

REKAYASA BUDAYA DALAM PARIWISATA

Arthur S. Nalan

Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung
Jl. Buahbatu No.212 Bandung

ABSTRAKS

Dunia pariwisata merupakan dunia yang dinamis, terus tumbuh dan berkembang sejalan kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Masyarakat pun memiliki kebutuhan-kebutuhan yang dinamis pula. Dunia pariwisata telah mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan dinamis manusia. Dunia pariwisata telah melokal dan menglobal sebagai studi yang khas dan bermasa depan, karena melibatkan seni budaya dan lingkungan alam untuk menjadi modal budaya dan modal sosial dunia dinamis tersebut. Salah satu upaya peningkatan yang perlu diusahakan adalah rekayasa budaya (*cultural engineering*). Istilah yang belum begitu dikenal dan populer di Indonesia, padahal sesungguhnya telah banyak dilakukan, khususnya di dunia pariwisata.

Penelitian ini berdasarkan studi pustaka dan pengamatan sporadis di berbagai tempat yang dilihat penulis. Teori yang dipinjam globalisasi dari Appadurai (1990) yang mengurai secara dunia pariwisata secara bertahap dalam globalisasi dewasa ini. Adapun sumber data dan fakta bertolak dari catatan-catatan lepas penulis yang rencananya dikompilasi sebagai bacaan mahasiswa Pascasarjana ISBI Bandung. Harapannya tumbuhnya kesadaran bahwa dunia pariwisata erat dengan dinamika seni budaya dan rekayasa budaya adalah salah satu pilihan yang perlu dikenali dan dipahami serta dilakukan sebagai aktivitas kreatif.

Hasil yang dapat disuguhkan adalah dunia pariwisata Indonesia dapat belajar banyak dari negara-negara yang memposisikan pariwisata sebagai modal budaya dan modal sosialnya untuk kemajuan peradaban baru Indonesia, di mana salah satunya dengan rekayasa budaya.

Kata kunci: Dunia Pariwisata, Rekayasa budaya, Transformasi dramatis

A. PENDAHULUAN

Dari tidak ada menjadi ada

Dari ada menjadi hadir

Dari hadir menjadi bermanfaat

Tiga kalimat tersebut sesungguhnya merupakan “intisari” menuju proses kesadaran baru bagi siapapun yang merasa memiliki potensi diri, potensi seni, dan potensi budaya untuk keinginan berprestasi (*need of achievement*). Artinya seorang homocreator (manusia pencipta) dapat mengkreasikan sesuatu dari yang tidak ada menjadi ada, dari ada menjadi hadir, dari hadir menjadi bermanfaat. Begitu juga masyarakat pada sebuah tempat di manapun, pemerintah di manapun, swasta di manapun, asalkan memiliki keinginan untuk berprestasi. Semuanya menjadi bermanfaat bagi semua orang untuk kesejahteraan bersama.

Indonesia merupakan negara yang memiliki khasanah budaya yang beragam (*diversity*) atau diversitas yang luar biasa, hal ini patut disyukuri bersama. Baik budaya yang terlihat (pakaian, pertunjukan, makanan, permainan, perayaan) dan budaya tak terlihat (nilai-nilai kearifan lokal, adat istiadat, pengetahuan tradisional, dll). Budaya yang tak terlihat lebih banyak dibandingkan budaya yang terlihat. Pertanyaannya sudahkah semua diversitas itu dikenali?

Adanya Undang-Undang no. 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan terutama pasal 5 tentang 10 objek pemajuan kebudayaan:

- a. Tradisi lisan;
- b. Manuskrip;
- c. Adat istiadat;
- d. Ritus;
- e. Pengetahuan Tradisional;
- f. Teknologi Tradisional;
- g. Seni;
- h. Bahasa;
- i. Permainan Rakyat; dan
- j. Olah Raga Tradisional

Adanya hasil Kongres Kebudayaan (2018) tentu sekarang di setiap daerah di Indonesia telah memetakan seluruh potensinya, menggali potensinya, bahkan mungkin budaya yang tersembunyi (*hidden culture*) dicari dan dipetakan kembali. Berlomba-lomba dalam kebaikan untuk kesejahteraan adalah mulia, karena itu salah satu yang dicoba ditawarkan dalam kesempatan ini adalah melalui rekayasa budaya.

1. Apa itu rekayasa budaya ?

Rekayasa budaya (*cultural engineering*) dicetuskan Ulf Hanerz, seorang profesor emiritus Antropologi sosial dari swedia yang telah menggambarkan strategi dan aksi UNESCO sebagai rekayasa budaya. Rekayasa budaya dilakukan dengan berbasis logika yang masuk akal bagi setiap negara dan pemerintahan global. Pewarisan

budaya akan menjadi obyek agenda ekonomi dan politik setiap negara. Hal itu telah menjadi subyek yang dilindungi dan dilestarikan, tetapi dalam waktu yang sama juga menjadi komoditi, sebagai alat untuk menjadi aset ekonomi. Salah satu fokus yang dipilih adalah perspektif antropologi dalam warisan budaya dalam dunia kontemporer. Bangsa-bangsa yang sadar pada warisan budayanya telah memiliki pengakuan-pengakuan UNESCO, seperti Cina, Jepang, India, Thailand dan lainnya. Bagaimana dengan Indonesia ?

Indonesia memiliki peluang besar untuk melakukan banyak aktivitas rekayasa budaya. Warisan Budaya Benda (WBB) dan Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) menjadi keniscayaan yang perlu disadari bersama. WBB dan WBTB yang terdapat dalam budaya yang terlihat dan budaya yang tak terlihat sebenarnya dapat menjadi modal budaya dan modal sosial. Dimana langkah-langkahnya harus dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memahami diversitas budaya (*Understanding Cultural Diversity*);
- b. Memahami ciri-ciri budaya (*Understanding Cultural Traits*);
- c. Memahami perubahan budaya global dan lokal (*Understanding Cultural Changes Global and Local*)

Salah satu cara untuk memahami budaya diawali melalui pendidikan berbasis budaya, di mana pendidikan di setiap tempat

mendudukan, memerankan, dan memfungsikan budaya (seni di dalamnya) menjadi bagian yang melekat (*attached*) dan tertanam (*embedded*) bersama nilai-nilai kearifan lokal di dalamnya. Langkah selanjutnya dapat dilanjutkan dengan memahami ciri-ciri budaya, di mana budaya setiap etnik dan sub etnik di Indonesia memilikinya. 10 pemajuan kebudayaan dapat memandu siapapun untuk menelisik secara cermat, mencari dan menemukan ciri-ciri budaya yang dimiliki masing-masing objek. Selain itu tanpa melupakan pemahaman terhadap perubahan budaya global dan lokal karena munculnya fenomena-fenomena rekayasa budaya, terutama melalui media. Appadurai (1990) menyatakan bahwa pusat problem hari ini dalam interkasi global adalah ketegangan antara homogenitas budaya dan heterogenitas budaya. Homogenitas banyak dipengaruhi oleh hadirnya pelbagai spektrum media. Media digital sudah melekat dan tertanam dalam jejaring manusia abad ini. Revolusi industri 4.0 yang sekarang sedang menjadi arus utama (*mainstream*) semakin membuka peluang tanpa jarak dan pengaruh mempengaruhi. Bahkan menjadi identitas baru yang ditiru (kasus Kpop).

2. Rekayasa Budaya dalam Pariwisata

Memahami dunia pariwisata Indonesia dewasa ini sangat membahagiakan, karena telah membuktikan pada dunia bahwa seluruh potensi seni budaya dan lingkungan alam Indonesia dapat

“dihadirkan” melalui program Kemenpar yaitu *Pesona Indonesia* dan *Wonderful Indonesia*. Kedua program strategis ini perlu terus digulirkan oleh siapapun, termasuk para akademisi yang menjalankan Tridharmanya.

Bagaimana dengan ISBI Bandung? ISBI Bandung yang menggulirkan program kerja: Tridharma sebagai Primadona, sangat beralasan untuk “menjemput bola” dalam salah satu seminarnya sekarang ini. Sebab apa? di dalam visi dan misinya secara esensial ISBI Bandung bergerak mewujudkan daya hidup seni budaya untuk berdaya guna bagi lingkungan masyarakat, baik lokal maupun global.

Tawaran konsep rekayasa budaya adalah salah satu pilihan dari sejumlah pilihan, apalagi kalau dihubungkan dengan program Gubernur Jawa Barat, bahwa 4 tahun masa baktinya menginginkan Jawa Barat menjadi Propinsi Pariwisata. ISBI Bandung perlu hadir di dalamnya, terutama melalui dharma kedua dan ketiga (penelitian dan PKM). Dihadirkannya program KEK (Kawasan Ekonomi Khusus) di Jabar menjadi kawasan *fileldwork research* dan *fieldwork community service* yang strategis bagi dosen ISBI Bandung.

Adanya pemahaman bersama perlu mendapat hasil berupa kontribusi pemikiran yang pada gilirannya menjadi konsep kerja dan produk kerja yang unggul. Meminjam appadurai tentang globalisasi, 5 hal yang patut diperhatikan secara sinambung saling terkait yakni:

- a. *Ethnoscapes* yaitu, pergerakan manusia termasuk turis, imigran, pengunjung dan para pembisnis melintasi batas negara.
- b. *Financescapes* yaitu, aliran uang yang melintasi sekat-sekat Negara. Hal ini terjadi berkat pasar uang, tukar-menukar saham dan obligasi dan pasar komoditas yang semakin sibuk antar negara setiap hari dan bahkan setiap detik.
- c. *Ideoscapes* yaitu, penyebaran gagasan dan ideologi politik yang mendunia.
- d. *Mediascapes* yaitu, penyebaran lintas budaya gambar-gambar media di layar computer, koran, televisi dan radio.
- e. *Technoscapes* yaitu, penyebaran teknologi ke seluruh penjuru dunia.

Teori Appadurai ini dapat disingkat (EFIMT) menunjukkan bahwa di Indonesia juga, terutama di dalam dunia pariwisata sesungguhnya tengah berlangsung proses EFIMT ini.

Telisik pertama: *Ethnoscapes* yaitu, pergerakan manusia termasuk turis, imigran, pengunjung dan para pembisnis melintasi batas negara. Ribuan pulau di Indonesia, terutama yang telah menjadi destinasi wisata menjalani pergerakan turis, baik domestik maupun mancanegara. Juga para pembisnis yang lintas batas, berdagang komoditi pasar yang tengah booming, mode, kriya, dll. Telisik kedua: *Financescapes* yaitu, aliran uang yang melintasi sekat-sekat Negara. Hal ini terjadi berkat pasar uang, tukar-menukar

saham dan obligasi dan pasar komoditas yang semakin sibuk antar negara setiap hari dan bahkan setiap detik. Dunia pariwisata dengan segala pesonanya, termasuk dunia hiburannya mendorong aliran uang bergerak secara dinamis.

Telisik ketiga: *Ideoscapes* yaitu, penyebaran gagasan dan ideologi politik yang mendunia. Dunia pariwisata tentu memiliki ideologi, sebagaimana dikatakan oleh Althusser (2007: xix): Ideologi merupakan sebuah fungsi yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Ideologi akan selalu ada dalam masyarakat, apapun bentuk masyarakat itu di masa depan, dan bagaimanapun sempurnanya masyarakat itu. Artinya dunia tanpa ideologi tidak mungkin bergerak dinamis. Kasus Kpop adalah contoh sebuah ideologi ditawarkan, hasil rekayasa luar yang pengaruhnya masih ada. Undang-Undang no 5 tahun 2017 dengan 10 objek pemajuan kebudayaan dan 15 objek ekonomi kreatif, termasuk di dalamnya hasil kongres Kebudayaan adalah “ideologi” yang berkontribusi pada strategi kebudayaan Indonesia di masa depan termasuk ke dalam dunia pariwisata.

Telisik keempat: *Mediascapes* yaitu, penyebaran lintas budaya gambar-gambar media di layar komputer, koran, televisi dan radio. Dunia pariwisata Indonesia tengah menjalaninya dengan program strategis kementerian pariwisata (pesona Indonesia dan Wonderful Indonesia), selain itu secara individu, para seniman, para akademisi dalam seminar nasional, maupun internasional

menyajikan topik-topik yang berhubungan dengan kedua program strategis tersebut.

Telitik kelima: *Technoscapes* yaitu, penyebaran teknologi ke seluruh penjuru dunia. Revolusi industri 4.0 membuka peluang besar dunia pariwisata Indonesia menjadi primadona. Industri 4.0 menghasilkan "pabrik cerdas". Di dalam pabrik cerdas berstruktur modular, sistem siber-fisik mengawasi proses fisik, menciptakan salinan dunia fisik secara virtual dan membuat keputusan yang tidak terpusat. Lewat Internet untuk segala (IoT), sistem siber-fisik berkomunikasi dan bekerja sama dengan satu sama lain dan manusia secara bersamaan. Lewat komputasi awan, layanan internal dan lintas organisasi disediakan dan dimanfaatkan oleh berbagai pihak di dalam rantai nilai.

Memahami secara sekilas telitik pertama sampai kelima dari peminjaman teori Appadurai, dapat dilihat bahwa rekayasa budaya dalam pariwisata benar-benar membuka peluang. Globalisasi dipandang sebagai "kesempatan" (*opportunity*) menjadi bangsa yang menunjukkan kekuatan budayanya, keragaman budayanya, keunikan seni budayanya dll.

3. Metode Riset "Transformasi Dramatis" yang ditawarkan untuk rekayasa budaya

Perjalanan penulis memahami dinamika budaya Indonesia, memunculkan sebuah tawaran metode riset yang memungkinkan menelisik tinggalan budaya atau budaya yang tersembunyi

sekalipun untuk dijadikan modal budaya dan modal sosial yang pada gilirannya menjadi produk rekayasa budaya.

4. Contoh-contoh Rekayasa Budaya

a. Di Jepang: Kampung Boneka Desa Nagoro

Ayano mencoba “memahami” lingkungan hidupnya di Desa Nagoro yang seringkali kedatangan hewan-hewan liar yang mengganggu penduduk. Akhirnya Ayano membuat beberapa boneka sawah (orang-orangan) seukuran manusia yang diletakkan di sudut rumah dan pekarangan, maksudnya untuk mengusir binatang liar yang suka datang. Perlahan tapi pasti, Ayano menambah penciptaan bonekanya dengan boneka yang lain dan berbagai aktivitas, seperti layaknya manusia. Sehingga akhirnya Nagoro terkenal menjadi desa Boneka. Penduduknya boneka di mana-mana, Halte, sekolah, gubuk kecil, rumah-rumah, emperan toko, kursi taman, batu besar dekat danau, mereka berada di Desa Nagoro seolah-olah hidup sungguhan dan beraktivitas selayaknya penduduk biasa.

b. Di Cina: Shenzhen: Desa nelayan miskin menjadi kota dunia Pariwisata

Pada tahun 1970, menurut sejarahnya, Shenzhen hanyalah sebuah desa nelayan yang biasa bahkan termasuk desa miskin. Kota tersebut mengalami perkembangan yang pesat dan menjadi tempat lahirnya *transformasi dramatis Tiongkok*. Pada akhir tahun 1979 Kota Shenzhen mulai dikembangkan, kota tersebut berubah

menjadi kota industri. Shenzhen kini adalah sebuah kekuatan baru, kekuatan ekonomi Cina yang diperhitungkan dunia.

Perkembangan Shenzhen luar biasa, telah diakui sebagai kota terbaik Asia karena asalnya dari desa nelayan kecil dan terbelakang itu, sekarang telah menjadi menjadi sorotan di China, bahkan dunia. Pertumbuhan ekonominya begitu cepat. Pada 2013, PDB Shenzhen melonjak 10,5% YoY, peringkat keempat di Cina dan kedua setelah Guangzhou di Provinsi Guangdong.

c. Di Thailand: Asiatique Bangkok

Dermaga di masa Raja Chulalongkorn berkuasa, terdapat di pinggir sungai Chao Phraya. Dermaga perdagangan yang dikerjasamakan dengan Hans Nille Anderson (pemilik perusahaan *East Asiatique Company*) untuk gudang-gudang untuk ekspor kayu jati dan barang-barang lainnya. Dermaga ini kemudian menjadi tonggak sejarah, sebagai awal dari perdagangan internasional antara Kerajaan Siam (nama Thailand sebelumnya) dengan negara-negara Eropa. Tempat ini juga menjadi salah satu kunci Siam tetap bisa mempertahankan kemerdekaannya dan menjadi satu-satunya negara di Asia Tenggara yang tidak pernah dijajah. Dermaga dan gudang yang menjadi saksi bisu sejarah itu kemudian direnovasi menjadi tempat wisata, *Asiatique The Riverfront*.

d. Di Indonesia: GWK di Bali

Awalnya kawasan GWK adalah lokasi tambang kapur. Oleh Nyoman Nuarta, kawasan ini diubah dengan menciptakan

suatu *Land Art* berskala kolosal. Monumen Garuda Wisnu Kencana, yang berwujud Dewa Wisnu yang duduk di atas Burung Garuda, merupakan fokus utama kawasan GWK dan diharapkan dapat menjadi Ikon dunia dan *landmark* baru di Bali.

B. PENUTUP

Pada akhirnya paparan tentang rekayasa budaya dalam pariwisata penulis akhiri, dengan harapan dapat memberikan kontribusi kecil tentang betapa pentingnya konsep pengembangan rekayasa budaya.

Pariwisata Indonesia yang diversitasnya sudah dapat dipetakan, sesungguhnya memiliki peluang besar untuk melakukan rekayasa budaya, potensi seni budaya dan lingkungan alam dapat dimanfaatkan untuk pengembangan dunia pariwisata yang nantinya bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat.

C. DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie, Nicholas. 2010. Stephen Hill, Bryan S Turner (ed),
Kamus Sosiologi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Althusser, Louis. 2007. *Filsafat sebagai senjata revolusi*, Yogyakarta:
Reesist Book.
- Cavallaro, Dani. 2004. *Critical dan Cultural Theory: Teori Kritis dan
Teori Budaya*, Yogyakarta: Niagara.

Webologi

<https://www.akibanation.com/desa-nagoro-sebuah-tempat-di-jepang-yg-penduduknya-adalah-boneka/> (diunduh 20 Juli 2018-pkl 03.00 WIB)

file:///C:/Users/Arthur/Documents/Appadurai_Disjuncture_and_Difference_in_the_Global_Cultural_Economy.pdf (diunduh 8 Agustus 2018-pkl 03.WIB)

<http://agungmumpuni.blogspot.com/2015/01/asiatique-river-front-bangkok-thailand.html> (diunduh 7 Desember 2018-pjl.03.WIB).

http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/Content_store/Sample_Chapter/0631222324/Inda.pdf. (diunduh 7 Desember 2018-pkl 03.WIB).

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20210497-S132-Globalisasi%20dan.pdf> (diunduh 8 Agustus 2018-pkl.03.WIB).

<https://momentsjournal.com/ayano-tsukimi-of-nagoro-japan-turned-her-village-into-valley-of-dolls/> (diunduh 20 Juli 2018-pkl 03.00 WIB)

<http://propertyandthecity.com/index.php/city-fact/450-shenzhen-kota-baru-yang-ajaib> (diunduh 20 Juli 2018-pkl 03.00 WIB)

<http://www.surfacenoise.info/neu/globalmediaS18/readings/HannerzCosmopolitans.pdf> (diunduh 8 Agustus 2018-pkl 03.WIB).

(https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_4.0). (diunduh 10 Desember 2018.pkl.03.WIB).

Vincenzo Matera: Chapter 2. *Culture, Cultural Traits and Cultural Changes Between Global and Local Scales* (diunduh 7 Desember 2018-pkl.03.WIB)