

WARISAN BUDAYA DAN PENGEMBANGAN SENI KREATIF

Cultural Heritage And Creative Arts Development

M. Guntoro^{1*)}, Zuki Kurniawan²⁾, Mia Rosalina³⁾

^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon Jl. Perjuangan No. 17 Cirebon 45135

^{*)}Korespondensi: guntoro.untag@untagcirebon.ac.id

Diterima: 27 September 2022; Disetujui: 28 November 2022

ABSTRAK

Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang menjadi kebanggaan bangsa Indonesia. Kebudayaan Indonesia memiliki variasi dan jenis yang beraneka ragam dan keunikan tersendiri. Namun demikian, perkembangan zaman dan era keterbukaan menyebabkan masuk dan berkembangnya budaya asing yang lebih diminati oleh sebagian masyarakat karena mereka menganggap budaya asing itu sebagai budaya modern. Ini mengakibatkan generasi muda lebih memilih kebudayaan baru yang mungkin dinilai lebih menarik dan praktis dibandingkan dengan budaya lokal. Keanekaragaman budaya ini tidak lepas dari adanya ekonomi kreatif dipercaya sebagai gelombang baru dalam tren ekonomi dunia setelah era bioteknologi, informasi dan komunikasi. Sebagai gelombang baru dalam wacana pemikiran dunia praktis menimbulkan berbagai pro dan kontra dari berbagai kalangan dan organisasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil dan pembahasan penelitian adalah industri berbasis ekonomi kreatif dapat dikembangkan lebih luas dengan menggunakan pendekatan berbasis budaya. Indonesia dengan kekayaan budaya yang sangat besar, memiliki potensi dan berpeluang besar menjadi pusat ekonomi kreatif dunia. Perkembangan teknologi dalam era Industri 4.0 membawa banyak perubahan khususnya dalam industri kreatif, dimana terdapat banyak bidang industri kreatif yang perkembangannya sangat terbantu dengan kehadiran era Industri 4.0.

Kata kunci: keanekaragaman budaya, descriptive analisis, perkembangan teknologi era industri 4.0

ABSTRACT

Indonesia has cultural diversity that is the pride of the Indonesian people. Indonesian culture has its unique variations and types. However, the development of the times and the era of openness have led to the entry and development of foreign cultures, which are more in demand by some people because they regard foreign cultures as modern. This results in the younger generation preferring a new culture which may be considered more attractive and practical compared to the local culture. This cultural diversity cannot be separated from the creative economy, which is believed to be a new wave in world economic trends after the biotechnology, information and communication era. As a new wave in the world's thought discourse, it raises various pros and cons from various groups and organizations. This research uses a descriptive analysis method. The research results and discussion show that creative economy-based industries can be developed more broadly using a culture-based approach. With its enormous cultural wealth, Indonesia has great potential and opportunity to become the centre of the world's creative economy. Technological developments in the Industry 4.0 era brought about

many changes, especially in the creative industry, where there were many creative industry fields whose developments were greatly assisted by the presence of the Industry 4.0 era.

Keywords: *cultural diversity, descriptive analysis, technological developments in the industrial 4.0 era*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang menjadi kebanggaan. Keanekaragaman budaya ini sekaligus menjadi tantangan untuk melestarikan serta mewariskannya kepada generasi selanjutnya. Kebudayaan Indonesia memiliki variasi dan jenis yang beraneka ragam dan keunikan tersendiri. Namun demikian, perkembangan zaman dan era keterbukaan menyebabkan masuk dan berkembangnya budaya asing yang lebih diminati oleh sebagian masyarakat karena mereka menganggap budaya asing itu sebagai budaya modern. Ini mengakibatkan generasi muda lebih memilih kebudayaan baru yang mungkin dinilai lebih menarik dan praktis dibandingkan dengan budaya lokal.

Kekayaan dan keanekaragaman budaya yang memiliki nilai, norma dan fungsi semakin terpinggirkan, semakin berkurang pelaku budayanya serta terlupakan oleh masyarakat pendukungnya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya masuknya budaya asing. Masuknya budaya asing sebenarnya merupakan hal yang wajar dan sudah berlangsung sejak lama.

Masyarakat terdorong untuk mengambil-alih kebudayaan asing yang dibawa oleh pendatang agar dapat dikatakan sebagai masyarakat modern. Oleh karena itu keanekaragaman budaya ini perlu terus dilestarikan dan dikembangkan agar tidak mengalami kepunahan dan pemiskinan makna. Perbincangan mengenai ekonomi kreatif semakin mengemuka akhir-akhir ini. Ekonomi kreatif dipercaya sebagai gelombang baru dalam tren ekonomi dunia

setelah era bioteknologi, informasi dan komunikasi. Sebagai gelombang baru dalam wacana pemikiran dunia praktis menimbulkan berbagai pro dan kontra dari berbagai kalangan dan organisasi. Ekonomi kreatif adalah konsep yang berkembang yang berdasar pada aset kreatif yang secara potensial dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Pendidikan merupakan modal utama di dalam industri kreatif, contohnya adalah pada bidang komputer dan perangkat lunak, suatu bidang yang memerlukan proses pembelajaran secara terus menerus karena perkembangannya yang cepat. Contoh lainnya adalah bidang riset dan pengembangan, yang juga hanya dapat diikuti dengan modal pendidikan yang memadai. Serta bidang-bidang lain dalam industri kreatif juga secara mutlak tidak dapat dipisahkan dari pendidikan.

Seni merupakan salah satu elemen yang penting dalam industri kreatif, bidang seperti arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, video, film, dan fotografi, , musik, dan seni pertunjukan merupakan bidang-bidang dalam industri kreatif yang sarat akan seni.

Seni menurut Encarta Encyclopedia adalah produk dari kreativitas manusia dimana material dibentuk atau dipilih untuk menuangkan ide, emosi atau bentuk menarik yang bersifat visual. Seni sangat terkait dengan kreativitas manusia. Terdapat keterkaitan antara seni dengan ekonomi. Dalam industri kreatif seni diduga menjadi salah satu faktor yang dominan dalam jenis industri ini.

Kreatifitas manusia yang sering diungkapkan melalui seni, dan dalam industri kreatif kreativitas manusia merupakan faktor yang signifikan. Potts (2008) mengemukakan bahwa nilai dari seni adalah dalam kebaruan idenya, dan hal itu jugalah yang menjadi dasar bagi nilai dalam ekonomi. Nilai dari seni adalah pusat dari pertumbuhan pengetahuan dalam sistem inovasi kreatif. Hal ini dikemukakannya untuk menolak pembedaan antara seni halus eksperimentatif dengan industri kreatif komersial, seperti yang sering dikatakan merupakan pengaruh ekonomi. Hubungan yang terjadi bersifat sederhana, yaitu dari percobaan eksperimental menuju aplikasi praktek.

Di Indonesia, bergulirnya ekonomi kreatif menjadi model baru dalam pengelolaan ekonomi baru dimulai pada tahun 1990-an. Aktivitas ekonomi kreatif ditandai dengan serangkaian kegiatan produksi dan distribusi barang/jasa yang berkembang melalui penguasaan di bidang informasi, pengetahuan, dan kreatifitas. Dengan kata lain, model pengelolaan ekonomi ini menyandarkan aktivitasnya pada proses penciptaan dan transaksi nilai. Dalam hal ini, produksi barang/jasa menitikberatkan pada aspek kualitas, nilai jual, dan nilai estetika. Oleh karena itu, sudah semestinya ekonomi kreatif kemudian digerakkan oleh sektor industri yang disebut sebagai industri kreatif.

Industri kreatif dalam hal ini mempunyai pengertian yang komprehensif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif menjadi 14 subsektor antara lain periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik,

kerajinan, desain, pakaian, video film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio serta yang terakhir adalah riset dan pengembangan.

Dewasa ini industri kreatif mendapatkan perhatian penuh dari pemerintah, ditandai dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif. Pemerintah memandang industri ini mampu meningkatkan perekonomian rakyat dan daya saing serta mengembangkan industri masa depan. Industri kreatif diharapkan mampu mendorong peningkatan kualitas hidup dan menciptakan pemerataan kesejahteraan. Tahun 2009 dapat dikatakan sebagai tahun industri kreatif di Indonesia karena pada tahun ini dikeluarkan Inpres Presiden No.6 tahun 2009 yang mewajibkan Institusi Pemerintah membuat rencana aksi dalam membantu pengembangan industri kreatif. Pada tahun berikutnya, melalui Kementerian Perdagangan juga telah dikeluarkan buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Artinya terdapat perhatian Pemerintah terhadap potensi industri baik dalam skala nasional atau pada ranah pedesaan. Pengembangan industri kreatif khususnya di daerah pedesaan dapat digunakan sebagai sarana untuk mensejahterakan masyarakat serta dapat meningkatkan potensi daerah yang dapat berdampak pada ranah sosial maupun ekonomi.

Industri kreatif mempunyai peran yang penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial di masyarakat. Namun yang harus diingat, bahwa eksistensi industri kreatif yang besar tidak terlepas dari proses kreatifitas yang tidak akan tumbuh dan berkembang apabila tidak didukung oleh modal budaya, modal sosial dan modal kreatif (Yasfar Amir, 2010). Pada akhirnya, industri kreatif harus diarahkan sebagai sebuah proses penciptaan nilai tambah

(ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia sudah dikenal seantero dunia memiliki kekayaan dan keragaman budaya. Kekayaan dan keanekaragaman budaya tersebut terbentuk tidak dalam waktu sekejap, akan tetapi melalui proses panjang, yakni melalui interaksi antarsuku di Indonesia maupun hasil persinggungan dengan budaya dari luar negeri yang makin memperkaya khasanah budaya Bangsa Indonesia.

Indonesia punya modal banyak untuk menjadi Negara Sejahtera. Keragaman budaya berpotensi besar untuk peningkatan taraf ekonomi masyarakatnya. Akan tetapi pada kenyataannya sampai saat ini keragaman budaya tersebut belum mampu dimanfaatkan secara optimal untuk kesejahteraan masyarakat. Kekayaan budaya bangsa tersebut misalnya bahasa, rumah adat, tarian dan pertunjukan rakyat, serta pakaian adat dan senjata tradisional.

Dengan memperhatikan kekayaan budaya tersebut, sudah seharusnya dimunculkan inovasi-inovasi yang berbasis budaya. Selain itu, menjadikan budaya sebagai modal dalam industri kreatif dapat berfungsi sebagai identitas bangsa. Sehingga dapat terbentuk pembangunan karakter bangsa yang dapat menghargai budaya bangsa, selain tentunya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Produk budaya berwujud benda bisa dikatakan warisan hasil kreativitas leluhur kita. Sebagai contoh Batik, Kain Songket, dan masih banyak budaya berwujud benda lainnya yang ada sejak dulu. Dalam konteks ekonomi kreatif, hal tersebut seharusnya menjadi modal pembangunan perekonomian nasional yang perlu di optimalkan. Sekaligus

tentunya guna mempertahankan warisan budaya tersebut dari klaim Negara lain maupun kepunahan dengan sendirinya. Batik pernah di klaim oleh Malaysia, begitupula kain songket ala Indonesia Timur (NTT) yang mulai hilang karena ketidakmampuan generasi penerus setempat menenun kain. Dua permasalahan tersebut menjadi bahan pelajaran bagi kita semua. Skill sebagai warga Negara harus ditingkatkan. Baik softskill berupa nasionalisme maupun hardskill berupa cara-cara mempertahankan budaya berwujud benda dengan cara mempelajarinya.

Dengan menjadikan budaya sebagai modal, adalah termasuk salah satu strategi untuk bisa eksis dalam industri kreatif. Potensi kekayaan budaya di Indonesia hendaknya dimanfaatkan secara maksimal sebagai modal penggerak industri kreatif. Bidang industri kreatif sangat luas untuk digarap. Sementara, Indonesia kaya akan tradisi di berbagai daerah, ini menjadi potensi besar untuk digarap dalam industri kreatif di Indonesia. Potensi-potensi budaya tersebut akan menjadi produk industri kreatif unggul jika dipadukan dengan teknologi. Kunci utama kemajuan industri kreatif Indonesia adalah dengan memanfaatkan dan mengembangkan potensi sumber daya budaya dan teknologi semaksimal mungkin. Menurut UNESCO Statistic Model, industri kreatif berbasis budaya dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori yakni Industries in core cultural domains dan industries in expanded cultural domain. Kategori pertama meliputi museum, galeri, perpustakaan, penampilan seni, festival, visual art, kerajinan, penerbitan, televisi, desain, radio, film, fotografi dan media interaktif. Sedangkan kategori kedua meliputi perlengkapan musik, arsitektur, periklanan, percetakan, perangkat lunak dan perangkat audiovisual.

Dalam mempelajari tentang ekonomi dan industri kreatif, saat ini belum ada

definisi baku yang disepakati tentang apa itu industri kreatif. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai bentuk industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sementara Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, melalui Dirjen Industri Kecil dan Menengah mendefinisikan industri kreatif adalah kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi. Selain terkait dengan definisi, juga tidak terdapat kejelasan perbedaan antara konsep ekonomi kreatif, industri kreatif maupun industri berbasis budaya (cultural industries) (Fahmi, 2014).

Secara umum industri kreatif di Indonesia terbagi menjadi 16 sub sektor. Keenam belas sub sektor meliputi: (1) aplikasi dan pengembang permainan (2) arsitektur (3) desain interior (4) desain komunikasi visual (5) desain produk (6) fashion (7) film, animasi dan video (8) fotografi (9) kriya (10) kuliner (11) music (12) penerbitan (13) periklanan (14) seni pertunjukan (15) seni rupa dan (16) televisi dan radio (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014).

Industri kreatif berbasis budaya, adalah industri yang merujuk kepada industri yang menggabungkan kreativitas, produksi dan komersialisasi sebuah konten kreatif yang dapat berupa barang maupun jasa dan bersifat budaya secara natural (Moore, 2014). Budaya sebagai salah satu sumber utama kreativitas memiliki potensi yang sangat besar untuk digali dan dikembangkan lebih lanjut untuk menjadi produk-produk yang dapat dikomersialkan. Budaya yang merupakan hasil kreativitas yang berkesinambungan selama jangka waktu yang panjang, telah menjadi warisan yang sangat berharga bagi generasi

sesudahnya. Warisan budaya yang dapat berupa artefak seperti rumah adat, makanan tradisional, maupun dalam bentuk lain seperti adat dan kebiasaan, bahasa lisan maupun tulis, dapat dimanfaatkan sebagai sumber kreatifitas yang tidak ada habisnya. Indonesia sebagai salah satu negara dengan kekayaan budaya yang sangat besar, ditandai dengan banyaknya suku yang berdiam di Indonesia beserta seluruh budaya yang melekat kepadanya. Keseluruhan kekayaan budaya Indonesia itu menjadi source industri kreatif, terutama yang berkaitan dengan seni dan budaya dengan beragam nilai etnik dan kerajinan yang menyertainya. Keunikan seni dan budaya dari suku yang berdiam di Indonesia, tidak terdapat di belahan dunia yang lain termasuk di dalamnya juga makanan tradisional yang memiliki cita rasa yang unik maupun Bahasa dan jenis budaya lainnya yang berbeda-beda di setiap tempat di wilayah Indonesia.

Salah satu tantangan terbesar dalam pengembangan industri kreatif berbasis budaya adalah tersedianya Sumber Daya Manusia yang mampu dan siap menghadapi perubahan teknologi yang cepat, dan memiliki pengetahuan yang baik tentang budaya yang ada. Perubahan yang cepat, membutuhkan manajemen yang bersifat fleksibel dan tangguh terhadap perubahan, namun tetap memperhatikan budaya lokal. Dengan cepatnya perubahan pada industry, membuat pelaku usaha dalam industry kreatif harus selalu inovatif.

Tantangan kedua yang juga penting adalah masalah infrastruktur industri yang masih lebih mengedepankan modal dibandingkan kreativitas. Kreativitas terkadang baru akan memperoleh penghargaan yang sesuai manakala disukai oleh pasar. Namun demikian pasar sudah mulai beralih untuk menghargai kreativitas, namun ada kalanya kalah oleh para pemodal besar yang mampu mempengaruhi pasar dan persaingan menjadi tidak sehat.

Perkembangan teknologi yang cepat, tidak hanya berdampak dalam melestarikan maupun mengembangkan budaya melalui industri kreatif. Akan tetapi, perkembangan teknologi tersebut juga dapat mengubah budaya itu sendiri. Dengan semakin tipisnya batas antara satu wilayah dengan wilayah lain, atau bahkan satu negara dengan negara lain akan menyebabkan terjadi infiltrasi budaya melalui berbagai macam jalan. Contoh adanya infiltrasi budaya yang masuk melalui industri kreatif adalah kasus K-Pop dan drama dari Korea, tokoh kartun Disney, tokoh kartun dari Jepang, industri musik dari Inggris dan Amerika maupun industri perfilman dari Hollywood maupun Bollywood di India yang mampu memberikan pengaruh yang besar kepada generasi muda dari berbagai negara.

Dengan kuatnya pengaruh ini tentu saja berpotensi terjadinya para penggemarnya akan mengikuti 'budaya' yang dibawa oleh artis tersebut. Permasalahan hak cipta dalam era Industry 4.0 menjadi sebuah tantangan besar bagi budaya-budaya lokal. Maupun bagi berbagai jenis industri kreatif lainnya (Mayana, 2004). Mudah-mudahan orang melakukan duplikasi produk-produk ekonomi kreatif berbasis budaya, berpotensi besar merusak struktur ekonomi kreatif karena akan ada banyak pelaku yang dirugikan. Maraknya pembajakan dalam industri musik, film, maupun aplikasi menjadi salah satu tantangan besar bagi para pelaku maupun pemangku kebijakan untuk menghasilkan solusi yang menguntungkan semua pihak.

Proses kreatif ini merupakan suatu hal yang kompleks, bukan hanya faktor kognitif saja yang berperan sebagaimana dikemukakan oleh Ward (2004) bahwa faktor kognitif diperkirakan memiliki kaitan yang erat terhadap tugas wirausaha untuk menghasilkan ide yang baru dan berguna, namun terdapat peran yang paradoks oleh

ilmu pengetahuan, yang dapat meningkatkan namun juga dapat menghambat kreativitas.

Dalam proses kreatif yang dilakukan oleh wirausaha industri kreatif tersebut, seni mempunyai peran yang signifikan, yaitu mengasah kepekaan sehingga proses kreatif akan lebih mudah untuk dilakukan. Adapun peran seni dalam membangun kepekaan ini mungkin terkait dengan yang dikemukakan Wislesky (2007) bahwa seni dapat membantu pembangunan konsep diri yang diinginkan konsep diri menjadi lebih berarti.

KESIMPULAN

Industri berbasis ekonomi kreatif dapat dikembangkan lebih luas dengan menggunakan pendekatan berbasis budaya. Indonesia dengan kekayaan budaya yang sangat besar, memiliki potensi dan berpeluang besar menjadi pusat ekonomi kreatif dunia.

Perkembangan teknologi dalam era Industry 4.0 membawa banyak perubahan khususnya dalam industri kreatif, dimana terdapat banyak bidang industri kreatif yang perkembangannya sangat terbantu dengan kehadiran era Industry 4.0.

Kehadiran era industry 4.0 juga memberikan konsekuensi yang dapat memungkinkan sebuah budaya berkembang secara cepat, namun juga bisa mematikan budaya lain yang kurang populer. Permasalahan hak cipta menjadi sangat penting untuk diwujudkan karena industri berbasis digital sangat mudah untuk diduplikasi. Kunci dari pengembangan industri kreatif berbasis budaya terletak dari kesiapan sumber daya manusia yang fleksibel dan memiliki kemampuan menangani perubahan secara cepat.

Seni dirasakan sangat membantu mengasah kreativitas dan daya inovasi, sebab seni merangsang untuk mengembangkan ide-ide baru. Hal tersebut sesuai dengan industri kreatif yang tujuannya adalah menciptakan produk-

produk kreatif yang baru. Ketrampilan dalam seni memiliki banyak kegunaan dan merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh para wirausaha industri kreatif. Inovasi tercipta melalui proses kreatif, yang dilakukan melalui beberapa fase, namun peran dari emosi dan kepekaan dalam proses kreatif ini cukup signifikan. Kepekaan dalam proses kreatif dapat juga dikembangkan melalui pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bernadien, Sandra Nurlela & Ferry. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri: Pedoman Praktis Bagi UKM*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Hadiyati, Ernani. 2010. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*.
- Widagdo. 2001. *Desain dan Kebudayaan*. Jakarta: Dirjen Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional