

Kliningan Inovatif dalam Komoditas Kontemporer

Winda Ayu Ghaniyah
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung
Jalan Buah Batu No, 212 Bandung 40265
agwinda@yahoo.com

ABSTRAK

The study aims to analyze the Kliningan Innovative in a contemporary commodity known by the society especially by the people of Pasirlangu village, Cisarua, West Bandung. The research method applied is qualitative method with social anthropology approach. The study is to analyze kliningan innovative as reality and hyper reality. The consumption of the modern society can be seen and proved through how the rationality of the consumption is happening to the society with consumption culture. The product of performing arts is not only used as an entertainment but also as a sign value, changing value, and symbolic value. On the other words, kliningan art becomes media to show the self-identity and life style in the society.

Keywords: Kliningan, consumption society, commodity

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kreativitas adalah salah satu cara untuk meningkatkan potensi diri, setiap manusia mempunyai daya kreatif tersendiri yang tidak bisa disamaratakan dengan orang lain. Proses kreatif setiap manusia tentunya akan mengalami beberapa tahap sebelum dirinya melakukan sesuatu ataupun hal kreatif. Membutuhkan waktu untuk berproses sebelum sesuatu atau hal tersebut muncul dan diciptakan. Pada zaman modern ini, manusia sadar tidak sadar dituntut untuk kreatif dalam berkarya demi memenuhi kebutuhan hidup dan bertahan hidup. Tidak bisa dipungkiri, kreatifitas bisa memberikan kesempatan untuk merubah hidup orang-orang yang gigih dalam berusaha dan tidak berhenti berinovasi. Tidak heran jika pada zaman modern

kini banyak orang-orang yang berkreasi dari berbagai bidang, seperti dari bidang kuliner, seni pertunjukan, sinematografi, traveling, desain dll, dikarenakan industri kreatif sedang diminati oleh berbagai kalangan pengusaha dan konsumennya.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa manusia merupakan makhluk yang unik dan istimewa. Di antara 'bentuk' keunikan dan keistimewaan yang dimiliki oleh manusia antara lain adalah dengan dikaruniakan mereka oleh Tuhan berbagai macam potensi dalam dirinya. Salah satunya adalah potensi untuk menjadi makhluk yang kreatif. Dalam kehidupan ini, ada satu kenyataan yang tidak bisa ditampik bahwa, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang demikian maju saat ini sesungguhnya merupakan produk kreativitas manusia. Sampai di sini, ada benarnya pendapat Francois Bacon yang mengatakan bahwa

manusia yang kreatif tidak akan pernah menemukan kata berhenti untuk berkreativitas. Setelah mereka menemukan suatu penemuan, mereka akan menguji penemuannya sehingga selalu terbuka peluang untuk bisa menciptakan penemuan-penemuan lain di waktu-waktu berikutnya.¹

Bukan hanya dalam bidang teknologi saja, dalam bidang seni pun manusia melakukan perkembangan dengan memanfaatkan daya pikir kreatifnya untuk menciptakan sebuah inovasi baru, seperti pemilihan sarana hiburan. Dalam masyarakat modern, sarana hiburan seringkali dikaitkan sebagai suatu alat penunjang pemuas batin bagi mereka. Begitu pula seperti yang terjadi pada masyarakat Desa Pasirlangu, dimana seni kliningan menjadi sarana hiburan yang sudah menjadi menu hidangan ketika mereka membutuhkan hiburan. Mereka mengkonsumsi seni pertunjukan tersebut dengan alasan-alasan tertentu pula seperti misalnya, melestarikan seni budaya di era globalisasi; karena sudah menjadi cita-citanya sejak dulu untuk berkecimpung di dunia seni; dan alasan lainnya, yang kemudian merujuk pada suatu pemenuhan kebutuhan batin mereka sebagai masyarakat *modern*. Pemilihan dan alasan yang kemudian merujuk pada suatu perilaku yang orientasinya untuk menarik perhatian atau penghargaan dari pihak lain, sehingga dapat dikatakan sebagai gaya hidup.

Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Seperti yang terjadi pada warga Desa Pasirlangu, dimana sekelompok warga yang merasa bahwa seni kliningan yang sering ia dengarkan, dimainkan, atau bahkan dinikmati dari penyedia jasanya, lebih mempu-

nyai *prestige* dibandingkan seni yang lain. Gaya hidup dapat membantu memahami, menjelaskan, namun bukan membenarkan apa yang orang lakukan, mengapa orang melakukan hal tersebut, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Hal tersebut tidak berarti bahwa gaya hidup bersangkutan dengan kehidupan setiap orang. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari manusia di dunia *modern*. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tidak hidup dalam masyarakat *modern*.

Pernyataan di atas merujuk pada suatu pengertian dimana konsumsi dan gaya hidup hanya terjadi atau dialami oleh manusia atau masyarakat yang hidup di dunia *modern*. Mulai dari konsumsi yang merupakan aktivitas manusia yang paling mendasar yang dilakukan manusia, kemudian konsumsi dijadikan suatu alat pemenuhan kebutuhan, hingga konsumsi dijadikan suatu alat pemenuhan keinginan dan yang dilakukan secara berulang-ulang oleh warga Desa Pasirlangu, yang kemudian merujuk pada suatu gaya hidup yang dilakukan oleh mereka. Untuk memenuhi kebutuhannya masyarakat *modern* mempunyai kriteria-kriteria tertentu untuk dikonsumsi. Masyarakat *modern* saat ini dapat dikatakan hidup dalam budaya konsumen, karena dalam masyarakat *modern* bukan hanya kebutuhan biologis saja yang harus terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan orang lain, manusia dalam masyarakat modern harus mengonsumsi lebih dari itu.

B. Teori Masyarakat Konsumsi (Jean P. Baudrillard)

Menggunakan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Baudrillard karena adanya keterkaitan antara

pemikiran Baudrillard dengan sosiologi yang lebih dihubungkan dengan analisa masyarakat kontemporer, khususnya masyarakat konsumsi. Awal pemikiran Baudrillard membahas masalah konsumsi karena adanya pengaruh dari pendekatan psiko analisis Lacanian dan strukturalisme Sausurrian. Baudrillard juga mengadopsi sistem hubungan antara objek dan komoditas Baudrillard mulai merambah ke pemikiran Marxis dengan fokusnya terhadap masyarakat konsumen. Kemudian, Baudrillard juga mengadopsi pemikiran Sausure mengenai bahasa. Dari beberapa pendapat yang mempengaruhi pemikiran Baudrillard, Baudrillard melihat adanya objek konsumsi sebagai sesuatu yang mempunyai makna tertentu dari sebetuk ekspresi yang telah lebih dulu ada sebelum komoditas. Bagi Baudrillard bahasa lebih diartikan sebagai suatu sistem klasifikasi terhadap objek. Pada masyarakat konsumsi 'kebutuhan' ada karena diciptakan oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud adalah klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, bukan objek itu sendiri sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda. Maraknya, fenomena masyarakat konsumsi saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang dikonsumsi tersebut. Misalnya, contoh: ketika orang membeli makan, dimana makan merupakan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, memilih makanan dengan tempat yang bersih nyaman dan mengutamakan tata cara maupun gaya dari penampilan dan penyajian makanan, yang lebih memperlihatkan gaya makan dari pada fungsi utama dari makan. Budrillard

mengembangkan pemikirannya mengenai konsumsi lebih jauh lagi. Baudrillard menambahkan alat bantu analisa baru untuk gagasannya mengenai konsumsi. Baudrillard berusaha menunjukkan bahwa telah lahir nilai baru, yaitu nilai tanda. Dari contoh membeli makan diatas memberikan makna bahwa makan mempunyai fungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, sehingga makan dapat diartikan sebagai nilai guna, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pokok. Dibalik makan sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, pemilihan tempat makan dan cara penyajian menunjukkan bahwa makan yang dilakukan melebihi dari fungsi utama makan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga dapat menunjukkan suatu nilai tanda bagi yang melakukan hal tersebut. Penelitian ini mempunyai keterkaitan dengan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi. Berdasarkan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi Baudrillard mengajukan dua alat bantu analisa yaitu nilai guna dan analisa bantu baru berupa nilai tanda.

Dalam tulisan ini digunakan teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis. Teori tersebut memberi penjelasan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, nilai tukar, dan nilai simbolik dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Perilaku konsumsi masyarakat Desa Pasirlangu yang akan dipahami dalam penelitian ini adalah mengenai seni kliningan. Produk seni pertunjukan tersebut meliputi banyak hal, misalnya untuk acara pernikahan, khitanan, syukuran dan hiburan semata. Produk seni pertunjukan yang digunakan tidak hanya untuk menutupi memenuhi kepuasan batin atau nilai gunanya, namun juga nilai tanda atau simbol. Dengan kata lain seni pertunjukan : seni kliningan, menjadi sarana

untuk menunjukkan identitas diri. Dalam melakukan kegiatan konsumsi, warga Desa Pasirlangu memiliki banyak faktor-faktor yang mempengaruhinya. Mereka memiliki beragam motivasi yang mendasari kegiatan konsumsi yang dilakukannya.

Pada mulanya, seorang manusia akan mengkonsumsi sebuah produk hanya untuk nilai gunanya. Artinya, apabila dia menyewa suatu jasa kesenian hanya didasarkan sebagai hiburan saja. Namun, seiring berkembangnya jaman, kebutuhan batin yang meningkat, gaya hidup yang tinggi, berkembangnya inovasi kreatifitas dalam seni pertunjukan : kliningan dan yang paling penting adalah ideologi yang dibawa oleh seni kliningan tersebut yang lebih menarik menjadikan para warga mengkonsumsi produk bukan hanya karena nilai gunanya saja tetapi nilai simbol atau tanda.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakannya adalah metode kualitatif melalui pendekatan antropologi sosial. Pendekatan itu lebih diutamakan sebagai alat untuk menganalisis setiap nilai, perilaku, dan sikap masyarakatnya. Metode itu dilakukan untuk memperoleh data-data yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, dan melalui pendekatan itu dilakukan pada tahap menganalisis dan memilah dari setiap data yang diperoleh agar dapat dicocokkan dengan fakta yang terjadi dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus mengkonsumsi. Konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat mo-

dern tidak cukup hanya mengkonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih dari itu. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu menstruktur kegiatan keseharian di masyarakat. Nilai-nilai pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah masuk ke dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Secara nyata kegiatan konsumsi pada masyarakat modern dapat dilihat dan dibuktikan melalui bagaimana rasionalitas konsumsi telah beroperasi pada masyarakat budaya konsumtif. Untuk setiap harinya, begitu banyak waktu yang biasa dihabiskan untuk mengkonsumsi, berpikir tentang apa yang dikonsumsi serta menyiapkan apa yang akan dikonsumsi. Sebagian besar orang merasa memerlukan pekerjaan untuk bisa mengkonsumsi, melanjutkan pendidikan demi bisa mengkonsumsi lebih baik, menilai orang lain dengan apa-apa yang konsumsinya, menunjukkan identitas diri dengan benda-benda konsumsi, serta segala sesuatu hal yang berhubungan dengan orang lain berdasarkan keterikatannya pada benda-benda yang di konsumsi, dan lain. Termasuk pemilihan sarana hiburan yang juga merupakan suatu hal yang tidak kalah penting ketika mulai membahas masyarakat modern.



Gambar 1.
Antusiasme para pemuda di Sanggar Citra Asri,
selaku penikmat serta pelaku seni kliningan yang menjadikan
kegiatan rutin di sela-sela kegiatan sehari-seharinya.
(Dokumentasi: Winda Ayu Ghaniyah, 2018)

Seperti halnya seni kliningan, yang pada zaman kini mulai kembali di gandrungi oleh penikmatnya dan pencinta seninya, khususnya menjadi suatu tren yang berkembang pesat di daerah Pasirlangu, Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Di daerah ini, kesenian kliningan membentuk dirinya sendiri menjadi suatu objek aktualisasi diri para penikmat seninya yang meliputi apresiator dan pelaku seninya. Dari berbagai lapisan masyarakat, anak muda sampai orang tua semua sangat antusias dengan seni pertunjukan tersebut. Bukan hanya berdalih ingin melestarikan seni kliningan saja, mereka juga ingin seni kliningan itu menjadi ciri khas yang dapat mewakili daerahnya, khususnya di wilayah mereka tinggal. Hal tersebut menjadi suatu kesempatan bagi para senimannya untuk terus mengembangkan potensi yang mereka miliki.

Pada masa kini seni kliningan mengalami perkembangan yang sangat baik, mau itu dari segi pengemasan pertunjukannya, ragam gending dan warna laras pada gendingnya, bahkan sampai pada cengkok yang dimiliki masing-masing

sinden. Adanya istilah kliningan inovatif, baru kali ini terdengar di telinga masyarakat Desa Pasirlangu. Karena masyarakat awam tidak bisa membedakan mana kliningan klasik ataupun kliningan inovatif. Kliningan inovatif memiliki ciri khas dari berbagai aspek gending dan warna laras. Setiap sajian yang dibawakan oleh senimannya, kliningan inovatif memiliki aransmen intro pada lagunya. Kental dengan ragam gending dan warna laras yang tidak hanya menggunakan laras pelog, salendro, madenda saja. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi para penikmatnya. Berbeda sekali dengan sajian kliningan klasik, dimana pada awal lagu atau intronya, hanya menggunakan *pangkat* sebagai awalan atau tanda masuknya lagu.

Baudrillard (2011:74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh para

penikmat seni kliningan, dimana dalam kenyataannya mereka rela mengeluarkan uang yang sangat banyak untuk menyewa jasa seniman dan sinden tersohor untuk memenuhi kepuasan batinnya.

Hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Chaney, dimana gaya hidup dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Chaney (2004:40) mengatakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat pula menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Pilliang (2004:52) menjelaskan mengenai adanya perilaku konsumtif yang didorong dengan adanya perubahan peran komoditas di dalam masyarakat kapitalis dari komoditas sebagai nilai guna ke arah komoditas sebagai nilai tanda, serta dengan semakin dominannya peran komoditas sebagai pendefinisi relasi sosial atau relasi antar subyek yang telah menciptakan sebuah kecenderungan ke arah peringkasan relasi sosial maupun diri dan ego sebagai relasi objek-objek. Sama halnya dengan alasan beberapa warga yang lebih memilih menggunakan jasa seni kliningan inovatif walaupun dengan harga selangit. Beberapa alasan diantaranya, seni kliningan inovatif

tetap di sewa jasanya dan dapat terus dipertahankan serta dikembangkan oleh para pelaku seninya demi menunjang hobi serta melestarikan budaya. Hal tersebut yang kemudian mencerinkan bahwa komoditas atau jasa seni kliningan sebagai nilai guna. Alasan lain informan lebih memilih seni kliningan pada hiburan hajatan atau suatu acara, karena di daerah-daerah sekitarnya tidak banyak mau yang menggunakan jasa seni kliningan. Bahkan jika ada salah satu orang yang penikmat seni kliningan yang memanggil para pelaku seni kliningan beserta salah satu sinden tersohor, merupakan salah satu pembuktian diri, bahwa dirinya merupakan orang yang terkemuka ataupun orang yang berkecukupan dalam segi materi. Hal tersebut juga menyiratkan mengenai gaya hidup si penikmatnya sebagai nilai tanda atau nilai simbol. Kotler (2002:192) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan ke dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.



Gambar 2.
Antusiasme di Sanggar Citra Asri selaku penikmat serta pelaku seni kliningan yang menjadikan kegiatan rutin di sela-sela kegiatan sehari-sehari.
(Dokumentasi: Winda Ayu Ghaniyah, 2018)

Baudrillard (2011:33) menjelaskan konsumsi yang seringkali di definisikan sebagai kelesuan yang berarti sebagai pemborosan yang bersifat produktif. Suatu makna yang terbalik dari makna ekonomis yang didasarkan atas keperluan. Konsumsi merupakan penimbunan dan perhitungan atas kelebihan yang melampaui keperluan, atau pengeluaran yang melampaui batas. Terkait dengan pernyataan informan diatas dengan penjelasan Baudrillard bahwa kegiatan pemilihan motor yang dilakukan informan selain sebagai penunjang hobi juga terdapat alasan agar informan bisa tampil lebih beda, yang termasuk dalam pengeluaran yang melampaui batas.

Di dalam wacana simulasi, manusia mendiami satu ruang realitas, di mana perbedaan antara yang nyata dan fantasi atau yang benar dan palsu menjadi sangat tipis—manusia hidup di dalam satu ruang khayali yang nyata. Televisi atau dunia fantasi, pada kenyataannya, sama nyatanya dengan pelajaran sejarah atau etika di sekolah, sebab ia sama-sama menawarkan informasi dan membentuk sikap dan gaya hidup manusia. Di era modern saat ini di mana teknologi informasi atau media informasi memainkan peran utama dalam konstruksi realitas sosial dan budaya manusia. Menurut McLuhan, tidak hanya realitas sosial yang dipengaruhi melainkan pemikiran manusia itu sendiri. Sebagai bentuk reaksi atas perkembangan teknologi, Baudrillard mengatakan bahwa realitas sosial dan kebudayaan manusia saat ini berada dalam sebuah realitas yang disadari nyata padahal semu, sebuah realitas yang dibentuk media massa melalui model-model simulasi (citra, kode, dan tanda) mampu menciptakan realitasnya yang fantastic (hiper). Sehingga bagi massa yang panik, ia akan menyerap energi realitasnya namun tidak mampu membiaskannya, ia menyerap setiap tanda, makna, dan pesannya, namun tidak

mampu memantulkan dan mencernanya, karena mereka sudah menjadi sekumpulan mayoritas yang diam.

Dalam perkembangannya, seni kliningan sudah masuk ke dalam era industri musik daerah yang kompetitif. Hal ini ditandai dengan banyaknya grup-grup atau lingkung seni yang mulai menjamur, sehingga di beberapa tempat muncullah fanatisme seni kliningan yang berlebihan dan menjadikan kliningan menjadi komoditi pasar yang menguntungkan. Kebudayaan konsumen yang dikendalikan sepenuhnya oleh hukum komoditi, yang menjadikan konsumen sebagai raja; yang menghormati setinggi-tingginya nilai-nilai individu; yang memenuhi selengkap dan sebaik mungkin kebutuhan-kebutuhan, aspirasi, keinginan, dan nafsu, telah memberi peluang bagi setiap orang untuk asyik dengan dirinya sendiri.

Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata dari realitas sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual dan ini yang disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas. Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau tepatnya realitas imajiner yang dianggap real. Sedangkan untuk mengetahui apa itu realitas, kita bisa merujuk pada pendapat Alfred Schutz. Dalam pikiran Schutz, semua manusia di dalam pikirannya membawa apa yang dinamakan *stock of knowledge*, baik *stock of knowledge* tentang barang-barang fisik, tentang sesama manusia, artefak dan koleksi-koleksi sosial maupun obyek-obyek budaya. *Stock of knowledge* yang mereka dapatkan melalui proses sosialisasi itu, menyediakan *frame of reference* atau orientasi yang mereka gunakan dalam menginterpretasikan obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa yang mereka lakukan sehari-hari. Dengan pola yang mirip dengan Schutz, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann juga menganalisis

proses di mana orang menciptakan realitas kehidupan sehari-hari. Mereka menganggap proses tersebut sebagai konstruksi realitas simbolik. Menurut Berger dan Luckmann, dunia sosial adalah produk manusia, ia adalah konstruksi manusia dan bukan sesuatu yang *given*. Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan orang lain dalam sebuah pola yang *taken for granted*. (Baudrillard, 2011: 98)

Musik pada dasarnya merupakan sebuah kata sifat, kata sifat merupakan cap yang sudah pasti untuk musik. Musik dipredikasi dengan cap-cap murahan dan remeh-temeh. Pada dasarnya, predikat atau cap tersebut memiliki fungsi ekonomis: predikat atau cap selalu merupakan gambaran imajiner agar kita tidak lupa dengan apa yang digambarkan. Begitu juga dengan kliningan inovatif, seni tradisi tersebut merupakan hasil produk sosial, proses sosialisasi yang berkembang pada masyarakat menyatakan bahwa musik sebagai realitas budaya yang diciptakan sebagai hiburan. Seni kliningan inovatif adalah bentuk kreasi manusia dalam memadukan kreatifitas yang sedang berkembang tanpa adanya manipulasi pandangan, bahwa itu nyata sebagai realita. Seorang sinden akan menampilkan penampilan yang membuai penonton dengan busana riasan yang memukau dan lantunan suara penuh aura dan ciri khas sendiri. Semua itu dilakukan secara sadar, namun itu adalah bagian dari tipuan panggung, bagaimana seseorang yang dilihatnya begitu memukau dan mengundang syahwat bisa membuai penonton, namun sebenarnya itu tak lebih hanya realitas palsu dari seorang sinden yang menyanyikan lagu-lagu kliningan. Terlebih jika seni kliningan di tampilkan pada siaran televisi daerah ataupun diliput

dan dikomersilkan pada kaset CD dan DVD. Sehingga realitas dalam simulakra hadir dalam bentuknya yang hanya ada dalam media massa dan hidup dalam dunia maya dan imajinatif. Namun dalam maknanya realitas tersebut menjadi nyata atau hidup dalam alam pikiran pemirsanya dan hidup di tengah-tengah masyarakat sebagai bentuk dari pengetahuan masyarakat; menjadi kesadaran umum, opini maupun wacana publik hingga akhirnya perlahan-lahan membunuh realitas itu sendiri. Dan dengan demikian itu merupakan sebuah gambaran dari proses simulasi hingga membentuk hiperrealitas.

Hiperrealitas adalah proses peningkatan hal yang dianggap real menjadi sesuatu yang lebih dari real, proses peningkatan ini disebut sublimasi. Sublimasi adalah proses penguapan benda dari sesuatu yang mengendap dan dianggap biasa. Seni kliningan dalam kondisi real adalah hanya sekedar seni musik sebagai hiburan, namun dengan adanya hiperrealitas, seni kliningan menjadi sesuatu yang tersublimasi menjadi sesuatu yang tidak lagi sekedar sebagai seni musik dan hiburan, melainkan lebih dari itu. Terutama adanya kapitalis dalam dunia seni yang menyebabkan hiperrealitas di dalamnya mudah berkembang. Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang lebih real daripada yang real. Bukan hanya lebih real melainkan lebih ideal dan lebih segalanya daripada yang aslinya. Hiperrealitas merupakan realitas yang melampaui dirinya sendiri karena realitas sudah direkayasa dengan citra, halusinasi, dan simulasi. Hiperrealitas berhubungan erat dengan bagaimana manusia membangun citra dan menyusun makna hidupnya sendiri dengan bercermine pada objek-objek dan realitas semu. (Baudrillard, 2011:101). Wujud nyata dari hiperrealitas seni kliningan inovatif adalah berkembangnya seni ini ke arah yang lebih

dari real di dalam dunia kontemporer. Jika kondisi real menunjukkan bahwa seni kliningan inovatif adalah seni yang menyajikan penampilan secara berlebihan dan beberapa menyajikan penampilan yang bersifat hura-hura. Bisa lebih parah lagi jika itu dihubungkan dengan *pretise*, bahwa apa yang ada di dalam seni kliningan inovatif terutama saat menyewa jasa keseniannya adalah komoditas khusus orang-orang berada (mampu secara finansial) yang terkadang bergerak di luar batas.

SIMPULAN

Kegiatan informan untuk menunjang hobi tidak terhindar dari perilaku konsumsi yang biasa dilakukan informan terdapat nilai guna didalamnya. Nilai guna merupakan fungsi atau manfaat atas komoditas maupun manfaat dari kegiatan yang dilakukan oleh informan. Perilaku konsumsi yang biasa dilakukan informan seperti membeli jasa seni kliningan inovasi dengan mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Konteks ini menjelaskan mengenai usaha informan dalam kegiatan menunjang hobi yang dihadapkan pada komoditas yang telah tersedia. Komoditas tersebut mulai dari minat yang besar dari warga masyarakat sekitarnya, sebagai wadah penyalur dan pemuas hobi, kegiatan yang ditawarkan, hingga barang-barang maupun jasa yang dikonsumsi yang berfungsi atau mempunyai manfaat sebagai kegiatan penunjang hobi untuk informan.

Adanya nilai tanda. Kegiatan atau aktivitas informan dalam menunjang hobi selain mempunyai manfaat juga terdapat petanda. Tanda dalam konteks ini diantaranya penikmat dan pelaku seni kliningan. Terlebih bagi para pelaku seni mau itu yang baru ataupun yang lama mereka dapat bergabung lingkung seni yang ada untuk dapat menunjang hobinya. Sedangkan untuk para apresiator bahkan sampai pada penikmat seninya itu, mereka

bisa menyewa jasa seni kliningan dengan sinden tersohor untuk memenuhi kepuasan batinnya dan sebagai pembuktian bahwa mereka (penyewa jasa) adalah orang yang berkecukupan dari segi ekonomi ataupun orang terpandang. Baudrillard mengembangkan pemikirannya mengenai nilai tanda atau simbol. Nilai tanda biasanya berupa status, prestige, ekspresi, dan lain-lain. Konteks ini lebih menjelaskan kepada perilaku konsumsi yang dilakukan informan didasarkan atas adanya makna yang melekat pada seni kliningan tersebut. Seni kliningan merupakan seni yang berfungsi sebagai hiburan semata saja. Namun ketika adanya dua aspek nilai tanda yang muncul, komoditas yang dibeli, disewa ataupun dikonsumsi bukan hanya karena manfaat seni sebagai seni hiburan saja, melainkan dengan adanya seni kliningan yang disewa oleh seseorang menandakan sebagai simbol atau tanda berupa status, prestige, dan lain-lain.

Lalu adanya simulasi, simulasi merupakan percobaan bergesernya makna dari nilai guna yang berupa manfaat atau fungsi menjadi nilai tanda yang berupa simbol. Simulasi menghasilkan suatu ruang yang disebut simulakra, ruang tersebut berisikan realitas-realitas semu hasil pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda. Baudrillard mengibaratkannya pada suatu proses pembuatan peta yang mendahului teritorialnya, sehingga yang terlihat adalah teritorial (realitas) yang tidak jelas asal usulnya. Simulasi dimulai dari meniadakan referensi untuk memperbanyak bentuk yang sama (tanda). Baudrillard menekankan maksud simulasi sebagai suatu proses memperbanyak bentuk yang sama dalam bentuk penciptaan objek secara simulatif yaitu objek yang didasari oleh referensi yang tidak nyata atau tidak jelas asal-usulnya. Kontek ini simulakra merupakan suatu rasa kepuasan maupun kebanggan yang

didapat informan ketika bisa menyalurkan hobi dan memenuhi kepuasan batinnya yang dapat di ekspresikan melebihi fungsi asli dari seni tersebut sebagai seni hiburan. Kapitalis dalam seni tradisi, membuat kliningan bukan hanya sebagai seni musik dan hiburan, lebih dari itu kliningan sudah menjadi profesi dan gaya hidup. Dangdut bukan lagi menjadi hal yang sekedar dikonsumsi, melainkan juga menjadi komoditas penting dalam perputaran ekonomi masyarakat. Seni kliningan yang dapat dinikmati dengan mendengarkan alunan lagu dari sinden dan gending-gending yang dimainkannya, membuat beberapa orang memanfaatkannya dengan memuaskan diri sebagai hiburan, tidak

hanya itu, beberapa di antaranya juga menikmatinya dengan memberikan uang saweran kepada sinden dan pemain musik sebagai pengantar menuju kenikmatan dan rasa puasnya. Memang tidak ada kasta antara seni kliningan dengan seni lainnya di daerah Desa Pasirlangu tersebut, akan tetapi terlihat adanya jurang pemisah yang dalam, tapi jelas itu adalah sebuah keniscayaan, karena memang inilah seni (musik). Setiap penikmat bebas memilih selera masing-masing, dan sebagian besar penduduk di Desa Pasirlangu berada dalam ekonomi menengah ke bawah, maka tak heran bila seni kliningan inovatif mudah berkembang dan menjadi gaya hidup masyarakat.

Catatan Akhir

¹Jusuf Sutanto, *The Dance of Change; Menemukan Kearifan Melalui Kisah-Kisah Kebijakan Timor* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2009), 91.

Daftar Pustaka

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup Teori Dan Realitas*. Bandung: Jalasutra.
- Adlin, A. (2006). *Menggeledah Hasrat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, J. P. (1987). *The Ecstasy of Communication*. New York.
- Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Koentjaraningrat. (1979). *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan
- Suryabrata, S. (1987) *Metode Penelitian*. Jakarta : Rajawali
- Dermatoto, A. (2009). Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard *Realitas Semu 21* (02-03)
- Aytekin Firat, dkk. (2013). *Consumption, Consumer Culture, and Consumer Society*
- Agustina, H. (2010). *Gaya Hidup Konsumtif Remaja Dalam Perilaku Berpakaian*. Universitas Indonesia
- Deni, H. (2016). *Simulakra dalam meme internet iklan mini Ada Apa Dengan Cinta?* 2014. Pascasarjana ISBI Bandung
- Subrata, I. (2012). *Komodifikasi seni pertunjukan barong di Banjar denjalan-Batur desa Batubulan Gianyar Bali*. ISI Denpasar

Narasumber:

Di wawancara pada tanggal 5 Mei 2018,
di Desa Pasirlangu, Cisarua, Kabupaten
Bandung Barat.

Nama : Muhamad Rizal
Muntasyir, S.Sn
Usia : 25 tahun
Alamat : Pasirlangu, Cisarua,
Bandung Barat
Pekerjaan : Penggiat Seni; Wakil
Pimpinan Produksi
lingkung seni Citra Asri

Nama : H. Omay Komar
Usia : 74
Alamat : Pasirlangu, Cisarua,
Bandung Barat
Pekerjaan : Mantan Lurah Desa
Pasirlangu, Cisarua;
Penggiat Seni; Petani
Nama : Bayu Taryana
Usia : 50 tahun
Alamat : Cisarua, Bandung Barat
Pekerjaan : Seniman; Pimpinan Pro
duksi lingkung seni
Citra Asri