

**Reposisi Seni Rupa Bali :
Respon Alternatif Industri Kreatif¹**
(Balinese Visual Art Reposition: An Alternative RESPONSE Of Creative Industry)

Hardiman²

Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja.

Jl. A. Yani 67, Singaraja Bali 81116, Indonesia

Email: hardiman_art@yahoo.com

Abstrak

Artikel ini adalah tanggapan terhadap fenomena seni rupa Bali yang bergerak dalam lingkup industri kreatif. Tujuan penulisan artikel ini adalah membicarakan secara interpretatif dengan kacamata kajian budaya (*cultural studies*) fenomena seni rupa Bali. Kajian budaya mempunyai perhatian dan keterkaitan dengan persoalan kekuasaan dan politik, secara khusus adanya kebutuhan akan perubahan sosial dan budaya. Dengan metode deskriptif kualitatif, artikel ini sampai pada hasil yang menyatakan bahwa konsep, isu, dan wacana seni masa kini dengan terbuka tidak lagi membedakan seni dalam kategori 'tinggi' dan 'rendah'. Seni masa kini adalah seni yang secara terbuka menerima 'budaya dalam' sekaligus menerima pula 'budaya luar' sebagai keniscayaan. Kesimpulan dan rekomendasi: seni rupa Bali sebaiknya melihat budaya massa sebagai pasarnya

Kata Kunci: industri kreatif, budaya massa, seni rupa, Bali.

Abstract

This article is a response to the phenomenon of Balinese Art which is engaged in the creative industry. The writing of this article is to discuss interpretively through cultural studies point of view, the phenomenon of Balinese art. Cultural studies have focus and relevance at issues of power and politics, specifically the need for social and cultural change. With a qualitative descriptive method, this article arrives at the result which states that the concepts, issues, and discourse of art today openly no longer distinguish art in the 'high' and 'low' categories. Today's art is art that openly accepts 'roots culture' while also accepting 'foreign culture' as a necessity. Conclusions and recommendations: Balinese art should look at mass culture as its market.

Keywords: creative industry, mass culture, visual art.

PENDAHULUAN

Kontradiksi kebudayaan tinggi (*high culture*) lawan kebudayaan rendah (*low culture*) hari ini, boleh jadi masih merupakan sebuah persoalan. Kendatipun istilah *high-low* ini bukan merupakan kategori kualitas, namun masih banyak kalangan yang menganggap istilah ini bersandar pada nilai.

¹ Artikel ini disajikan dalam Seminar Nasional, "Pengembangan Kreativitas Seni, Kriya dan Desain dalam Era Revolusi Industri 4.0", 4 September 2019, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Denpasar.

² Dr. Hardiman, M.Si., dosen Program Studi Pendidikan Seni Rupa Undiksha Singaraja. Penulis dan Kurator Seni Rupa. Tulisannya dimuat di *Kompas, Gatra, Media Indonesia, Visual Art* dan sejumlah jurnal. Salah seorang penulis buku *Modern Indonesian Art: From Raden Saleh to the Present Day* (2010), dan *Wacana Khatulistiwa: Bunga Rampai Kuratorial Galeri Nasional Indonesia 1999-2011* (2011). Esai-esainya dikumpulkan dalam buku *Eksplorasi Tubuh: Esai-esai Kuratorial Seni Rupa* (2016). Buku lainnya, *Dialek Visual* (2018), dan *Erotika dan ideologi Patriarki* (2019). Puisinya terhimpun dalam antologi *Yang Tujuh Ini*, dan *Peta Lintas Batas*. Karya kurasinya, antara lain *My Body: Perempuan Perupa Kontemporer Indonesia* di Jakarta Art District, *Indonesia Contemporary Drawing* di Galeri Nasional Indonesia, *Irisan: Seni Patung Kontemporer Indonesia* di Jakarta Art District, dll.

Perkara nilai dan penilaian sesungguhnya ini lebih berhubungan dengan perkara sejarah. Dalam banyak kitab, yang hingga hari ini masih menjadi acuan sejumlah kalangan, kategorisasi ini masih dengan jelas memperlihatkan perbedaannya.

Kebudayaan tinggi dalam manifestasinya sebagai kesenian tinggi (*high art*) dianggap sebagai penjelasan tentang kebudayaan yang sesungguhnya, mewakili kebudayaan kelas terdidik—yang pada masanya—disebut masyarakat borjuis. Sedangkan kebudayaan rendah, sering juga dinyatakan sebagai kebudayaan massa (*mass culture*), adalah kebudayaan bagi dan diselenggarakan oleh orang kebanyakan (masyarakat umum) yang dianggap tidak terdidik, sehingga hasilnya dianggap tidak memenuhi standar hasil kebudayaan yang bersifat ‘memajukan’, ‘memperbaiki’, ‘mencerahkan’ kehidupan sesungguhnya (Zaelani, 2002:7).

Begitulah sebuah konstruksi memainkan perannya pada proses pembacaan ihwal kebudayaan dalam rentangan waktu yang amat lama. Kendatipun pada pertumbuhan pemaknaan terhadap dua kategori ini memiliki kompleksitas yang khas, pembacaan, tak terhindar, masih juga terjadi berdasarkan pembagian kelas. Karena itulah kategorisasi *high-low* ini bisa diusut dari sejarahnya. Cara mengusut wilayah sejarah ini memudahkan kita untuk memahami makna-makna yang dibangun oleh berbagai kepentingan. Dengan demikian, kita akan memperoleh pemahaman yang jernih tentang kategorisasi tersebut.

Tetapi yang jauh lebih penting dari itu adalah bagaimana dan dengan cara apa kita memaknai seni rupa Bali (termasuk didalamnya kriya dan desain) masa kini yang tumbuh di tengah-tengah gairah era revolusi industri 4.0 ini. Harus ada upaya, semacam reposisi dalam hal konsep, isu, dan teori seni rupa Bali termasuk di dalamnya merespon pula industri kreatif dan budaya massa. Artikel ini menyajikan perbincangan ihwal hal itu sembari berupaya secara kritis mengamati bentuk seni Bali masa kini.

METODE DAN TEORI

Artikel ini ditulis dengan metode deskriptif kualitatif. Ada dua data yang diolah dalam artikel ini: data primer dan data skunder. Data primer yaitu bentuk seni rupa masa kini di Bali yang diperoleh melalui pameran, pertunjukan, dan bentuk publikasi lainnya. Data skunder adalah pandangan tentang seni rupa masa kini di Bali termasuk konsep dan isu seni atau budaya pada umumnya dari pengamat seni, teoritis seni yang diperoleh dari media massa, buku teks, dan sumber tertulis lainnya. Data diolah dengan teori kajian budaya terutama memakai pendekatan intertekstualias Kristeva yang menekankan bahwa interteks adalah terjalannya hubungan antara sebuah teks dengan teks yang lain

PEMBAHASAN

Persoalan *high-low* dalam seni pada mulanya bersumber dari ideologi modernisme. Dalam pertumbuhan paham modernisme, kita dengan mudah bisa mengusutnya mulai dari pengertian secara leksikal hingga ideologi yang dikukuhkannya. Secara sederhana, arti kata ‘modern’ adalah terbaru atau mutakhir. Tetapi makna ini tidak cukup menjelaskan apa yang dimaksud dengan modern. Modern juga mengandung makna sebagai sikap dan cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman (Adian, 2001).

Modernitas atau kemodernan, dijelaskan Adian (2001) adalah sebuah bagian kondisi kongkrit sosial, ekonomi, politik, dan budaya zaman modern yang berbeda dengan zaman pertengahan. Modernitas muncul karena sekularisasi di segala bidang (politik, ekonomi, ilmu pengetahuan, dan sebagainya) karena semangat pemikiran bebas dan humanisme. Peristiwa-peristiwa penting yang turut mendorong modernitas antara lain: Revolusi Ilmu Pengetahuan, Revolusi Perancis, dan Revolusi Industri Inggris. Revolusi-revolusi tersebut-lah yang kemudian melahirkan elemen-elemen modernisasi seperti sains dan teknologi, demokrasi, dan kapitalisme.

Adian lebih jauh menekankan, apabila modernitas adalah realitas sosial masyarakat pasca abad pertengahan, maka modernisme merupakan gugus gagasan yang berkembang di masa itu yang memiliki implikasi strategis bagi modernisasi. Ada tiga gagasan yang berkembang saat itu, yakni: kapitalisme, humanisme, dan rasionalisme. Konsep modernisme pada umumnya selalu dikaitkan

dengan fenomena dan kategori kebudayaan, khususnya yang berkaitan dengan estetika atau gaya. Sedangkan konsep modern sering dikaitkan dengan penggalan sejarah atau periodisasi. Sementara konsep modernitas digunakan untuk menjelaskan totalitas kehidupan.

Gugus gagasan inilah yang mendasari munculnya kategori *high-low* itu. Kaum modernis, saat itu, tentu saja di Barat, mengukuhkan bahwa budaya modernitas (*culture of modernity*) dengan tegas menandai perbedaan tajam antara ekspresi kesenian tinggi dengan kebudayaan massa. Jalan pengukuhan yang mereka tempuh adalah jalan yang ditaburi oleh rasa cemas dan penuh penolakan terhadap segala hal yang dianggap bukan kebudayaan. Dasar pemikiran mereka adalah hal yang dianggap kebudayaan itu hanyalah kebudayaan tinggi.

Modernisme berjalan cukup lama dan berpengaruh ke seantero jagad. Tetapi, penolakan terhadapnya muncul dalam berbagai wacana. Bahwa misalnya seni dalam paham modernisme selalu memberi jarak menjauh dari urusan sosial, politik, dan ekonomi, pada pertubuhan pemaknaan upaya ini mulai melemah. Kegototan Barat dalam mempertahankan otonomi seni sebagai seni itu sendiri, justru oleh para seniman seni rupa pop ditolah mentah-mentah. Andy Warhol misalnya, yang dengan kesadaran akan kekuatan budaya pop malah mengejek modernisme dengan menghadirkan karya serigraf dengan *subject matter* bintang pop Marilyn Moonro.

Gerakan penolakan terhadap paham modernisme itu bertalian dengan ketidakpercayaan terhadap nilai universal. Sekaligus juga gerakan menolak pembagaian kelas dalam kebudayaan. Bahwa kebudayaan bagi para penolak ini adalah wilayah yang tak berkelas-kelas juga wilayah yang memiliki konteksnya sendiri, antara lain didengungkan oleh Udo Kulterman, Douglas David, John Griffiths, Andrew Benyamin, dan lain-lain. Dalam bidang sosial dikukuhkan oleh lahirnya pemikiran sosial kritis. *Cultural Studies*, tentu dengan anutan postmodernismenya, dalam hal ini adalah termasuk paham yang sangat dominan menolak pembagian kelas ini. *Cultural Studies* bukan hanya tidak percaya terhadap otonomi seni, tetapi malah berpihak pada persoalan konteks yang menyertai seni itu.

Sebagaimana yang dicita-citakan oleh paham postmodernisme, yang pertama-tama digagas oleh para seniman untuk tidak mempercayai ketunggalan (pe)nilai(an) (kualitas) estetik, gerakan ini kemudian menyedot para pemikir dalam bidang filsafat untuk merumuskan kembali apa itu kebudayaan. Mereka yang menularkan hasil pengusutan makna-makna budaya itu, benderanya tidak selalu postmodernis, beberapa diantara mereka memilih 'gelar' sebagai poststrukturalis. Insan *cultural studies* dengan demikian berutang kepada Ronald Barthes, Gilles Deleuze, Jacques Derrida, Michel Foucault, Luce Irigaray, Julia Kristeva, Jacques Lacan, Emmanuel Levinas, Jean-Francois Lyotard, dan lain-lain (Onnell 2009, Sarup 2003, Ratna 2005) Utang-utang kita itu, intinya, terletak pada (si)apa yang mengusut paham modernisme dan paham postmodernisme.

Harus diakui bahwa gerakan anti pembagian kelas dalam kebudayaan, bermigrasi juga terhadap dunia ekonomi. Ekonomi kreatif misalnya, yang berpihak pada berbagai produk budaya massa bertumbuh sejalan dengan pemikiran kritis tersebut. Karena itu, industri ini menjadi amat logis jika dibangun berdasarkan platform budaya dalam arti ekspresi manusia dan bukan berbasis platform modal. Industri kreatif sebagai ekonomi gelombang keempat memiliki sifat berbeda dibandingkan dengan tiga gelombang ekonomi sebelumnya. Bandingkan dengan ekonomi gelombang pertama yang berbasis pada pertanian on farm, mengambil hasil hutan, dan mengambil hasil dari perairan, gelombang kedua menyangkut teknologi yang dimulai oleh revolusi industri yang menuntut keseragaman dan bersifat massal, dan gelombang ketiga adalah ekonomi berbasis informasi.

Apa yang dicanangkan oleh Departemen Perdagangan RI tentang industri kreatif, sebagaimana sumber utamanya yakni UK DCMS task force 1998, karena itulah definisi untuk industri kreatif di Indonesia, berbunyi: "Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatifitas dan daya cipta individu tersebut." Empat belas subsektor industri kreatif ini meliputi: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar barang seni, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, dan (14) riset dan pengembangan.

Empat belas subsektor yang dicanangkan Departemen Perdagangan itu, dengan tegas memperlihatkan fokusnya pada ranah kebudayaan massa. Pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video-film-dan fotografi, permainan interaktif, musik, televisi-dan film yang adalah 'genre'

bentuk kebudayaan massa. Menariknya, sebagian besar subsektor ini membidik segmen kaum muda. Sebagaimana hakikat kebudayaan massa yang kemunculannya terkait dengan ekonomi pasar—yang selalu hadir di tengah-tengah kita—maka tak bisa dihindari, keberpihakan pada budaya massa sebagai pasar dalam merespon industri kreatif adalah pilihan yang tepat.

Simak misalnya bagaimana Barker (2004) merumuskan budaya pop (baca budaya massa) sebagai “teks publik yang bersifat umum dan tersebar luas. Makna dan praktik yang diproduksi oleh audien pop. Sebagai suatu kategori politis, budaya pop merupakan arena kekuasaan dan perjuangan untuk mencapai makna. Budaya pop menyebrangi batas kekuasaan budaya dan mengedepankan karakter arbitrer dari klasifikasi budaya dengan cara menantang istilah rendah/tinggi.”

Kendatipun karakter budaya massa sangat tidak memiliki pintu-pintu penyekat antara ‘dalam’ dan ‘luar’ pada konteks budaya global tampaknya melakukan reposisi ‘budaya dalam’ atau akar budaya lokal menjadi menarik untuk dipertarungkan dalam perebutan makna budaya massa. Tanpa harus bersuntuk-suntuk mempertahankan budaya lokal (tradisi) yang malah bisa terjebak ke dalam laku tradisionalisasi-diri, reposisi budaya lokal dibutuhkan guna pemeroleh posisi tawar di tingkat global.

Sesungguhnya, dalam laku budaya kita juga memiliki karakteristik yang unik. Sekadar contoh misalnya bagaimana patra Walanda, patra China, dan patra Mesir telah lama menjadi kosa estetik seni rupa tradisional Bali. Belum lagi, kita bisa menyebut tari Cak yang adalah hasil kolaborasi ‘orang luar’ dengan ‘orang dalam’. Atau intinya, bahwa identitas kita dibentuk oleh ‘kebudayaan dalam’ dan ‘kebudayaan luar’. Tinggal saja, bagaimana kini apa-apa yang telah dimiliki ini dikelola dengan semangat keterbukaan. Tak berlebihan, jika memaknai industri kreatif mustinya bersandar pada pemahaman bahwa industri kreatif tidak sebatas kegiatan seni, tetapi berpaling juga ke implikasi ekonominya yang jauh lebih luas. Pemaknaan ini, dengan kesadaran pada asas komodifikasi. Tak perlu khawatir terhadap serangan para penganut budaya tinggi yang cenderung memuliakan apa-apa yang telah menjadi kebiasaan mereka dalam memaknai kebudayaan yang hanya bertari yang adiluhung saja. Tak perlu khawatir juga dengan cara pandang ala Denys Lombard (2005) yang melihat turis dalam perlakuan terhadap masyarakat dan budaya yang dikunjungi dalam “semangat kolektor prangko daripada semangat musafir petualang”

Mengacu pada konsep semiotika yang memaknai naratologi sebagai “sebuah pengkajian struktur naratif (*recit*), bertujuan untuk menentukan hakikat naratif itu sendiri dengan komponen cerita (*histoire*) yaitu peristiwa yang terjadi, serta wacana (*discourse*) yaitu sarana untuk mengkomunikasikan kepada pembaca atau audien,” maka pembacaan terhadap industri kreatif dengan kaca mata *cultural studies* ini adalah sebuah upaya pengisahan budaya massa dengan keberpihakannya: menolak budaya tinggi.

Kalau kita melihat industri kreatif dengan naratologi ala *cultural studies* ini, sembari mereka-reka jenis industri mana yang cocok? Jawabannya adalah: semua subsektor industri kreatif cocok untuk Bali. Mengapa? Jangan membayangkan bahwa Bali itu (hanya) memiliki budaya lokal yang mentradisi; jangan membayangkan bahwa Bali itu wilayah budaya yang khas, tiada duanya; jangan membayangkan bahwa Bali itu surga terakhir. Cara membayangkan seperti itu hanya akan membuat kita terjebak ke dalam kubangan tradisionalisasi-diri yang sempit. Lihatlah betapa musik indie begitu banyak tumbuh di Bali; lihatlah budaya urban begitu gempita di Bali; lihatlah *new media art*—dalam pengertian longgar termasuk video dan film pendek—tengah tumbuh di Bali; lihatlah permainan interaktif telah tumbuh di Bali; dan lihatlah betapa kaum muda Bali telah dan tengah memasuki dan merasakan budaya pop, budaya massa. Sebuah perayaan sembari menikmati berkah komodifikasi.

Dalam dunia seni rupa masa kini yang tidak lagi dengan tegas membedakan seni, kerajinan, dan desain, juga murni dan terapan, dua dimensi dan tiga dimensi, eksklusif dan penggandaan, seni dan kehidupan (Olivia 2010, Sugiharto 2015, Hauskeller 2015, Piliang dan Jaelani 2018, Kusmara 2018, Irianto, 2018) sungguh memberi peluang yang sangat terbuka untuk memasuki budaya massa sebagai pasarnya. Sudah saatnya Bali dengan serius melirik seni rupa kontemporer sebagai anutan baru untuk memasuki era revolusi industri 4.0 ini. Kekuasaan pendidikan tinggi dalam membangun konsep, isu dan wacana seni sungguh memungkinkan untuk jadi orang pertama yang mengajak publik seni memasuki era revolusi industri 4.0 ini. Begitu halnya dengan unsur lain yang bergerak

dalam produksi dan distribusi seni (seniman, kritikus, kurator, dll.) untuk segera terlibat menyambut era ini.

Simpulan dan Rekomendasi

Dari perbincangan di atas dapat disimpulkan bahwa konsep, isu, dan wacana seni masa kini dengan terbuka tidak lagi membedakan seni dalam kategori ‘tinggi’ dan ‘rendah’. Seni masa kini adalah seni yang secara terbuka menerima ‘budaya dalam’ sekaligus menerima pula ‘budaya luar’ sebagai keniscayaan. Disadari pula bahwa budaya massa adalah bagian tak terpisahkan dari praktik industri kreatif. Oleh karena itu, penulis mengajukan rekomendasi agar seni rupa Bali masa kini melirik budaya massa sebagai pasarnya. []

Daftar Pustaka

- Adian, Dony Gahral, 2001. *Arus Pemikiran Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barker, Chris, 2004. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wanana.
- Hauskeller, 2016. *Seni Apa Itu: Posisi Estetika dari Platon sampai Danto*. Yogyakarta: Kanisius.
- Irianto, Asmudjo J, "Fotografi Seni: Modern, Postmodern, Kontemporer" dalam Zaelani (ed.), 2018. *Relasi dan Ekspansi Medium Seni Rupa*. Bandung: ITB.
- Kusmara, A. Eikrik, "Medium Seni Rupa: konsep, Struktur, dan perkembangannya" dalam Zaelani (ed.), 2018. *Relasi dan Ekspansi Medium Seni Rupa*. Bandung: ITB.
- Lombard, Denys, 2005. *Nusa Jawa, Silang Budaya, Batas-batas Pembaratan*. Jakarta: Gramedia.
- O'Donnell, Kevin, 2009. *Posmodernisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Olivia, Achille Bonito, 20201. *Art Beyond The Year Two Thousand*. Bali: Biasa
- Piliang, Yasraf Amir dan Jejen Jaelani, 2018. *Toeri Budaya Kontemporer*. Yogyakarta: Aurora
- Ratna, Kuta, 2005. *Sastra dan Cultural Studies, Representasi Fiksi dan Fakta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sarup, Madam, 2003. *Post- Stucturalism and Postmodernism*. Yogyakarta: Jendela.
- Zaelani, Rizki A., "Persoalan (Atas Nama) Higt Art" dalam Adi Wicaksino dkk(ed.), 2002. *Aspek-aspek Seni Visuan Indonesia*. Yogyakarta: Yayasan Cemeti.