji tetapi menjadi subjek yang dapat menentukan produksi dalam memenuhi kebutuhan pasar. Di pihak lain pemilik modal memiliki kekuatan memproduksi keinginan-keinginan konsumen untuk didistribusikan ke pasar.

Fenomena globalisasi diasumsikan industri pariwisata sebagai pemilik modal kapital berupa uang yang dapat mereproduksi dan reproduksi keinginan-keinginan konsumen. Selain itu, juga dapat mendistribusikan produk-produk pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk-produk yang didistribusikan ke pasar sangat luas tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, tetapi juga didistribusikan untuk kebutuhan barang-barang ekspor dalam pasar global. Kadek Nata, tidak hanya memproduksi lukisan untuk memuaskan batinnya sendiri, tetapi juga menerima *order-order* yang datang dari berbagai kalangan masyarakat. Bahkan, ia juga beberapa kali menerima pesanan untuk melukis bangunan hotel di Bali dan di luar negeri. Untuk mengisi waktu-waktu luang ia juga membuat barang-barang *souvenir* untuk dijual di *artshop-*

nya dan didistribusikan ke pasar (Wawancara dengan Kadek Nata, 2014 di Banjar Sangging).

Produk-produk yang didistribusikan ke pasar, yaitu lukisan, *souvenir* dan barang-barang kerajinan. Produk, seperti *kober*, *ider-ider*, *ulap-ulap*, *praba*, dan *tabing* didistribusikan pada pasar lokal untuk pelengkap ritual untuk menghias bangunan suci dan bangunan-bangunan yang dapat memberikan pencerahan. Lukisan wayang Kamasan juga didistribusikan untuk menghias rumah tinggal, kantor, dan hotel. Dinding-dinding bangunan rumah tinggal yang dihias dengan lukisan wayang menunjukkan kelas dan status sosial. Status sosial tidak semata-mata diukur dari kemampuan ekonomi, tetapi juga dapat diukur dari keinginan-keinginan untuk melestarikan kebiasaan melukis yang *adiluhung* karena lukisan yang dipajang dapat memberikan tuntunan ke arah pencerahan. Kantor-kantor pemerintah dan hotel-hotel banyak menghias bangunannya dengan lukisan wayang Kamasan untuk menunjukkan *pastiche* sebagai pencitraan.

Produk *souvenir* berupa, lukisan, kipas, topi, gantungan kunci, lukisan telur, perabotan dari batok kelapa, tempat tisu, tas, alat-alat musik, dompet, anting-anting, didistribusikan sebagai produk penunjang pariwisata. Produk yang didistribusikan ke pasar diproduksi berdasarkan keinginan konsumen sendiri. Dengan kata lain produk yang didistribusikan ke pasar adalah mendistribusikan kapitalisme yang telah mampu mendominasi pekerja seni. Kapitalisme tidak sekedar mendistribusikan ide-idenya untuk dijual di pasar, tetapi untuk menunjukkan kekuatan modal dalam proses produksi dan reproduksi dalam memenuhi kebutuhan pasar. Di pihak lain, produk yang didistribusikan di pasar merupakan

representasi dari kapitalisme yang seolah-olah sangat peduli, melindungi, membantu, memberdayakan, padahal tujuannya untuk memperluas distribusi dan konsumsi sosial untuk memperoleh keuntungan berupa ekonomi.

Dalam menciptakan produk-produk baru yang kreatif dan inovatif pengusung gaya lukisan Nyoman Mandra mengembangkan produk-produk *souvenir*, yang dapat didistribusikan ke pasar, yaitu Kadek Diarta menciptakan lukisan pada topi dan beruk, Arnawa menciptakan lukisan telur bersama puspa dan Budiarta, Suita menciptakan lukisan bumbung, Sondra menciptakan lukisan dompet, tas, wayang, tempat tisu, dan kroncong, dan Sumantra menciptakan lukisan kipas. Produk-produk tersebut selain dijual di Kamasan oleh pemilik toko, gallery, dan arshop juga dijual oleh para pelukis Kamasan sendiri. Sehingga kalau wisatawan berkunjung ke tempat-tempat pelukis juga ditemui produk-produk *souvenir*. Di lain pihak produk-produk *souvenir* yang dihasilkan pengerajin juga didistribusikan ke pasar-pasar yang lebih besar seperti pasar seni di Sukawati, Guwang, Kumbasari, Glael Dewata-Ubud, airfort Ngurah Rai. Produk-produk *souvenir* tidak saja didistribusikan di pasar lokal juga didistribusikan ke pasar global di eksfor sebagai barang dagangan dalam bentuk produk *souvenir*.

Dari uraian tersebut di atas dapat dirangkum dan dinyatakan bahwa implikasi meluasnya distribusi dan konsumsi sosial transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali dapat untuk mendistribusikan produk SLWK ke pasar (pasar lokal dan pasar global). Produk pasar global sangat dinamis tidak terletak pada baik dan buruk, tetapi terletak pada kemampuan konsumen membeli. Globalisasi diasumsikan industri pariwisata sebagai pemilik

modal yang dapat mereproduksi dan reproduksi keinginan-keinginan konsumen. Produk pasar lokal berupa, *kober*, *ider-ider*, *ulap-ulap*, *praba*, dan *tabing*. Sedangkan produk pasar global, berupa lukisan, *souvenir* dan barang-barang kerajinan.

Munculnya Pelukis Perempuan

Seni lukis wayang Kamasan (SLWK) pada era pramodern pernah mengalami kemandekan generasi selama ± 100 tahun dari generasi I Gede Modara (1830) dilanjutkan ke generasi Ketut Lui/Ketut Kute (1860--1930), Ketut Samburg (1850--1925), dan Ketut Mesir (1860). Pada saat itu wanita sangat ditabukan mengambil pekerjaan melukis. Wanita hanya diperbolehkan mengambil pekerjaan menenun, menumbuk padi, memasak, dan membuat sarana ritual berupa "*jejaitan*" (Covarubiass, 2013: 79). Perbedaan kelas antara laki-laki dan perempuan memiliki jurang pemisah sangat dalam yang membuat wanita menjadi kelas nomor dua. Hak-hak perempuan dipasung dengan alasan mitos *sebel* (kotor kain) yang dianggap mengotori kesucian sehingga perempuan tidak diperbolehkan mengambil pekerjaan yang digunakan sebagai simbol-simbol yang dilekatkan dengan agama. Masuknya modernisasi di Bali tahun 1930 terjadi pemugaran bangunan *Kertha Gosa* dan *Balai Kambang* yang dipimpin oleh I Wayan Kayun dan I Wayan Seken sebagai koodinator kelompok "*Pitamaha*" yang mewilayahi Kabupaten Kelungkung sebagai kordinator lapangan. Dalam pemugaran bangunan ini pelukis-pelukis yang terlibat, adalah Kayun (1878--1956), Dogol (1875--1963), Lenged (1890--1986), Ngales (1875--1956), Pan Remi (1943). I Wayan Seken/Pan Sumari adalah anak pertama dari Lenged yang terkenal dengan lukisan Sangut, Delem, Tuwalen, dan Wredah yang sangat jenaka dan lukisan

Raksasa yang sangat garang. Dalam pemugaran itu Tangkid, Srengkog (Nenek Mangku Muliarsa) sudah dilibatkan dalam pewarnaan. Ni Tangkid dan Ni Srengkog sangat pintar meracik warna, tampaknya keterampilan meracik warna diwariskan pada Ni Tanjung yang sangat dipercaya mewarnai lukisan Nyoman Mandra (Wawancara dengan Luh Made Sinarwati, 2014 di Taman Budaya Denpasar). Semenjak itu bibit-bibit kesetaraan *gendre* dalam melukis sudah terjadi di Desa Kamasan, Klungkung. Pelukis-pelukis yang terlibat dalam pemugaran *Kertha Gosa* dibayar 30 sen/hari (Picard, 2006: 74). Uang *satu* sen pada saat itu menurut Pedanda Simpar, sudah dapat dinikmati makanan dan minuman yang sangat mewah.

Tabel 7.1 Munculnya Pelukis Perempuan

Nama	Banjar	Profesi
Ni Srengkog	Sangging	Pewarnaan
Ni Tangkid	Pande	Pewarnaan
Ni Made Suciarmi	Sangging	Pelukis
Putu Suitri	Sangging	Pelukis
Nyoman Normi (alm)	Sangging	Pelukis
Ni Tanjung	Pande	Pewarnaan
Darmi	Siku	Pewarnaan
Nengah Muriati	Siku	Pelukis
Sri Wedari	Sangging	Pelukis

Ni Wayan Wali	Tabanan	Pelukis
Nyoman Widiarti	Sangging	Pelukis
Sinarwati	Pande	Pewarnaan
Swarti	Sangging	Pewarnaan

Sumber: Data primer diolah dari pengamatan langsung dan wawancara dengan Nyoman Suarti dan Sinarwati tahun 2014 di Kamasan Klungkung.

Sesuai dengan tabel 7.1 munculnya pelukis perempuan diawali dari modernisasi yang diperkenalkan oleh kolonial belanda. Untuk meningkatkan kesejahteraan dilakukan pembinaan terhadap para pelukis melalui pendidikan dengan melibatkan guru-guru tokoh adat yang dapat melukis, melakukan pendampingan tentang tata cara penyajian dan pewarnaan lukisan, serta kegiatan pameran baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk memberikan dorongan terhadap pelukis kedua anak perempuan Konselir Belanda Dee Joeng dilibatkan dalam pameran yang diadakan di Semarepura, Klungkung.

Semenjak keterlibatan perempuan dalam pemugaran bangunan *Kertha Gosa* aktivitas melukis berkembang sangat cepat sehingga terjadi kesetaraan *gender* dan mendorong munculnya pelukis perempuan sebagai tanda berakhirnya dominasi pelukis laki-laki dalam berkarya melukis. *Gender* pada dasarnya adalah sebuah konsep yang dipahami sebagai sifat yang melekat baik pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial kultural. Sedangkan sifat-sifatnya dapat dipertukarkan. Menurut Sumiarni (2004: 11) *gender* dapat dibedakan atas dasar budaya atau *nurture* dan atas dasar perbedaan biologis atau *nature*. Senada dengan Sumiarni Barker (2004: 245)

mengatakan bahwa seks diyakini sebagai biologis tubuh sementara *gendre* mengacu pada asumsi dan praktik budaya yang mengatur kontruksi sosial laki-laki, perempuan, dan relasi sosial mereka antara sifat perempuan dan laki-laki bisa berubah dari waktu ke waktu (Pakih, 2001; Moze, 1996: 8). Dilain pihak Abdullah (2006: 23) juga mengatakan bahwa merupakan relasi antara kaum pria dengan kaum wanita yang saling berinteraksi sehingga tidak tertuju pada wanita saja yang berperilaku tetapi pria secara langsung. Abdullah juga mengatakan bahwa *gendre* berhubungan dengan partisipasi, aksi, kontrol, dan manfaat.

Ni Made Suciarmi (1932) merupakan pelukis pelopor yang sudah mampu berpartisipasi untuk melukis secara mandiri dari awal sampai berakhir dengan menggunakan *pakem-pakem* tradisi. Aksi selanjutnya disusul oleh pelukis-pelukis yang seperti Normi (1952--2014), Putu Sawitri (1930), Made Rumiasih (Ni Tanjung). Suciarmi dilahirkan di Klungkung tahun 1932. Ia merupakan anak ke-2 dari pasangan Ketut Salya asal Banjar Sangging dengan Ni Made Rata asal dari Padang Tegal Ubud. Ayahnya seorang guru, sedangkan kakeknya seorang pelukis bernama Lingsir Modara (baca Gede Modara). Sejak kecil ia sudah menyukai wayang dan selalu ingin tahu semua kisah yang termuat dalam cerita wayang. Ia tidak akan tidur sebelum mendengarkan cerita wayang kesukaannya. Imajinasinya berjalan saat mendengarkan cerita tentang pewayangan. Ia merasa sedih jika mendengarkan kisah Dewi Sinta diculik oleh Rahwana. Cerita yang paling berkesan di hatinya adalah Arjuna bertapa. Ia membayangkan betapa kuatnya Arjuna terhadap godaan bidadari-bidadari pilihan yang cantik-cantik tidak membuatnya tergiur. Ia tetap konsentrasi pada niat yang utama untuk mendapatkan senjata *pasupati*.

Suciarmi mulai belajar melukis ketika tinggal di Kamasan. Pamannya mendorong Suciarmi melukis dengan dalih seorang perempuan harus pandai mencari duit tidak hanya memasak didapur tetapi juga bermanfaat untuk meringankan beban keluarga secara ekonomi. Bahkan ketika ia membantu menyiapkan makanan didapur dilarang oleh pamannya. Pamannya berkata, *melajah nyakan anak aluh, yen nyem jangin uyah, yenin pakeh jangin yeh. Pokoknya melajah nyakan nak aluh, melajah ngalih pipis ketil ning*” Artinya, belajar masak itu sangat gampang, kalau kurang garam/asin tambah garam, kalau kelebihan garam/asin tambah air, belajar masak itu gampang, mencari uang yang susah Nak (Nurdjanti, 2006: 238).

Latar belakang mengapa Suciarmi (1932) memilih profesi sebagai pelukis dalam petikan wawancara dikatakan seperti di bawah ini.

“.....seorang perempuan juga harus pandai mencari duit tidak hanya memasak didapur. Dalam usia 11 tahun ia sudah pintar melukis. *Melenan teken* pelukis *mangkin* (beda dengan pelukis sekarang). Melukis *hafal-hafalan, meenggal-enggalan*, mengejar target dan “ yang dilihat..... uang (Wawancara dengan Ni Made Suciarmi Br Sangging, Klungkung, 2013).

Sesuai dengan pandangan Suciarmi tentang bakatnya sebagai pelukis mengatakan bahwa sejak kecil ketika berumur *sebelas* tahun sudah bisa melukis, menari, meskipun ia tergolong tomboi. Pelukis sekarang kurang kreatif bisanya cuma menghafal lukisan-lukisan yang sudah ada, diulang-ulang untuk mengejar target-target uang. Pelukis sekarang kalau melukis yang dilihat bukan lukisan atau ide, tetapi yang dilihat semata-mata untuk memperoleh uang sehingga jarang ada karya-karya yang bermutu.



Gambar 7.1 *Labuh Geni Sita*.Oleh Ni Made Suciarmi

Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Pada zaman saya dulu kalau melukis sampai “*megulis*” (sangat suntuk) untuk menghayati cerita menjadi tema lukisan. Munculnya pelukis-pelukis wanita di Desa Kamasan menyebabkan aktivitas melukis menjadi lebih semarak. Kualitas karya pelukis perempuan tidak kalah dengan pelukis laki-laki. Kesetaraan ini merupakan fenomena baru sebagai petanda sudah hilangnya dominasi laki-laki terhadap wanita dalam berkarya seni khususnya dalam melukis. Wanita tidak hanya bisa memberi pewarnaan dan *nyawi*, tetapi sudah dapat membuat sketsa sendiri. Sebagai profesi keterampilan melukis wanita, sudah disejajarkan dengan pelukis laki-laki. Pelukis wanita sudah

dapat bekerja mandiri dapat menyelesaikan lukisan dari tahap awal sampai dengan akhir. Pelukis wanita memiliki keunggulan dibandingkan dengan pelukis laki-laki. Dalam pewarnaan sebagian pelukis laki-laki tidak sabar sehingga lebih banyak menyerahkan pada pekerja-pekerja seni yang sebagian besar adalah wanita. Demikian juga dalam memberikan kontur berupa *nyawi, sesepukan*. Menurut penuturan Pande Sumantra, ia tidak memiliki kesabaran dalam mewarna sehingga harus meminta istrinya Sinarwati atau menyuruh bibinya Ni Tanjung untuk mewarnai lukisannya. Wanita lebih sabar, terampil, dan lebih tekun dibandingkan dengan pelukis laki-laki. Masyarakat Kamasan sangat terbuka terhadap munculnya pelukis-pelukis wanita.

Pada generasi berikutnya muncul pelukis perempuan yang memiliki latar belakang akademik bernama Nengah Muryati (1966), berasal dari Br Siku anak Mangku Mura. Sriwedari (1974) berasal dari Br Sangging anak Nyoman Mandra dengan Normi. Pelukis wanita ini tergolong mampu mengerjakan lukisan tradisi wayang Kamasan secara total. Ini menunjukkan keterampilan pelukis wanita tidak kalah hebatnya dengan pelukis laki-laki. Dengan kata lain pelukis wanita sudah dapat disejajarkan dengan pelukis laki-laki.

Muriati sangat kental dengan garis-garis Mangku Mura yang sangat tegas dengan ramuan-ramuan warna yang sangat klasik, sedangkan Sriwedari mewarisi darah Nyoman Mandra dengan garis yang sangat rapi, pewarnaan sangat harmonis sehingga menghasilkan karya-karya klasik yang romantis. Selain memiliki keterampilan tradisi yang mempuni Muriati dan Sriwedari juga memiliki kemampuan akademik yang mampu berpikir secara sistematis dalam mengembangkan SLWK menjadi karya-karya tradisi yang sangat khas, tetapi juga rasional dan universal.

Pengembangan identitas tradisi berupa pewarnaan, teknik-teknik membuat sket, dan cara-cara penyelesaian dan penyajian masih tetap dipertahankan dengan menggunakan teknik-teknik tradisi lama, seperti pembagian ruang (*ngedum karang*), membuat sketsa (*molokan*), pewarnaan (*ngewarna*), penyelesaian seperti *nyawi*, *nyoco*, *meletik*, dan *ngerus*.

Untuk menghasilkan produk yang mencerminkan kebaruan tema-tema lukisan tidak saja terpaku pada tema-tema epos pewayangan tetapi juga mengangkat tema-tema kehidupan sehari-hari, seperti suasana di pasar, suasana lingkungan, kehidupan pribadi, prosesi keagamaan, dll. Muriati dalam karya tugas akhirnya (TA) mengangkat tema-tema lukisan tentang dunia pewayangan. Bentuk lukisan tradisi wayang Kamasan yang menggunakan teknik-teknik tradisi dibongkar dengan menggunakan pendekatan teknik-teknik modern. Warna-warna yang digunakan tidak lagi bersifat simbolik, tetapi lebih mencerminkan ungkapan perasaan. Komposisi hierarkis yang biasa diterapkan dalam lukisan tradisi sudah dikaburkan dengan permainan susunan objek-objek untuk mendapatkan kesatuan yang harmonis. Sesekali keinginan untuk menampilkan kontras dengan tampilan warna yang lebih mencolok. Meskipun demikian, kesan keterikatan terhadap tradisi masih terasa ketika melihat figur-figur wayang yang ditampilkan sebagai objek.

Sebagai pelukis tradisi yang memiliki pemahaman akademik, Muriati tidak hanya melukiskan epos-epos cerita *Ramayana*, *Mahabharata*, *Sutasoma*, dan *tantri*, tetapi ia juga melukiskan kehidupan pribadi sebagaimana dengan karya yang mengisahkan bulan madu antara pasangan suami istri berkebangsaan Jerman dengan kedua anaknya. Sebagai *pemangku* ia juga melukiskan bunyi *mantram* “*Tantu*

Pagelaran” yang diinterpretasikan dengan dunia kekinian. Pesan-pesan orang tuanya (Mangku Mura) semasih hidup dijalannya secara tulus dan ikhlas untuk mengabdikan kepada umat. Ia dipesani agar tidak kawin secara biologis (*sukla brahmacari*) menjadi *kilisuci*, dan meneruskan profesi ayahnya sebagai pelukis. Bentuk pengabdiannya sampai sekarang ia masih teguh memegang mandat orang tua untuk menjadi *pemangku*, tidak kawin, dan menekuni profesi melukis. Muriati sering diundang ke Kampus ISI Denpasar sebagai narasumber atau memberikan pendampingan dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan melukis wayang Kamasan. Sebaliknya mahasiswa ISI Denpasar, ISI Yogyakarta, dan ISI Surakarta setiap saat berkunjung ke studio Muriati untuk mengetahui bagaimana membuat kanvas, memproses warna, dan proses melukis wayang Kamasan.

Perjalanan karier hampir sama juga dialami oleh Sriwedari yang ingin meneruskan cita-cita orang tuanya untuk menyelamatkan seni lukis wayang Kamasan melalui jalur pendidikan seni. Untuk itu ia memilih kuliah di PSSRD dengan minat Seni Murni (Lukis). Karya tugas akhir (TA) mengangkat tema-tema kehidupan masyarakat dan lingkungan sehari-hari yang dikemas dengan teknik-teknik tradisi. Setelah menyelesaikan pendidikan S1, tahun 1992 ia menjadi asisten dosen I Wayan Mudana (penulis) memegang mata kuliah “Menggambar Tradisi 3 dengan konten kuliah “Seni Lukis Wayang Kamasan”. Sekarang ia mengabdikan dirinya sebagai pendidik di lingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang bertugas di Kabupaten Klungkung. Di sela-sela kesibukannya mengajar, ia juga aktif membantu Mandra (orang tuanya) untuk membina anak-anak yang belajar di sanggar tentang melukis tradisional

wayang Kamasan, sambil mengembangkan keterampilan akademisnya melakukan terobosan-terobosan baru. Di sela-sela kesibukannya ia masih menyempatkan diri untuk melukis secara tradisional maupun lukisan yang sudah dikembangkan dari tema-tema kehidupan sehari-hari sehingga terjadi pembongkaran-pembongkaran *pakem* menjadi identitas pribadi. Sriwedari juga sering diundang oleh almamaternya untuk memberikan pendampingan ketika memberikan *workshop* atau tempat berkerja praktik tentang melukis secara tradisi dan pengembangan tradisi menjadi identitas diri tanpa menghilangkan pemahaman terhadap tradisi itu sendiri.

Pengembangan tradisi yang dilakukan Sriwedari berhubungan dengan tema-tema lukisan dan simbol-simbol yang sering dilekatkan dengan agama Hindu dirubah dengan tema-tema kehidupan sehari-hari dan lingkungan. Meskipun demikian, teknik-teknik pengerjaannya masih menggunakan teknik-teknik tradisi. Implikasinya terjadi dari perubahan makna, yaitu dari makna-makna lukisan yang bersifat simbolik berubah menjadi makna-makna ekspresi dengan menonjolkan perbedaan-perbedaan dan kemiripan. Bentuk-bentuk wayang tradisi yang mengangkat tema-tema pewayangan dirubah dengan tema-tema kehidupan dan lingkungan. Perubahan-perubahan bentuk wayang Sriwedari sebagai identitas diri dapat dilihat dari *gelungan* dan busana. Dalam mengekspresikan identitas tiap pertokohan wayang Sriwedari menciptakan *gelungan* yang menghiasi bagian kepala. Di pihak lain tata busana/kain disesuaikan dengan realitas yang diamati dari kehidupan sosial masyarakat.

Sebagai pelukis yang dilahirkan dari keluarga seniman memiliki komitmen tinggi terhadap pelestarian, pengembangan, dan pemberdayaan SLWK, Sriwedari

disiapkan untuk melanjutkan cita-cita orang tuanya untuk mengasuh anak-anak yang belajar melukis tradisional di sanggarnya. Di usia orang tuanya yang sudah senja dan sakit-sakitan, ia harus menyiapkan diri menjadi lebih matang karena sering ditanya tentang visi dan misi pembinaan yang sudah dirancang semenjak tahun 1971 dan masih berlanjut sampai sekarang. Misi-misi pengembangan yang dilakukan dalam “Sanggar Melukis Tradisional Kamasan” bersifat berkelanjutan, berkesinambungan dari generasi ke generasi. Tujuan pembinaan adalah untuk melestarikan keterampilan melukis wayang tradisional Kamasan agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat pendukungnya.

Sriwedari tidak anti terhadap komersialisasi, demikian juga orang tuanya (Mandra). Ia sangat sadar bahwa pelukis juga manusia yang memiliki tanggung jawab terhadap keluarga dan profesi yang digeluti. Pada era sekarang tampaknya orang-orang menghargai profesi seseorang dengan uang, seolah-olah uang adalah segala-galanya. Meskipun demikian, ia mendidik anak-anak di sanggar bersama orang tuanya selama 44 tahun tidak pernah meminta bayaran berupa apa pun. Orang tuanya merasa senang ketika anak didiknya di sanggar cepat bisa mandiri melukis. Ketika ada perlombaan tentang melukis tradisional wayang Kamasan di Pesta Kesenian Bali (PKB) dari tahun 1979--2014, selalu dimenangkan oleh Kabupaten Klungkung yang pesertanya berasal dari sanggar yang dibina oleh Mandra dan Sriwedari.

Pelukis laki-laki dan pelukis perempuan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Bila diberdayakan akan menjadi sangat bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Atas kesadaran itu pekerjaan melukis yang dulunya pernah putus *nyambung*

karena wanita ditabukan mengambil pekerjaan melukis, kini sudah tidak ada dominasi laki-laki terhadap perempuan dalam melukis. Profesi melukis tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki tetapi juga dilakukan oleh kaum perempuan. Secara kualitas lukisan perempuan tidak kalah hebatnya dibandingkan dengan lukisan laki-laki.

Perempuan Desa Kamasan sangat bersyukur dikaruniai kemampuan melukis sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga. Belakangan ini justru pelukis perempuan lebih banyak dibandingkan dengan pelukis laki-laki. Khusus mengenai proses pembuatan warna Bali dan mewarna sebagian besar dikerjakan oleh perempuan. Munculnya pelukis wanita di Desa Kamasan disebabkan oleh keinginan dari wanita-wanita Desa Kamasan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga. Para wanita juga ingin menunjukkan emansipasi bahwa keterampilan wanita tidak kalah dengan laki-laki. Wanita juga ingin memperoleh penghasilan dari keterampilan melukis. Meskipun demikian sebagian besar dari mereka memiliki keterampilan terbatas yang hanya bisa mengerjakan pekerjaan-pekerjaan tertentu seperti, *ngewarna* (memberikan warna), *nyawi* (memberikan hiasan berupa ornamen), *nyepuk* (memberikan kesan bulu-bulu), *nyoca* (hiasan manik-manik), *meletik* (memberikan sinar pada soca), dan *ngerus* (menggencangkan kain).

Dari uraian tersebut di atas dapat dinyatakan munculnya pelukis perempuan pada era postmodern di Klungkung, Bali mendorong terjadi kesetaraan *gender*. Pelukis perempuan dengan pelukis laki-laki disetarakan dalam profesi melukis. Semenjak itu aktivitas melukis berkembang sangat cepat sehingga sebagian besar masyarakat beralih profesi menjadi pelukis karena sudah

dapat memberikan kesejahteraan. SLWK berkembang sangat pesat (*golden age*) sehingga muncul pelukis-pelukis perempuan yang memiliki latar belakang akademik yang ikut memberikan warna dalam perkembangan SLWK.



Gambar 7.2 Cerita Pewayangan oleh Muriati 1994
Cat minyak di atas kanvasDokumen: I Wayan Mudana, 2014

Berkembangnya Industri Kreatif

Kabupaten Kelungkung memiliki empat belas produk unggulan yang tersebar di seluruh pelosok kecamatan dan desa. Produk unggulan Desa Kamasan berupa, produk tenunan, menghasilkan *kain endek*, *songket cagcag*, *cepuk*; kerajinan logam (*memande*) yang menghasilkan *bokor*, hiasan *selongsong peluru*, *alat pedupaan*; dan melukis wayang Kamasan menghasilkan, lukisan, *souvenir*, dan barang-barang kerajinan yang dihias dengan lukisan wayang Kamasan.

Jumlah usaha lukisan tradisional Kamasan 143 unit merupakan unit usaha terbesar yang berpusat di Desa Kamasan. Dari aktivitas melukis di Desa Kamasan dapat

ditampung 326 tenaga kerja dari berbagai tingkatan umur dan kelas. Ini berarti bahwa industri kreatif tumbuh dan berkembang sangat cepat. Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Klungkung selalu memberikan ruang untuk menampilkan hasil-hasil kerajinan yang menjadi identitas unggulan Kabupaten Klungkung seperti kerajinan SLWK, kerajinan dari logam dan kerajinan tenunan. Produk-produk kerajinan seperti kipas, dompet, topi, dan tas yang dihias dengan SLWK mendapatkan perhatian yang sangat besar dari pengunjung ketika dipamerkan pada Pesta Kesenian Bali (PKB) tahun 2015. Menurut penuturan Komang Arcana, pada hari kedua setelah pembukaan PKB ia sudah mendapatkan *order-order* berupa kipas, dompet, tas, topi yang sangat besar dari berbagai kalangan. Ada yang digunakan untuk kebutuhan pribadi dan adapula yang dijual kembali sebagai barang dagangan (Wawancara dengan Komang Arcana tahun 2015 di Art Centre Denpasar).

Untuk melahirkan karya-karya kreatif pelukis didorong untuk melakukan inovasi dan kreativitas, Fetherstone (2001: 158) yang dikembangkan oleh Duchamp dalam konsep “*ready mades*” tanpa khawatir dicap melunturkan karya-karya yang sudah mapan, dan melunturkan nilai komoditas yang diulang-ulang menjadi produk budaya massa. Industri kreatif harus tunduk pada hukum-hukum ekonomi sehingga berubah menjadi budaya massa. Produk-produk massa yang dilekatkan dengan ritual sebagai pencitraan bertujuan semata-mata untuk meningkatkan nilai jual berupa nilai ekonomi. Proses pengerjaan produk pasar tidak lagi terikat oleh *pakem* yang mengikat dan baku, tetapi harus mengikuti ketentuan-ketentuan para konsumen yang sudah melebar, liar, semata-mata untuk memperoleh keuntungan berupa nilai ekonomi.

Strinati (2003, 71) mengatakan perubahan produksi berimplikasi terhadap aura seni tidak lagi mengikuti kehendak penciptanya tetapi tunduk kepada kehendak konsumen karena konsumen yang mampu membayar, mampu memproduksi, mampu membeli, dan mampu Mengonsumsi.

Karya tradisi merupakan objek yang sangat menarik dijadikan wacana untuk dieksplorasi menjadi karya produksi sekaligus sebagai kritik sosial untuk melakukan pembelaan terhadap masyarakat yang terpinggirkan. Dalam “*Arena Produksi Kultural*”, Bourdieu (2010:285) mempersepsikan bahwa produk budaya massa berjalan tanpa disadari dilakukan tindakan mengurai secara langsung dan sempurna. Kebodohan dan keterbelakangan ekonomi merupakan salah satu pemicu terjadinya transformasi ke arah postmodern dimana kapitalisme sudah mampu memprofanisasi SLWK menjadi produk massa. Di pihak lain Featherstone (2001: vii) dalam buku “*Postmodernisme dan Budaya Konsumen*”, mengatakan bahwa kesalahan persepsi tidak terletak pada wujud benda, tetapi terletak pada persepsi orang yang melihat. Setiap orang memiliki kebebasan berpersepsi terhadap realitas yang ditemukan di lapangan. Menurut Jordan (2002) dalam menyoroiti industri kreatif setidaknya ada empat pilar kreatifitas, yaitu (1) *curiosity*, (2) *open mind*, (3) *risk and*, (4) *energy* (Zulaikha, 2008: 6). Azas kreatif, kebebasan, demokratisasi berekpresi, kompetisi dan individualisme merupakan wacana postmodern yang dapat memacu keragaman dan kebaruan terus menerus. Dalam lingkup ekonomi diikuti pula oleh proses kapitalisasi untuk menjadikan SLWK sebagai produk-produk kapital dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pelukis harus berani memalingkan muka untuk melihat realitas dilapangan, tidak

ada yang gratis semuanya harus ditukar dengan uang. Oleh sebab itu uang sudah menjadi raja, dapat mengatur pelukis, pekerja seni, perajin, untuk mengatur proses produksi dan reproduksi dalam menciptakan produk pasar yang mirip dan sepadan.

Wacana industri kreatif ditandai dengan keterbukaan untuk menerima masukan dari siapa pun, berani mengambil risiko, berani mencoba hal-hal baru, dan memiliki energi untuk mengerjakan semua itu. Moelyono (2010: 220), mengatakan bahwa informasi dan kreativitas memicu lahirnya industri kreatif. Untuk melahirkan karya kreatif dibutuhkan kemampuan berupa pengalaman kreatif (*smart wisdom*) dan keberanian untuk mencoba-coba (*street wisdom*). Keberanian mencoba-coba hingga mendapatkan produk-produk baru yang ditawarkan di pasar sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan pasar (*accountability market*) terhadap produk industri kreatif yang mampu diproduksi dan direproduksi. Industri kreatif yang dikembangkan di Desa Kamasan menganut prinsip-prinsip pengembangan, berupa *mass production* (produksi massal), *minimization of cost* (pembiayaan yang rendah), *standardization* (standarisasi), *homogenization of taste* (penyeragaman selera dan cita rasa), *differentiation* (diferensiasi) dan *constant acceleration* (percepatan konstan) menjadi hukum baru proses produksi (Ibrahim, 1997: 19).

Industri kreatif yang berkembang di pasar global terbentuk atas keinginan-keinginan *habitus* dan struktur dalam menciptakan produk-produk baru untuk memuaskan konsumen. Industri kreatif menurut Schilling (1993: 35) terjadi dari pergeseran fokus perhatian dari fokus tentang kerja keras dalam lapisan produksi yang berkaitan erat

dengan kesederhanaan/penghematan menuju pemborosan dalam lingkup konsumsi. Para ahli menunjuk beberapa sikap dan nilai yang memiliki daya pembaru menuju modernisasi ekonomi. Inkeless (1969: 19--25), misalnya, mengemukakan *duabelas* sikap dan nilai, yaitu (1) sikap terbuka dan mau bekerja dengan cara atau metode baru, (2) sikap menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial, (3) berpikir alternatif, (4) peka terhadap berbagai informasi, (5) menghargai waktu, (6) bertindak efektif dan efisien, (7) mampu membuat perencanaan (*planning*), (8) penuh perhitungan, (9) menilai tinggi keterampilan teknik, (10) memiliki aspirasi yang tinggi dalam pendidikan dan jabatan, (11) hormat terhadap martabat orang lain, dan (12) berorientasi pada produksi. Di pihak lain Koentjaraningrat menunjuk *lima* sikap nilai yang diperlukan bagi seorang untuk maju, yaitu (1) sikap menilai tinggi suatu karya, (2) sikap menilai tinggi unsur-unsur kehidupan yang optimal, (3) sikap menguasai alam lingkungan, (4) berorientasi ke masa depan, dan (5) sikap bersedia bekerja sama (Koentjaraningrat, 1975: 383--384).

Pergeseran fokus perhatian sebagai kehendak untuk tampil baru, menawan, dan berbeda dalam persepektif *culture studies* dapat menghasilkan budaya massa dengan idealisme pasar. Dengan memberikan sentuhan-sentuhan *fesyen* berupa inovasi baru pada ide-ide masa lalu yang diperbarui secara berkala sehingga terus terkesan baru. *Fesyen* senantiasa berubah, berganti-ganti, berputar-putar dan tidak menambah apa-apa pada nilai seorang individu. Bila tidak dilakukan maka agen sebagai perpanjangan tangan kapitalisme dianggap belum dapat menjadi anggota masyarakat konsumen yang sejati. Produksi daur-ulang memiliki *fesyen* untuk dikonsumsi oleh pariwisata. Pelukis

tidak lagi memiliki kebebasan dalam mengembangkan ide karena harus memenuhi *order-order* yang diberikan oleh pengelola industri sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Gerakan dadaisme memberikan inspirasi baru untuk menciptakan produk-produk baru sebagai produk industri kreatif. Industri kreatif mampu menampung tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran. Upah yang diperoleh dari kerja industri dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Produk yang dihasilkan industri kreatif tidak hanya dikonsumsi oleh kalangan tertentu tetapi semua orang memiliki kesempatan untuk mengonsumsi produk-produk industri kreatif. Keuntungan yang diperoleh oleh pelukis/perajin ketika produk-produk yang didistribusikan di pasar adalah keuntungan semu. Karena yang sesungguhnya memperoleh keuntungan adalah para agen sebagai penghubung pasar. Perajin hanya memperoleh upah produksi berdasarkan kesepakatan dalam proses produksi dan reproduksi.

Perayaan-perayaan yang dilakukan atas terjualnya produk-produk massa yang didistribusikan di pasar merangsang perkembangan industri kreatif menjadi sangat cepat untuk memproduksi dan mereproduksi produk budaya baru dalam industri kreatif.

Karl Polanyi (2003) dalam "*Transformasi Besar*" menyoroti industri kreatif sebagai produk budaya mengatakan seperti di bawah ini.

“....Kapitalisme berkembang dari tuntutan kelas merkantilis baru, dan kemudian dari kelas borjuis, kepada negara untuk melindungi bisnis-bisnis mereka yang baru merangkak dan status sosial mereka yang masih rapuh. Dengan demikian, dalam masyarakat kapitalisme pemerintah menjadi pelayan bagi

kapitalisme. Transformasi besar, dimaksudkan untuk mengganti pola interaksi kapitalistis yang eksploitatif dengan pola lain yang kondusif bagi kesejahteraan bersama (Polanyi, 2003:176).

Sesuai dengan pandangan Polanyi, peranan modal sangat menentukan proses produksi untuk menciptakan barang-barang yang berdaya saing tinggi dari sisi ekonomi, unik, universal, tetapi dapat dijangkau oleh konsumen. Ketepatan produksi sangat efisien/sederhana dan upah dapat ditekan sehingga dapat dipertukarkan dengan harga di pasaran. Pemikiran Marxisme menyatakan bahwa beroperasinya ideologi dalam masyarakat kapitalis didasarkan atas relasi kelas-kelas dalam masyarakat, yaitu antara kelas penguasa (konseptor) dan kelas pekerja (pelaku) yang membuat dominasi kelas penguasa atas kelas pekerja. Dalam masyarakat komoditas distribusi kekuasaan berbalik, yaitu dari atas bawah ke bawah atas, atau dari tangan penguasa sentral ke tangan para pelaksana yang membentuk fragmentasi kekuasaan. Ibrahim (1997: 27) dalam masyarakat kekuasaan berkembang dari berbagai kelompok sosial di tingkat *peripheral*, seperti, produser, industri informasi, industri hiburan, dan sebagainya, yang bisa dikategorikan sebagai agen atau produser kebudayaan.

Produk industri kreatif yang dikembangkan dalam memenuhi kebutuhan pariwisata merupakan pergulatan struktur *habitus* dengan kapitalisme dalam menciptakan struktur baru untuk menghasilkan produk *souvenir*, seperti lukisan, lukisan telur, tas, mainan, eksosoris, kipas, dan barang-barang kerajinan (Lihat Gambar 7.3). Pemerintah harus melakukan keberpihakan untuk melindungi terjadinya ketidakadilan terhadap industri kecil, melalui pendampingan, kerjasama, dan permodalan sebagai

trobosan untuk menghidupkan kembali semangat perajin untuk bekerja lebih keras sehingga melahirkan produk kreatif yang bermutu tinggi. Pemerintah juga aktif mencarikan teknologi terbaru sehingga dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki daya saing tinggi. Produksi yang memanfaatkan teknik-teknik produksi dan reproduksi merupakan ciri dari industri kreatif dalam menduplikasi ide-ide masa lalu yang didaur ulang menjadi produk baru. Dalam proses produksi dan reproduksi pelukis pasar sudah terjebak oleh dirinya sendiri dalam melakukan kesepakatan produksi dengan kaum kapitalis sehingga tidak berdaya menolak perintah-perintah pemilik modal.

Perkembangan globalisasi yang begitu cepat ditandai dengan semakin banyaknya wisatawan yang membutuhkan produk-produk *souvenir* yang khas dan unik mendorong berdirinya *artshop*, toko seni, *gallery* untuk menampung hasil produksi dari produk-produk industri kreatif. Identitas produk kreatif yang dikembangkan sangat khas dan unik. Kekhasan produk kreatif yang dikembangkan dapat dilihat dari penggunaan berbagai bahan dasar, seperti peralatan rumah tangga, menghias hotel, menghias benda-benda *souvenir*, dan barang kerajinan. Produk kreatif yang ditawarkan pada wisatawan dapat dengan mudah ditemui disepanjang jalan dari Banjar Sangging, Pande, Siku, dijual ditoko-toko, *gallery*, *artshop*. Kalau diamati secara sepintas produk yang dijual mirip antara produk ditempat yang satu dengan tempat yang lain.

Untuk memberikan kesan kebaruan dan kemiripan terhadap produk industri kreatif dilakukan dengan memberikan narasi-narasi baru pada produk industri sehingga memiliki daya saing tinggi yang dapat memenangkan persaingan di pasar. Pembinaan mengacu

pada usaha menampilkan sesuatu yang mencerminkan perbedaan dari kebiasaan-kebiasaan lama dengan bentuk karya inovasi baru atau yang mencerminkan kebaruan. Sedangkan kemiripan dihasilkan dari pembinaan berkaitan dengan realitas kemampuan untuk mensejajarkan antara karya yang ditiru dengan hasil tiruan. Kemiripan objek yang ditiru menunjukkan tingkat keberhasilan secara realitas. Semakin mirip objek yang ditiru mendapat penghargaan imbalan sepadan berupa nilai ekonomi dengan realitas dalam meniru. Produk-produk yang mencerminkan kemiripan dan kebaruan ketika didistribusikan di pasar distandarisasi dengan uang sebagai produk industri yang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Kelompok industri kreatif yang berkembang di Desa Kamasan bergabung dalam bentuk industri rumah tangga (IT), industri kecil (IK), dan usaha kecil menengah (UKM). Produk-produk industri kreatif diproduksi dengan cara mendaur ulang ide-ide masa lalu dengan memberikan sentuhan-sentuhan kreatif berupa inovasi-inovasi sehingga menghasilkan produk dengan identitas baru. Jumlah pekerja pasar yang tergabung dalam industri kreatif sangat banyak, oleh sebab itu pelukis pasar layak diberikan penghargaan karena sudah berjasa membuka lapangan pekerjaan baru untuk mengurangi pengangguran.

Dari uraian tersebut di atas maka dapat dirangkum secara melibat bahwa implikasi transformasi SLWK pada era postmodern dapat dinyatakan bahwa berkembangnya industri kreatif di Klungkung, Bali mendorong munculnya pengusaha-pengusaha baru yang bergerak dalam bidang industri kreaif. Industri kreatif yang berkembang di Kabupaten Klungkung adalah tenunan, logam, dan melukis wayang gaya Kamasan. Berkembangnya industri kreatif

terbentuk atas keinginan-keinginan *habitus* masyarakat Kamasan dan struktur dalam menciptakan produk-produk baru untuk memuaskan konsumen. Industri kreatif mampu menampung tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Untuk memberikan kesan kebaruan dan kemiripan terhadap produk industri kreatif dilakukan dengan memberikan narasi-narasi baru pada produk industri sehingga memiliki daya saing tinggi yang dapat memenangkan persaingan di pasar. Kelompok industri kreatif yang berkembang di Desa Kamasan bergabung dalam bentuk industri rumah tangga (IT), industri kecil (IK), dan usaha kecil menengah (UKM).

Gambar 7.3 Produk *souvenir* dan Kerajinan 2014



Poscard



Poscard



Ilih



Kipas



Souvenir



Gantungan Kunci



Gantungan Kunci



Tas



Musik



Keben



Payung



Hiasan batok
kelapa



Tempat Tisu dan T
Perhiasan



Gendang



Tas



Angklung

Sumber: Data primer dari pengamatan pasar Gelael Dewata Ubud
Bali 2014

Dokumen: I Wayan Mudana, 2014.

Penutup

Latar belakang terjadinya transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung Bali, berimplikasi terjadi perubahan dari sakral ke profan, dari idealisme tradisi menjadi idealisme pasar, dan dari produsen ke konsumen. Perubahan transformasi SLWK secara umum didorong oleh motivasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan. SLWK memiliki identitas sangat khas dan unik dikomersialkan sebagai produk penunjang pariwisata untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Komersialisasi SLWK merepresentasikan pergulatan antara idealisme *pakem* dengan idealisme pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Identitas yang berkembang di Desa Kamasan kini berkembang tiga identitas yang menonjol sehingga terjadi pergulatan-pergulatan untuk mendapatkan identitas baru. Secara umum identitas SLWK masih mengacu pada identitas kelompok. Sampai saat ini terdapat tiga gaya lukisan yang menonjol, yaitu gaya lukisan mangku Mura, gaya lukisan Nyoman Mandra, dan gaya lukisan pasar. Identitas lukisan Mangku Mura pengikutnya berasal dari banjar Siku yang menghasilkan karya Mangku Mura - Mangku Muraan, di pihak lain pengikut gaya lukisan Nyoman Mandra berasal dari hampir disemua wilayah Kamasan yang menghasilkan karya Mandra-Mandraan. Sedangkan pengikut gaya lukisan pasar berasal dari pengusung gaya lukisan Mandra yang terpinggirkan yang menghasilkan produk pencitraan.

Semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap produk-produk *souvenir* maka SLWK dikomodifikasi menjadi produk massa untuk didistribusikan ke pasar. Produk yang didistribusikan ke pasar merupakan produk

industri kreatif yang diproduksi dari keinginan kapitalisme yang mampu mengubah seni sakral menjadi seni profan. Kapitalisme global memiliki jaringan sangat luas dan modal yang besar dengan agen-agen yang tersebar keseluruh pelosok serta bersekala dunia. Di lain pihak, pariwisata merupakan industri global yang mampu mendistribusikan dan mengkonsumsi produk *souvenir* dan barang kerajinan sebagai produk penunjang pariwisata.

Bentuk transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali sudah berubah, dikomodifikasi menjadi produk massa untuk didistribusikan di pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga terjadi profanisasi. Perubahan-perubahan yang terjadi pada transformasi SLWK, yaitu perubahan produksi (dari sakral ke profan), perubahan distribusi (dari idealisme tradisi ke idealisme pasar), dan perubahan konsumsi (dari produsen ke konsumen). Untuk memenuhi kebutuhan konsumen SLWK diprofanisasi menjadi produk massa menjadi komoditas berupa barang dagangan. Komoditas pasar sangat dinamis, selain dapat didistribusikan ke pasar lokal juga dapat didistribusikan ke pasar global. Komoditas pasar ketika dibeli dan digunakan untuk kepentingan ritual disebut seni sakral. Sedangkan ketika digunakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata disebut sebagai produk komoditas berupa *souvenir*. Akan tetapi ketika SLWK digunakan untuk menghias *souvenir*, menghias bangunan rumah tinggal disebut sebagai produk pencitraan. Produk pencitraan selain dapat memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat menunjukkan kelas dan status sosial di tengah-tengah masyarakat.

Implikasi transformasi SLWK pada era postmodern di Klungkung, Bali merupakan rangkuman dari pergulatan

idealisme *pakem* dengan motivasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan. Secara tradisi SLWK sangat terikat oleh *pakem*, nilai, dan ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Untuk meningkatkan kesejahteraan SLWK dikomodifikasi menjadi produk massa sehingga terjadi perubahan paham. Perubahan-perubahan paham SLWK dalam memenuhi kebutuhan konsumen berimplikasi lunturnya nilai-nilai budaya lokal, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, meluasnya distribusi dan konsumsi, terpasungnya kreativitas melukis, munculnya pelukis-pelukis perempuan, dan berkembangnya industri kreatif untuk menciptakan produk-produk baru. Kapitalisme dengan kekuasaan kapitalnya mampu memprofanisasi SLWK menjadi produk pasar sehingga terjadi desakralisasi. Produk-produk yang didistribusikan ke pasar merupakan produk pencitraan berupa *order-order* pasar untuk memperoleh nilai jual yang lebih tinggi.

Daftar Pustaka

- Anthony, Forge. 1978. *Balinese Traditional Painting*. Sidney: The Australian Museum.
- Agger, Ben. 2006. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Agus Salim. 2006. *Teori & Paradigma: Penelitian Sosial: Buku Sumber Untuk Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Tiara Wacana.
- Ajidarma, Seno Gumira. 2011. *Panji Tengkorak Kebudayaan dalam Perbincangan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Althusser, Louis. 2004. *Tentang Ideologi: Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis, Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Anthony, Forge. 1978. *Balinese Traditional Painting*. Sidney: The Australian Museum.
- Angela, Mc Robbie, 2011. *Posmodernisme dan Budaya Pop (Posmodernism and Popular Culture)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Atmaja, Nengah Bawa. 2010. *Komodifikasi Tubuh Perempuan: "Joged Ngebor" Bali*. Denpasar: Pustaka Larasan, Program Studi Magister dan Doktor Kajian Budaya Universitas Udayana.
- Ardika, I Wayan. 2003. *Komponen Budaya sebagai Daya Tarik Wisata*. Denpasar: Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana.

- Ardika, I Wayan. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*: Ed. Revisi. Yogyakarta: Renika Cipta.
- Bagus, I Gusti Ngurah. 1988. *Tantangan Ilmu Sosial dan Humaniora dalam Masyarakat Pasca Tradisional: Kasus Bali*. Denpasar: Fakultas Sastra Universitas Udayana.
- Bagus, I Gusti Ngurah. 1997. *Menuju Terwujudnya Ilmu Pariwisata di Indonesia*. Denpasar: Magister Kajian Budaya Universitas Udayana.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori & Praktik*, (Terjemahan Nurhadi). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semilogi (L'aventure Semiologique)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi (La Societe de Consommation)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bachtiar, H. W. 1986. Puncak-Puncak Kebudayaan Daerah dan Kebudayaan Bali, dalam I Gusti Ngurah Bagus (Eds.), *Sumbangan Nilai Budaya Bali dalam Pembangunan Kebudayaan Nasional*. Proyek Penelitian dan Pengkajian Kebudayaan Bali, Direktorat Jenderal Kebudayaan. Denpasar.

- Bernet, Kempers. 1956. *Bali Purbakala*. Jakarta: Balai Penerbitan Buku Indonesia.
- Bourdieu, 2010. *Arena Produksi Kultural (The Field of Cultural Production)*: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya (*Essays on Art and Literature*). (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bosch, F.D.K. 1974. *Masalah Penyebaran Agama Hindu di Kepulauan Indonesia*. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).
- Boas, Franz. 1955. *Primitive Art*. New York: Dover Publication.
- Burns, Peter and Andrew Holden. 1995. *Tourism A New Perspective*. Prentice Hall.
- Burke, Peter. 2001. *Sejarah dan Teori Sosial (Alih Bahasa)*. Yogyakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Covarrubias, Michael. 1957. *Island of Bali*. New York: Cornell University Press.
- Daniel, C.M. 2006. *The Power of Religion Pemikiran Luar Biasa yang Menjadi Kekuatan Inti dari Berbagai Agama*. Yogyakarta: Pinguin Books.
- Daeng, Hans J. 2000. *Manusia Kebudayaan dan Lingkungan: Tinjauan Antropologi*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Dhana. I Nyoman, 2010. "Revitalisasi Ideologi Tri Hita Karana versus Ideologi Pasar pada Masyarakat Multikultural: Studi Kasus Pengelolaan Pura Subak Tegal di Perumahan Bumi Dalung Permai, Kuta Utara, Badung, Bali". *Disertasi*, Universitas Udayana, Denpasar.

- Dharsono (Sony Kartika). 2007. *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Dibia, I Wayan. 1997. 2000. “Keberagaman dan Keseragaman Seni Pertunjukan Bali”, dalam *Seminar Bali in Reformation: Religius Change And Socio-Political Transformation*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Dibia, id. Arimbawa, I .M. G. 2013. *Sekar Jagat Bali: Kumpulan Rekam Jejak Tokoh Seniman & Budayawan Bali*. Denpasar: UPT Penerbitan Istitut Seni Indonesia Denpasar.
- Eka Suprihadi Y dan Nunung Nurdjanti. 2006. *Vibrasi Seni Lukis Kamasan di Bali Indonesia*. Yogyakarta: Program Hibah Bersaing, Seni Murni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2006. *Dekonstruksi Efistemologi Modern : Dari Postmodernisme teori kritis postkolonialisme hingga Cultural Studies*. Penerbit: Pustaka Indonesia Satu
- Edmund. 1967. *Art As Image and Idea*. New Jersey: Prestice Hall, Inc.
- Eisenstadt, S. N. 1986. *Revolusi dan Transformasi Masyarakat*. Jakarta: Rajawali.
- Featherstone, Mike. 2008. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen (Consumer Culture and Posmodern)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firdaus, Syam. 2010. *Pemikiran Politik Barat: Sejarah, Filsafat, Ideologi, dan Pengaruhnya terhadap Dunia Ke-3*. Denpasar: PT Bumi Aksara.

- Foucault, Michel. 2007. *Order of Thing Arkeologi ilmu-Ilmu Kemanusiaan (The Order of Things An Archaeology of Human Sciences)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gee, C.Y. and Fayos-Sola, Eduardo.1999. *International Tourism: A Global Persepective*. Madrid: WTO.
- Geriya, I Wayan. 1995. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global*. Denpasar: Upada Sastra.
- Geriya, I Wayan. 2000. *Transformasi Kebudayaan Bali Memasuki Abad XXI*. Denpasar: Percetakan Bali.
- Giddens, Anthony dan Jonathan Turner. 2008. *Social Theory Today (Panduan Sistematis Tradisi dan Tren terdepan Teori Sosial)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Giddens. Anthony. 1985. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern Suatu Analisis Terhadap Karya Tulis Marx, Durkheim dan Max Weber*. Jakarta: UI Press.
- Giddens. Anthony. 2009. *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas (The Consequences of Modernity)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Giddens. Anthony. 2010. *Teori Strukturasi: Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gie, The Liang. 1975. *Garis Besar Estetika (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: Fakultas Filsafat. Universitas Gadjah Mada.
- Gouda, Frances. 1995. *Dutch Culture Overseas (Praktik Kolonial di Hindia Belanda 1900-1942)*. Amsterdam: University Press.

- Goris, R.1974. *Sekte-Sekte di Bali*. Jakarta Mhabaratarata
- Gombrich, E. H. 1986. *The Story of Art*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Graburn, Nelson H.H. 2000. "Tradition, Tourism and Textile: Creativity at the Cutting Edge", dalam *Building on Batik. The Globalization of a Craft Community*, Hitchcock, M. and Nuryanthi, Wiendu (eds.), Burlington, Ashgate.
- Habermas, Jurgen. 2009. *Teori Tindakan Komunikatif 1: Rasio dan Rasionalisasi Masyarakat (Theorie des Kommunikativen Handelns, band 1: Handlungsrationality und gesellschaftliche Rationalisierung)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Habermas, Jurgen. 2009. *Teori Tindakan Komunikatif 2: Kritik atas Rasio fungsionalis (Theorie des Kommunikativen Handelns, band 2: Zur Kritik der Funktionalistischen Vernunft)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Habermas, Jurgen. 2010. *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Bourgeois.(The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Harun, Hadiwijoyo. 1971. *Agama Hindu dan Budha*. Jakarta: Badan Penerbit Kristen.
- Hostandter, A. and Richard Kuhn. 1976. *Design and Aesthetics*. London: The University of Chicago Press.

- Hoop, Van Der. 1949. *Indonesische Siermotieven*. Bandung: NV Uitgeverij. W.Van Houve, Bandung s' Gravenhage.
- Humar, Sahman. 1993. *Mengenal Dunia Seni Rupa: Tentang Seni, Karya Seni, Aktivitas Kreatif, Apresiasi, Kritik, dan Estetika*. Semarang.IKIP.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Irawan, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Kanta, I Made. 1977/1978. *Proses Melukis Tradisional Wayang Kamasan*. Denpasar: Proyek Sasana Budaya Bali.
- Kabayantini, Ni Nyoman. 2013. *Komodifikasi Upacara Ngaben di Bali*. Penerbit: Udayana University press.
- Kayam, Umar. 1981. *Seni Tradisi Masyarakat*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Kayam, Umar. 1989. *Transformasi Budaya dalam Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Sastra UGM*. Yogyakarta: Fakultas Sastra UGM.
- Kean, Mc P.F. 1973. *Cultural Involution Tourist, Balinese and The Proses of Modernization an Antropological Perspective*. USA: Brown University.
- Koentjaraningrat. 1990. *Sejarah Teori Antropologi II*. Jakarta: UI Press.

- Koentjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Philip, Bowen John, Makens James, 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kurniawan, E. 1999. *Pramoedya Ananta Toer dan Sastra Realisme Sosialis*. Yogyakarta: Yayasan Aksara Indonesia.
- Kuhn, Thomass. 2008. *The Structure of Scientific Revolutions: Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kumbara, A.A. Ngr Anom. 2011. *Pergulatan Elite Lokal Representasi Relasi Kuasa dan Identitas*. Denpasar: Universitas Hindu Indonesia (UNHI) dan Insitute for Multikulturalism (IMPULSE).
- Lauer, Robert H. 2003. *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Lotex, Andy. 2007. *Bila Hasrat Telah Usai*. Perlambang: Daya Cipta.
- Lynton, N. 1994. *The Story of Modern Art*. London: Phaidon Press Limited.
- Magnis-Suseno, Frans. 1999. *Pemikiran Karl Marx dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maquet, Jaques. 1979. *Introaduction to Aesthetic Anthropology* (Second Edition). Malibu: Udena Publications.

- Martin, Jay. 2009. *Sejarah Mazhab Frankfurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis (The Dialectical Imagination A History of the Frankfurt School and the Institute of Social research)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Martyn, J. Lee. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali: Arah baru Modernitas dalam Kajian Modal, Konsumsi, dan Kebudayaan (Consumer Culture Reborn: The Culture Politics of Consumption)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Mathieeson, Alister and G. Wall. 1983. *Tourism: Economic: Physical and Social Impacts*. New York: Longman John Wiley and Sons.
- Mappadjantji, A. Amien. 2005. *Kemandirian Lokal: Konsepsi Pembangunan, Organisasi, dan Pendidikan dari Perspektif Sains Baru*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Marzuki, 1995. *Metode Riset*. (Bahan Kuliah). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Mc Carthy, Thomas. 2011. *Teori Kritis Jurgen Habermas (The Critical Theory of Jurgen Habermas)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- 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.
- Mariato, Dwi M. 2002. *Seni Kritik Seni*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.

- Miles, Matthew B. dan A Micheael Huberman. 2007. *Analisis data Kualitatif* (Tjetjep Rohedi, Pentj). Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. 1995. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Tragia Gae Remaja Rosda Karya.
- Morgan, M. 1996. *Strategi Inovasi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Elex Media Kompotindo.
- Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Muelder, Eaton Marcia. 2010. *Persoalan-Persoalan Dasar Estetika*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mudana, I Gede. 2000. *Industrialisasi Pariwisata Budaya di Bali: Studi Kasus Biro Perjalanan Wisata di Kelurahan Kuta. (Tesis)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Muhadjir, N. 1992. *Metode Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta: Rike Surasin.
- Mustopo, M. H. 1983. *Ilmu Budaya Dasar: Manusia dan Budaya Kumpulan*. (Essay). Surabaya: Usaha Nasional.
- Muriati, Ni Nyoman, 1994. *Seni Lukis Wayang Kamasan (Skripsi)*. Denpasar: Program Studi Seni Rupa dan Desain Universitas Udayana.
- Muhadi, Sugiono. 2006. *Kritik Antonio Gramsci Terhadap Pembangunan Dunia Ketiga. (Restructuring Hegemony and the Changing Discourse of Development)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Nasution, S. 1995. *Metode Reseach: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Naisbitt, John. 1987. *Gelobal Paradoks. Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Nezar, Patria & Andi Arief. 2003. *Antonio Gramsci: Negara & Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Uichol, Kim Kuo-shu Yang dan Kwang-Kuo Hwang. 2010. *Indigenous And Cultural Psychology: Memahami Orang-Orang dalam Konteknya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 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.
- Paul, Ricoeur. 2008. *Hermeneutika Ilmu Sosial (Hermeneutics and the human Sciences: Essays on language, action and interpretation)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Paloma, Margaret M. 1984. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: CV Rajawali.
- Peursen, C.A. Van. 1988. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Pitana, I Gede. 1994. *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali*. Denpasar: Bali Post.
- Piliang, Y.A. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Malenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Picard Michel. 2006. *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta: KPG Kepustakaan Populer Gramedia.
- Profil Pembangunan Desa Kamasan Tahun 2007. Desa Kamasan Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung.
- Polanyi, Karl. 2003. *Transformasi Besar: Asal-Usul Politik dan Ekonomi Zaman Sekarang (The Great Transformation: The Political and Social Origins of Our Time)*. (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Polak Mayor, 1985. *Sosiologi*. Jakarta: Ichtiar Baru-Van Hoe.
- Purnaatmaja, I.B. Oka. 1978. *Cilakrama*. Denpasar: Parisada Hindu Dharma Pusat.
- Rai Sudharta, Tjokorda. 2005. *Kompetensi Budaya dalam Globalisasi*. Denpasar: Fakultas Sastra Universitas Udayana.
- Ratna, Kutha Nyoman. 2007. *Estetika sastra dan Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratna, Kutha Nyoman. 2008. *Postkolonialisme Indonesia : Relevansi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratna, Kutha Nyoman. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 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: Oxford University Press.

- Ritzer. George, 2010. *Teori Sosial Postmodern (The Postmodern Social Theory)*. Kreasi Wacana.
- Ricad, Jenkins. 2010. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu (Pierre Bourdieu)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Richard, Schacht. 2005. *Alienasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sachari, Agus. 2002. *Estetika. Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sedyawati, Edi. 1991. Pelestarian dan Pengembangan Kesenian Tradisi, dalam *Kongres Kebudayaan*, Jakarta.
- Setem, I Wayan. 2003. *Fungsi dan Peranan Galeri Seni Lukis dalam Peningkatan Profesionalisme Pasar Pariwisata Terkait dengan Idealisme Penciptaan di Bali (Laporan Pnciptaan Due-Like Batch IV)*. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Schroeder Ralph. 2002. *Max Weber: Tentang Hegemoni Sistem Kepercayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sumardjo Yacob, 2010. *Filsafat Seni*. Bandung
- Shaw, Gareth and A.M. Williams. 1997. *The Earshscan Reader in Sustainable Tourism*. London: Earshscan Publication.
- Simon, Roger. 2004. *Gagasan-Gagasan Politik Gramsci (Gramsci Political Thought)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Smiers, Joost. 2009. *Arts Under Pressure (Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi)*. Yogyakarta: Insist Press.

- Smith, V.L. 1997. Introduction to Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism dalam France, dalam Lesley (Eds.), 1997. *The eartscan Reader in Sustainable Tourism*. London: Earthscan Publication.
- Soedarsono, R.M. 1999. *Seni Pertunjukkan Indonesia dan Pariwisata*. Bandung: MSPL.
- Soros, George. 2001. *Krisis Kapitalisme Global*. (Penerjemah Didin Solohudin). Yogyakarta: Qalam.
- Spillane, J . 1987. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius.
- Spruit, Ruud. 1995. *Artists on Bali. W.O.J. Nieuwenkamp, Rudolf Bonnet, Walter Spies, Wllem Hofker, A.J. Le Mayeur, Arie Smit*, The Pepin Press.
- Strauss, Claude Levi. 2009. *Antropologi Struktural (Anthropologie Structurale)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Storey, John. 1993. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Lanskap Konseptual Cultural Studies. Yogyakarta: Qalam.
- Steger, M.B. 2005. *Globalisme Bangkitnya Ideologi Pasar*. (Terjemahan Heru Prasetia). Yogyakarta: Lafadl Pustaka.
- Strinati, Dominic. *Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Sugiarta, I Gede Arya. 2012. *Kreatifitas Musik Bali Garapan Baru, Perspektif Cultural Studies*. Denpasar: UPT Penerbitan Institut Seni Indonesia Denpasar.

- Sudharta, Tjokorda Rai. 1979. *Sarasamuscaya* (Terjemahan Bahasa Indonesia). Denpasar: Parisada Hindu Dharma Pusat.
- Suriasumantri, Jujun S. 1984. *Filsafat Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Mudji. 2008. *Culture Studies: Tantangan Bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan*. Jakarta: Koekoesan.
- Supangkat, J. 1996. "Multikulturalisme/Multimodernisme". *Majalah Kalam*. Jakarta.
- Sudiarja, A dalam Susanne K. Langer. 1986. *Pendekatan Baru dalam Estetika*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sutopo, H. 1988. *Metode Penelitian Kualitatif II*. (Bahan Kuliah). Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Suarka, I Nyoman dkk. 2012. *Lukisan Sutasoma Pada Balai Kambang Kerta Gosa, Klungkung Bali*. Denpasar: Pusat Kajian Bali & Universitas Udayana.
- Sugiarto, Bambanag. 1996. *Postmodernisme: Tantangan Bagi Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutarjo, Adisusilo R. 2013. *Sejarah Pemikiran Barat: Dari yang Klasik Sampai yang Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tabrani, Primadi. 2006. *Kreativitas & Humanitas: Sebuah Studi Tentang Peranan Kreativitas dalam Prikehidupan Manusia*. Bandung & Yogyakarta: Jalasutra.

- Tester, Keith. 2003. *Media, Budaya dan Moralitas (Media, Culture and Morality): Seri Cultural Studies*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Thomas, 1992. *The Art and Their Interlation*. New York: USA.
- Tim Penyusun Monografi Daerah Bali. 1985. *Monografi Daerah Bali*, Proyek Pemerintah Daerah Tingkat I Propinsi Bali, Denpasar.
- Titib, I Made. 2003. *Teologi & Simbol-Simbol dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- Turner, Bryan S. 2000. *Teori-teori Sosiologi Modernitas dan Posmodernitas*. (Terj Imam Baehaqi dan Ahmad Baidlowi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Warsika, I Gst. Made. (1986). *Kertha Gosa, Selayang Pandang* (Booklet). Klungkung: Pemda Klungkung.
- Weber, Max. 2006. *Etika Protestan & Spirit Kapitalisme (The protestan Ethicspirit of Capitalism): Sejarah Kemunculan dan Ramalan tentang Perkembangan Kultur Industrial Kontemporer secara Menyeluruh*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zulaikha, Elly. 2009. "Industri Kreatif Berbasis Tradisi dalam Era Globalisasi", dalam Seminar Internasional Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Tradisi dalam Menghadapi Globalisasi, Institut Seni Indoneia. Surakarta: Surakarta Press.
- Yoeti, H. Oka A. 2008. *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Paramita.

