Pertunjukan Liong dan Barongsai di Yogyakarta: Redefinisi Identitas Tionghoa

oleh

Sudono, Suhartono, GR Lono Lastoro Simatupang
Kementerian Komunikasi Dan Informatika,
Sekolah Tinggi Multi Media "MMTC" Yogyakarta
Jl. Prawirotaman 10 Yogyakarta
Email: dhonosudono@gmail.com

ABSTRACT

Since the reformation era, the Indonesian Chinese get their rights as citizens of the nation of Indonesia. They earn the right to live as citizens as the other nations in Indonesia, including the practice of their religion and belief, as well as their culture. Nevertheless, political discrimination of the New Order government for three decades had created blockage impact on cultural transfer from one generation to the next. Today, when they get their freedom, the process of commodification of culture also played a role in redefining their identity. This study aims at determining how they define their identity. This study used a qualitative descriptive approach. The technique of collecting data used literature study, observations and in-depth interviews. The result of the study shows that commodification of Chinese culture does not make the vanishment of their identity and culture, but it has strengthened the Chineseness and created the emergence of the new texts on Liong and Barongsai culture.

Keywords: Liong, Barongsai, redefinition of Chinese identity

ABSTRAK

Sejak lahirnya reformasi, orang Tionghoa Indonesia memperoleh hak mereka sebagai warga bangsa Indonesia. Hak hidup sebagaimana warga bangsa lainnya di Indonesia telah mereka peroleh kembali, termasuk menjalankan agama dan kepercayaan, serta budaya mereka. Namun demikian, kebijakan diskriminatif pemerintah Orde Baru selama tiga dasawarsa berdampak pada tersumbatnya transfer budaya dari generasi ke generasi berikutnya. Kini, ketika kebebasan tersebut didapat, proses komodifikasi budaya juga ikut berperan dalam mendefinisikan identitas mereka kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mereka mendefinisikan identitas mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan data menggunakan studi literatur, pengamatan dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi atas budaya Tionghoa tidak bermuara pada matinya identitas dan hilangnya kebudayaan Tionghoa, tetapi justru telah memperkuat ke-Tionghoan dan juga munculnya teks-teks baru pada produk budaya Liong dan Barongsai.

Kata kunci: Liong, Barongsai, redifinisi identitas Tionghoa

PENDAHULUAN

Sejak reformasi digulirkan, sering kita saksikan budaya Tionghoa ikut ambil bagian dalam berbagai *event* baik *event* lokal maupun nasional. Stasiun televisi menyiarkan berbagai macam pertunjukan kesenian yang berakar dari budaya Tionghoa ini. Tarian-tarian tradisional, olah raga hingga pertunjukan Liong dan Barongsai dapat disaksikan setiap saat. Masyarakat umum dapat menanggapi kelompok Liong dan Barongsai kapan saja serta untuk kepentingan apa saja. Pertunjukan ini sudah menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat. Tarian Liong dan Barongsai seringkali dipergunakan dalam acara-acara rapat akbar seperti halnya kampanye sebuah partai. Tarian ini juga dapat disaksikan di kalangan masyarakat non-Tionghoa yang sedang menyelenggarakan hajatan. Masih banyak lagi budaya-budaya Tionghoa yang sudah “diadopsi” oleh masyarakat Indonesia pada umumnya.

Di Yogyakarta, sebagian besar para pemain kesenian Liong dan Barongsai adalah masyarakat non-Tionghoa. Jika dibandingkan dengan masyarakat Tionghoa sendiri, khususnya generasi muda, masyarakat non-Tionghoa terlihat lebih tertarik dan tidak canggung dalam mempertunjukan jenis tarian ini. Teknik yang mereka pakai untuk menggerakkan tubuh naga atau Liong dan Barongsai tidak berbeda dengan orang Tionghoa sendiri ketika bermain tarian ini. Biasanya pimpinan perkumpulan kelompok ini pernah bergabung dengan perkumpulan Liong dan Barongsai yang didirikan oleh orang-orang Tionghoa yang kemudian keluar dari kelompok tersebut dan mendirikan perkumpulan sendiri.

Kini tarian Liong dan Barongsai semakin populer di tengah-tengah masyarakat Yogyakarta. *Event-event* budaya sudah hampir dapat dipastikan bahwa kedua tarian ini selalu menjadi pengisi acara dalam *event* tersebut. Namun demikian, hal yang menarik adalah bahwa walau tarian tersebut sudah jelas hasil budaya bangsa Cina¹, namun para pemain justru lebih didominasi oleh masyarakat non-Tionghoa. Apabila pada awalnya terjadi proses identifikasi “cina yang njawani” (Cina yang ‘menjadi’ Jawa), maka kini telah terjadi sebaliknya “Jawa yang Nyinani” (Jawa yang ‘menjadi’ Cina). Proses tersebut memang tidak sepenuhnya seperti Cina yang menjadi jawa, dimana mereka bersikap dan berperilaku seperti layaknya orang Jawa. Jawa yang “Nyinani” masih terbatas pada *moment-moment* tertentu khususnya ketika mereka sedang memainkan tarian Liong dan Barongsai dengan kostum dan segala atribut yang mencerminkan sebagai orang Tionghoa, atau ketika mereka sedang melaksanakan ritual bersama dengan orang Tionghoa.

Selama pengamatan menunjukkan bahwa masyarakat Tionghoa yang mempertahankan identitas mereka melalui seni tari Liong dan Barongsai jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan orang Tionghoa lainnya yang justru asing dengan tarian ini. Terdapat sebuah perkumpulan yang selama ini *concern* dengan budaya mereka. Perkumpulan tersebut adalah *Hoo Hap Hwe* (Perkumpulan Budi Abadi). Di Yogyakarta hanya perkumpulan ini yang masih mempertahankan nilai-nilai budaya Cina. Selebihnya perkumpulan yang ada lebih kepada kegiatan-kegiatan sosial walau mereka setiap kali merayakan *event-event cultural* mereka masih lebih aktif jika dibandingkan dengan orang-orang Tionghoa.

hoa lainnya yang memang sudah tidak mengenal budaya leluhur mereka sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mereka mendefinisikan kembali identitas etnik mereka yang selama pemerintahan Orde Baru telah dilarang untuk menjalankan praktik-praktik kultural, politik, hingga keagamaan. Bagaimana mereka berusaha melakukan kontrol atas identitas-identitas mereka sendiri untuk mendefinisikan diri mereka dengan cara-cara mereka sendiri secara selektif (Ritzer, 2003). Identitas mereka yang selama pemerintahan Orde Baru telah terkikis akibat diskriminasi, perlahan mereka membangun kembali melalui *event-event* budaya. Namun demikian, tanpa dapat dihindari, komoditisasi Liong dan Barongsai juga memberikan warna ketika mereka mencoba meredefinisikan identitas mereka tersebut. Masyarakat non-Tionghoa menjual tarian tersebut dengan latar belakang *profit oriented*. Kini Liong dan Barongsai telah masuk ke dalam barang komoditas. Barker (2004:28) mengatakan:

Commodification the process associated with capitalism by which objects, qualities and signs are turned into commodities where a commodity is an item whose prime purpose is sale in the market place. The study of culture has long involved a stand of thinking critical of the commodification of culture by which the culture industry turns people and meanings into commodities that serve its interests. Thus, in a process that Marx called commodity fetishism, the surface appearance of goods sold in the market place is said to obscure the origins of those commodities in an exploitative relationship at the level of production (Barker, 2004:28).

Namun demikian, seperti yang dikatakan Hoon (2012) bahwa identitas itu tidak statis, tetapi dinamis dan bisa diubah serta didefinisikan kembali. Apakah dengan diubahnya nilai-nilai budaya menjadi sebuah komoditas oleh masyarakat non-Tionghoa tersebut akan mempengaruhi identitas ke-Tionghoan mereka. Untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan tersebut, penulisan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui studi literatur, pengamatan terlibat dan wawancara mendalam. Data-data yang diperoleh diolah secara *comprehensive* dengan menggunakan pendekatan analisis wacana dan etnografi. Sementara itu untuk memahami Liong dan Barongsai sebagai produk seni budaya, digunakan pendekatan semiotika teks.

PEMBAHASAN

Pada awalnya bangsa Cina yang masuk ke wilayah Nusantara pada abad XV tinggal di daerah-daerah pesisir pantai utara Jawa terutama di daerah-daerah pelabuhan untuk memudahkan usaha mereka dalam rangka perdagangan. Namun lambat laun seiring dengan pertambahan jumlah mereka di wilayah Nusantara, akhirnya mereka menyebar hingga ke pedalaman pulau Jawa termasuk di antaranya di wilayah Yogyakarta.

Keberadaan masyarakat Tionghoa di Yogyakarta ini dapat dilihat dari pengangkatan seorang Kapiten Tionghoa yang bernama *To In* oleh pemerintah kolonial Belanda (Wibowo, 2001:63). *To In* menandatangani perjanjian pajak tetap bersama Sri Sultan Hamengku Buwono

I dalam Perjanjian Giyanti pada Februari 1755. *To In* diangkat sebagai Kepiten di Ketandan² dan sekaligus sebagai pemimpin komunitas Tionghoa. Pada waktu itu, jumlah orang Tionghoa yang tinggal di Yogyakarta lebih kecil dibanding orang Tionghoa yang tinggal di pesisir utara Jawa. Orang Tionghoa ketika itu sudah terbiasa dengan cara hidup orang Jawa, meskipun bahasa yang mereka gunakan masih bahasa Melayu (Carey, 1986:20).

Mereka berpakaian seperti layaknya orang Jawa serta beberapa “abdi dalemnya”. Suhartono (2002:26) mengatakan :

Selain sudah terbiasa dengan hidup orang Jawa, orang Tionghoa ini juga mengawini wanita pribumi³ serta berperilaku meniru kehidupan bangsawan Jawa dengan rumah, abdi, pengiring dan kebiasaan serta perilaku yang tak ubahnya seorang pangeran. Kerjasama antara orang Belanda dan orang Tionghoa lebih diperkuat dengan ikatan perkawinan walaupun tidak jarang pula terjadi konflik diantara kedua etnik.

Memperhatikan pendapat Suhartono di atas, nampaknya orang Tionghoa pada waktu itu mencoba mengidentifikasi diri mereka sebagai orang pribumi³. Akan tetapi, mengidentifikasi orang Tionghoa adalah bukan sesuatu yang mudah. Skinner (1973:67) dan Suryadinata (1986:2) berpendapat bahwa untuk mengklasifikasikan seseorang di Indonesia sebagai orang Cina, merupakan sesuatu yang amat sukar. Namun Willmott (1960:15) berpendapat lain. Ia justru berpendapat bahwa mengklasifikasikan seseorang itu apakah termasuk orang Cina atau bukan adalah sesuatu yang mudah. Perka-

winan campuran antara orang Cina dan pribumi hampir dapat dipastikan bahwa keturunan mereka akan memiliki nama Cina dan mereka akan lebih terakulturasi kedalam keluarga Cina.

Pendapat di atas memang ada benarnya. Di sebagian daerah di Indonesia, keturunan hasil perkawinan campuran tersebut juga menggunakan bahasa Cina dalam kehidupan mereka sehari-hari. Di Kalimantan barat, istilah peranakan dipakai untuk membedakan keturunan dari orang tua mereka yang telah mengadakan perkawinan campuran. Bahasa yang mereka gunakan adalah bahasa Cina. Namun demikian, di daerah lain, seperti halnya di hampir semua bagian di pulau Jawa, keturunan hasil perkawinan campuran tersebut lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia. Sebagian besar tidak dapat lagi menulis dan membaca aksara Cina serta tidak dapat berbahasa Cina (Weldon, 1974; Purwanto 1973, 1990; Wilmott, 1961). Oleh sebab itu, membedakan seseorang itu Tionghoa atau bukan tidak bisa ditentukan dengan bahasa apa yang mereka pakai.

Pendapat Weldon, 1974; Purwanto 1973, 1990; Wilmott, 1961 tersebut terbukti benar. Hampir seluruh generasi muda bahkan generasi diatas mereka juga sudah tidak bisa lagi berbahasa Cina (Mandarin), serta sudah tidak tahu lagi kebudayaan mereka secara signifikan. Pemahaman mereka tentang kebudayaan hanya terbatas pada hal-hal yang lebih bersifat ritualistik (*physical*) tanpa mengetahui makna filosofis sesuai dengan ajaran atau budaya leluhur mereka. Hal ini dapat dilihat bagaimana mereka harus mempersiapkan segala sesuatu sebelum mengadakan tarian Liong dan Barongsai sebagai tarian yang lebih menekankan makna spiritual.

Pengamatan penulis memberikan simpulan sementara bahwa persiapan ritual sebelum memainkan kedua binatang mitologi itu lebih bersifat "hafalan" tanpa mengetahui makna yang sedang mereka lakukan. Kelengkapan apa saja yang harus mereka persiapkan, kenapa menggunakan kelengkapan itu, mengapa menggunakan buah-buahan, mengapa menggunakan daun beringin, kenapa menggunakan kue, berapa jumlah masing-masing kelengkapan tersebut, dan bagaimana mereka harus berdoa dengan menggunakan *hio*⁴ dengan cara membakarnya, berapa jumlah batang *hio*⁴ yang harus mereka bakar, persyaratan lainnya seperti darah ayam hitam polos dan putih polos dan lain sebagainya.

Ketidaktahuan generasi muda terhadap akar budaya leluhur mereka tentu saja tidak hanya disebabkan politik deskriminasi oleh pemerintah Orde Baru semata, walau perlakuan deskriminatif tersebut cukup berdampak terhadap kelangsungan budaya yang dibawa oleh leluhur mereka, namun globalisasi yang melanda seluruh dunia juga berperan merubah tata cara dan pola perilaku masyarakat. Budaya global lebih mudah diterima oleh masyarakat dari pada budaya tradisional yang dirasa kurang menarik. Kedua faktor diatas kiranya dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap generasi muda Tionghoa untuk memahami budaya tradisional mereka sendiri. Namun demikian tidak semua generasi muda Tionghoa sudah melupakan budaya mereka. Pemerintah (daerah) bersama dengan elemen masyarakat lainnya mendorong masyarakat Tionghoa untuk lebih aktif dalam memperkenalkan budaya mereka sebagai bagian dari budaya bangsa melalui berbagai *event* budaya.

Masyarakat Tionghoa di Yogyakarta Era Reformasi

Seperti halnya masyarakat Tionghoa lainnya, era reformasi memberikan angin segar bagi kehidupan masyarakat Tionghoa di Yogyakarta. Dihapuskannya Instruksi Presiden no. 14/1967 memberikan kebebasan bagi mereka untuk menjalankan ibadah sesuai kepercayaan mereka. Liong dan Barongsai yang telah mati suri selama 32 tahun kembali menggeliat di tempat-tempat keramaian, di dalam toko dan tak jarang pula menari di rumah-rumah yang sedang menyelenggarakan hajatan. Tak jarang pula terlihat di acara-acara kampanye suatu partai.

Kebebasan itu juga diikuti terbentuknya komunitas-komunitas atau paguyuban yang mempunyai latar belakang dan tujuannya masing-masing. Pembentukan paguyuban tersebut ada yang berlatar belakang atas kesukuan mereka dari tanah leluhur, namun paguyuban juga didirikan atas dasar kepentingan tertentu seperti misalnya kegiatan social, pendidikan, kebudayaan atau olah raga dan beberapa latar belakang lainnya. Di Yogyakarta terdapat 4 paguyuban yang berlatar belakang atas kesukuan, 10 paguyuban berlatar belakang atas kepentingan sosial, budaya, ekonomi, kematian, agama dan sebagainya, dan 5 paguyuban yang lebih dekat dengan ke-olahragaan.

Euforia kebebasan ini tidak ditanggapi oleh masyarakat Tionghoa saja, namun ditanggapi oleh masyarakat bumiputra yang juga mendirikan paguyuban seni tari tradisional Liong dan Barongsai. Di Yogyakarta terdapat lima kelompok Liong dan Barongsai. Kelompok-kelompok tersebut adalah Putra Mataram, Pambers, Isaku Iki, Naga Selatan dan *Hoo Hap Hwe*. Empat kelompok diatas selain *Hoo Hap*

Hwe adalah termasuk kelompok ngamen⁵, sementara *Hoo Hap Hwe* termasuk pada kategori kelompok ritual. Kelompok *Hoo Hap Hwe* ini melakukan kegiatan ritual tertentu sebelum mengadakan atraksi dalam suatu *event* sakral seperti menyambut datangnya tahun baru Imlek, *Peh Cun* dan peristiwa-peristiwa sakral lainnya. Kegiatan ritual yang disebut *thiam*⁶ dilaksanakan sebelum atraksi pertunjukan dimulai dengan tujuan agar selama pertunjukan para pemain “diberi” keselamatan dan selama pertunjukan berjalan dengan baik. Kelompok ini sebagian besar para pemainnya adalah orang Tionghoa. Kelompok ini tidak tampil untuk kepentingan ekonomi, akan tetapi lebih kepada kegiatan spiritual.

Kelompok ngamen, biasanya tampil pada acara-acara pembukaan toko, rumah makan dan sebagainya. Kelompok tersebut tampil bersifat komersial untuk mendapatkan kompensasi tertentu. Biasanya kelompok tersebut tampil dengan motivasi finansial. Sebenarnya, terdapat satu jenis kelompok lain, yang disebut kelompok festival. Kelompok festival biasanya tampil dalam acara-acara tertentu misalnya acara kompetisi untuk suatu kejuaraan tertentu yang diadakan dengan tujuan khusus seperti halnya dalam rangka menyambut suatu hari besar tertentu. Namun di Yogyakarta, kelompok festival ini secara khusus tidak ada, namun demikian apabila sedang diadakan lomba/festival, kelompok ngamen bisa mengikuti kegiatan festival tersebut. Hal ini berbeda dengan kelompok-kelompok yang terdapat seperti di Jakarta maupun kota-kota lain. Baik kelompok ngamen maupun kelompok festival hampir semua anggotanya adalah orang-orang bumiputra. Akan tetapi yang penting untuk digarisbawahi adalah, bahwa kelompok ngamen

ini mendapatkan bantuan finansial dari tokoh-tokoh Tionghoa Yogyakarta.

Sebagai kelompok ngamen, kelompok ini tampil dalam suatu pertunjukan dengan tujuan untuk mendapatkan kompensasi tertentu. Apabila yang menanggapi mereka adalah seorang warga, maka dia akan memberikan sejumlah uang kepada kelompok tersebut. Akan tetapi, pemerintah daerah juga memanfaatkan seni tari mereka dalam acara tertentu yang biasanya bertujuan untuk pengembangan dunia pariwisata. Oleh sebab itu, kelompok ini lebih menempatkan kesenian Liong dan Barongsai sebagai suatu komoditas. Dalam hal ini, pertunjukan Liong dan Barongsai telah beralih fungsi dari seni tari untuk kepentingan ritual berubah makna sebagai komoditas.

Komodifikasi liong dan barongsai di Yogyakarta

Komodifikasi yang terjadi pada seni budaya ini secara tidak langsung distimulasi oleh pemerintah melalui pengembangan program kepariwisataan yang muaranya untuk peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Seperti diketahui, Yogyakarta memiliki beberapa predikat sebagai kota pelajar, kota budaya, kota perjuangan hingga kota pariwisata. Melalui jalur kepariwisataan, pemerintah mencoba mengangkat (me-revitalisasi) seni dan budaya Tionghoa yang pada dasarnya sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Pemerintah daerah mencoba mengangkat seni budaya Liong dan Barongsai sebagai media yang diharapkan mampu mengembangkan potensi wisata daerah. Pemerintah menyadari benar, setidaknya terdapat tiga *event* besar budaya Tionghoa yang dapat dijadikan sebagai *calendar of event* setiap tahun yang bagi pe-

merintah dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan ekonomi daerah.

Liong dan barongsai yang muncul pada agenda *event* tahunan, juga *event-event* yang sifatnya perorangan, menjadi salah satu daya tarik wisata budaya. Liong dan Barongsai yang selama kurun waktu tiga dasawarsa tidak dapat dinikmati oleh masyarakat umum, maka di era mencairnya politik diskriminasi ini menjadi sesuatu yang sangat menarik bagi masyarakat dan memiliki nilai wisata yang tinggi. Pemerintah daerah memberi dorongan yang besar kepada masyarakat Tionghoa untuk mengemas setiap *event* mereka agar lebih menarik dari tahun ke tahun untuk memancing wisatawan. Masyarakat non Tionghoa juga telah ikut membangunkan Liong yang telah mati suri dengan mendirikan kelompok-kelompok tari mereka.

Bangunnya Liong dan Barongsai dalam kemasan pariwisata, akan merubah apa yang ada pada Liong itu sendiri. Pada konteks pariwisata, seni budaya ini bisa mempunyai makna ganda. Tarian yang bersifat ritual dan tarian yang memiliki nilai ekonomi. Proses komodifikasi bisa jadi merubah otentisitas budaya tersebut (Maunati, 2006). Sementara perubahan itu sendiri mungkin akan memperkuat kebudayaan atau justru melemahkan kebudayaan itu sendiri. Oleh sebab itu, lepas dari menguat atau melemahnya otentisitas budaya ini, eksistensi Liong dan Barongsai menjadi menguat kembali di tengah masyarakat walau mungkin telah mengalami perubahan nilai dan perubahan bentuk teks. Tidak mengherankan apabila bentuk teks Liong dan Barongsai berbeda dari satu kelompok dengan kelompok lainnya. Perubahan bentuk ini tergantung dari para pembuatnya. Dengan perubahan bentuk teks, tidak meng-

herankan pula apabila terdapat Liong yang tidak mempunyai sisik, akan tetapi tubuh naga ini dihiasi mirip dengan warna seragam (*uniform*) dari kesatuan Tentara Nasional Indonesia, TNI, doreng. Warna Liongpun beraneka ragam dengan hiasan-hiasan sesuai dengan selera yang diinginkan oleh kelompok tersebut. Tidak ada lagi bulatan intan yang berada di tengah-tengah kedua matanya.

Proses komodifikasi ini tidak hanya terjadi di tengah-tengah masyarakat, akan tetapi proses ini telah terjadi di lingkungan aparat pemerintah khususnya TNI. Corak dan warna Liongpun sudah sama sekali keluar dari 'pakem' yang ada. Roberts (2010:32), mengatakan bahwa *In ancient Chinese myth dating to the prehistoric period, dragons were presented as serpents with a horse's head, two horns, and a pearl in the centre of the forehead*. Liong komoditas sudah berubah bentuk. Gigi yang tidak menunjukkan kekuatan, tanduk yang telah digambarkan dalam bentuk yang lebih kecil dari yang semestinya sebagai tanduk rusa yang besar dan kuat. Keempat kaki yang tidak diperlihatkan cakarannya yang menggambarkan cakar elang yang kuat.

TNI Angkatan Darat, Kodam Diponegoro termasuk salah satu instansi pemerintah yang memiliki kelompok permainan Liong ini. Kelompok ini tetap mempertahankan identitas mereka melalui *uniformnya* yaitu 'doreng'. Terlihat disini terjadi pertarungan dua identitas dalam satu teks. Liong adalah salah satu identitas yang "dimiliki" oleh orang Tionghoa, sementara corak 'doreng' adalah identitas kesatuan Tentara Nasional Indonesia. Pertarungan dua identitas ini juga tidak hanya terjadi di institusi TNI, namun telah terjadi pula di tengah masyarakat. Kelompok Panbers membuat Liongnya dengan

corak 'doreng'. Terjadi pula di Surakarta terdapat liong yang memiliki corak batik. Warnapun juga telah mengalami perubahan. Liong raksasa peraih penghargaan "MURI" dengan panjang 131 dengan diameter 70 centimeter memiliki warna dominan kuning dan merah. Kelompok lain lebih memilih warna abu-abu sebagai warna dominan Liong yang mereka mainkan.

Komodifikasi kebudayaan Tionghoa ini terjadi di berbagai daerah tidak hanya dikemas dalam paket pariwisata. Yang dimaksud komodifikasi kebudayaan Tionghoa disini adalah proses mengemas dan menjual objek-objek kebudayaan Tionghoa seperti pertunjukan-pertunjukan yang ditampilkan melalui gerak dan tari serta dengan segala asesori yang melengkapi obyek Liong dan Barongsai tersebut. Proses ini juga termasuk merubah nilai gerak dan tari tersebut dari makna awal (ritual) menjadi nilai-nilai ekonomi tertentu sesuai dengan kepentingan masyarakat penikmat pertunjukan tersebut.

Dapat diambil contoh Komodifikasi yang terjadi pada suku Dayak dan komodifikasi yang terjadi di Bali. Dalam hal ini, komodifikasi yang terjadi adalah mengkomoditiasi produk budaya Dayak untuk tujuan pariwisata. Ukiran-ukiran, patung hiasan dan sebagainya berubah makna menjadi bernilai ekonomi. Maunati (2006:248-249), peneliti suku Dayak mengatakan bahwa "...di Long Mekar, jika pengunjung ingin mengambil gambar seorang Dayak berdaun telinga panjang, mereka diharapkan membayar Rp 5.000 (setara dengan A\$1) untuk satu kali pengambilan gambar, ada kesepakatan di desa itu mengenai hal ini ..."

Seperti yang telah disinggung di depan, tarian Liong dan Barongsai dapat dinikmati oleh semua masyarakat dalam

kesempatan yang berbeda seperti pada rapat-rapat akbar yang diselenggarakan oleh suatu partai dengan tujuan menarik masa sebanyak-banyaknya, acara menyambut hari raya Imlek oleh toko-toko *super market*, tarian ini dapat disaksikan di media-media elektronik untuk kepentingan *intertainment*. Dalam permainan semacam ini, fungsi ritualistik sudah tidak nampak lagi. Para pemain lebih menitikberatkan bagaimana mereka dapat menampilkan naga secara artistik, enak dilihat dan dapat menghibur penontonnya. Semakin menarik tariannya, maka semakin menguntungkan tujuan bisnis mereka.

Kepentingan komodifikasi menyebabkan Liong sebagai fungsi ritual berubah menjadi Liong yang menghibur. Permainanpun semakin bermacam-macam gerakan atau tarian yang diperagakan dengan tanpa menghilangkan sejumlah gerakan tertentu yang memang sudah ada pada setiap permainan liong. Gerakan yang sudah ada tersebut diantaranya adalah Liong yang sedang tidur (istirahat), bentuk tubuh Liong tersebut melingkar dimana di tengah-lingkarannya dari tubuh Liong tersebut adalah kepala Liong itu sendiri yang sedikit paling tinggi dari badannya tersebut. Selain itu juga terdapat gerakan *hoo pak*. Gerakan *hoo pak* adalah gerakan seperti spiral yang dibentuk oleh tubuh naga. Gerakan memelintir-melintir seperti spiral.

Gerakan-gerakan diatas adalah gerakan yang selalu ada pada setiap permainan Liong, baik untuk ritual maupun komersial. Namun apabila dikaji lebih dalam lagi, proses komodifikasi yang terjadi pada budaya Tionghoa terhadap Liong dan Barongsai terlihat adanya perbedaan apabila dibandingkan dengan, misalnya, proses komodifikasi yang terjadi pada suku Da-

yak maupun budaya yang ada di Bali. Komodifikasi yang terjadi pada suku dayak, dapat dipahami bahwa, suku dayak sendiri yang “menjual” budaya mereka walau yang mereka jual itu produk-produk budaya untuk tujuan ritual sekalipun. Agen-agen yang terlibat di dalamnya seperti pemerintah, investor adalah pemicu munculnya proses komodifikasi. Begitu juga dengan proses komodifikasi yang terjadi pada masyarakat dan kebudayaan Bali. Mereka menjual kegiatan-kegiatan ritual, produk hasil seni budaya mereka untuk kepentingan ekonomi mereka sendiri. Proses-proses ritual yang mereka selenggarakan tentu saja masih mereka pegang maknanya dalam konteks tradisi (kepercayaan), namun proses ritual juga mereka komoditisasi sebagai “barang” komoditas.

Hal yang sama juga terjadi pada suku Dhani di Irian Jaya. Lukisan-lukisan yang unik, ukiran dan seni rupa seperti patung yang khas telah mereka rubah menjadi barang komoditas. Analogi proses komodifikasi yang terjadi pada masyarakat Suku Dani ini tidak berbeda seperti yang terjadi pada masyarakat dan budaya Bali. Namun hal ini berbeda dengan proses komodifikasi yang terjadi pada budaya Tionghoa terhadap Liong dan Barongsai. Dalam konteks ritual, sebagian masyarakat Tionghoa masih percaya tradisi yang telah berlangsung secara turun-temurun. Masyarakat Tionghoa masih percaya bahwa apabila mereka memberikan *Ang pao* kepada Barongsai, maka mereka akan mendapatkan rejeki yang lebih besar di masa yang akan datang. Dalam setiap *event* budaya yang melibatkan pertunjukan Liong dan Barongsai, dimanapun *event* tersebut, untuk tujuan apa *event* tersebut, orang Tionghoa berkeinginan untuk memasukkan amplop merah berisi

sejumlah uang (*Ang pao*) ke dalam mulut Barongsai. Pada perayaan *Peh Cun* yang diselenggarakan di pantai selatan, misalnya, orang Tionghoa secara bergantian mendekati diri mereka kepada Barongsai yang sedang bermain untuk kemudian memasukkan *ang pao* ke dalam mulut Barongsai. Kegiatan ini juga dilakukan pada saat acara menyambut tahun baru, Imlek. Pemain Barongsai yang notabene orang bumiputra (non Tionghoa) mendapatkan *ang pao* dari orang-orang Tionghoa.

Pada acara penyelenggaraan peringatan berdirinya kelenteng dimana mereka melakukan ritual sembahyangan. Peringatan hari lahirnya Kelenteng (*Jut Bio*) ini biasanya diselenggarakan secara besar-besaran. Biasanya mereka mengundang anggota-anggota kelenteng lain baik dari dalam kota maupun bahkan dari luar kota yang jauh jaraknya sekalipun. Pada kegiatan perayaan peringatan hari berdirinya tersebut, salah satu kegiatan yang paling dinanti-nantikan adalah festival berjalan kaki mengelilingi jalan-jalan tertentu yang ada di kota dimana kelenteng tersebut berada. Banyak peserta yang mengikutinya. Terdapat puluhan peserta yang mengikuti acara festival tersebut. Mengarak Dewa yang mereka sembah, membawa simbol-simbol identitas tertentu hingga pertunjukan Liong dan Barongsai sepanjang jalan yang dilaluinya.

Selama dalam perjalanan tersebut (biasanya melewati jalan-jalan di komplek Pecinan) toko-toko yang dilewati arak-arakan meminta barongsai tersebut untuk masuk ke dalam tokonya dan kemudian pemilik toko memberikan *Ang pao* kepada Barongsai tersebut. Mereka percaya apabila Barongsai tersebut masuk ke dalam tokonya dan memberi *Ang pao* kepada pemain Barongsai, dipercayai bahwa hari-

hari yang akan datang toko miliknya akan lebih banyak lagi mendatangkan rejeki.

Kelompok pemain Liong dan Barongsai dalam rangka *Jut Bio* adalah orang Tionghoa karena kelompok Liong tersebut biasanya juga kelompok Liong dan Barongsai milik kelenteng tertentu yang notabene adalah orang Tionghoa. Mereka sebagai pemain Barongsai pada dasarnya tidak membutuhkan *Ang pao* semata (karena faktor ekonomi), tapi pemain tersebut semata-mata memberikan "pertolongan" kepada pemilik toko agar tokonya nanti lebih banyak mendatangkan rejeki. Kepercayaan ini lebih banyak terjadi pada orang tua, di kalangan generasi muda Tionghoa nampaknya tidak begitu dipercayai lagi.

Yang menarik adalah bahwa, walau ketika dalam suatu *event*, para pemain Liong dan Barongsai bukan orang Tionghoa - bumiputra- namun kepercayaan akan mendapatkan rejeki yang lebih banyak apabila mereka memberikan *ang pao* masih juga tetap dipegang. Dalam hal ini, proses komodifikasi bukan diciptakan oleh orang Tionghoa sebagai "pemilik" kebudayaan, akan tetapi justru diciptakan oleh masyarakat non Tionghoa yang memainkan Liong dan Barongsai tersebut. Para pemain Liong dan Barongsai tersebut lebih berorientasi pada nilai-nilai finansial, akan tetapi orang Tionghoa yang memberikan *ang pao* tersebut lebih kepada masalah sebuah kepercayaan.

Paket pariwisata yang dibangun pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi memicu masyarakat non Tionghoa untuk menjadikan budaya Tionghoa sebagai komoditas yang mendatangkan nilai ekonomi bagi mereka. Ditemukan fenomena komodifikasi dalam bentuk lain bahwa Liong yang secara fisik berwujud seperti seekor ular, telah

diciptakan dalam bentuk mini sepanjang tidak lebih dari 20 cm yang terbuat dari bahan kertas untuk mainan anak-anak. Liong mini tersebut diberi sebuah *stick* kecil yang diikatkan pada kepala liong. Tentu saja bila dibandingkan dengan liong/naga dalam pemahaman wujud yang sebenarnya, liong "imitasi" ini sudah jauh berubah dari yang seharusnya.

Pertanyaan yang kemudian berkembang adalah apakah fenomena komodifikasi Liong dan Barongsai sebagai makhluk ritual berubah menjadi sebuah komoditas akan menghilangkan identitas ke-Tionghoan mereka atautkah justru akan memperkuat identitas mereka. Pertanyaan ini berangkat dari pemahaman bahwa budaya itu sifatnya dinamis. Budaya itu dapat berubah atau berkembang sesuai dengan pola pikir masyarakat yang memilikinya. Sehingga dengan demikian, apabila bentuk Liong dan Barongsai terus mengalami perubahan sesuai dengan keinginan pasar karena proses komodifikasi, sementara itu pemahaman tentang makhluk ritual sedikit demi sedikit terkikis dari masyarakatnya, maka bukannya tidak mungkin pada suatu saat Liong dan Barongsai sebagai identitas masyarakat Tionghoa akan hilang. Namun benarkah demikian.

Untuk menjawab pertanyaan identitas ke-Tionghoan di atas, dapat kita perhatikan bagaimana Liong dan Barongsai tampil di depan umum. Bagaimana kedua makhluk mitologi ini dimainkan dan bagaimana masyarakat menanggapi tontonan ini. Bukan Liong dan Barongsai apabila para pemain tidak mengenakan kostum atau pakaian model Cina. Selama dalam pengamatan penulis, pertunjukan Liong dan Barongsai ini justru lebih menegaskan eksistensi budaya Tionghoa itu

sendiri. Baik para pemain maupun orang yang menikmati pertunjukkan ini lebih melihat bahwa seni budaya Liong dan Barongsai ini adalah budaya masyarakat Tionghoa. Nuansa yang muncul ketika orang melihat pertunjukan ini, sudah terlebih dahulu membawa pikiran kita akan budaya yang berasal dari Cina. Perasaan ini diperkuat lagi dengan segala macam simbol identitas yang melekat pada pertunjukkan Liong dan Barongsai itu secara keseluruhan. Artinya bahwa, asesoris, warna, bentuk, lambang-lambang yang melekat pada Liong maupun Barongsai sudah menunjukkan bahwa budaya itu adalah budaya Tionghoa. Walaupun teks Liong telah mengalami perubahan, namun bentuk teks secara keseluruhan tidak merubah identitasnya sebagai produk budaya Cina. Dengan baju model mandarin dengan lambang-lambang ke-Tionghoan mereka, calana dan sepatu yang mengindikasikan model Tionghoa semakin mempertegas bahwa seni budaya itu adalah seni budaya Tionghoa yang sumbernya berasal dari negeri Cina.

Apabila kita bandingkan dengan seni budaya lokal yang ada di Indonesia, seperti seni budaya Bali, atau Dayak maupun seni budaya dari daerah lain yang ada di Indonesia, misalnya ukiran, semuanya masih bersifat lokalitas, artinya bahwa seni budaya itu tetap bersifat kedaerahan atau kesukuan. Secara global tidak semua orang mengetahui dari mana seni budaya tersebut berasal. Tidak semua tahu bahwa sebuah patung dibuat oleh orang bali (budaya Bali). Budaya tersebut akan semakin sulit dikenali apabila telah tersentuh oleh proses komodifikasi dengan tujuan ekonomi. Hal ini berbeda dengan seni budaya Cina. Apapun bentuk perubahan itu, tetap akan lebih mudah mengenali dari

mana budaya itu berasal. Alasannya adalah bahwa budaya ini berasal dari sesuatu Negara. Liong dan Barongsai mewakili budaya dari suatu Negara yang disebut Cina. Hal ini berbeda dengan budaya Bali atau Dayak yang masih bersifat lokal dalam suatu wilayah Negara tertentu. Selain dari pada itu, budaya yang berasal dari Negara Cina ini dibawa oleh warga bangsanya sendiri ketika mereka kemudian hidup dan menetap di suatu Negara yang baru. Perpindahan tempat tinggal warga bangsa Cina ini terjadi hampir diseluruh Negara di seluruh dunia. Hal ini menjadikan budaya Cina itu sendiri telah mengglobal di seluruh dunia. Oleh sebab itu, walau budaya itu mengalami komoditisasi untuk tujuan ekonomi, identitas budaya tersebut akan tetap ada.

Barth (1983) mengatakan, identitas etnik merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks, dimana batasan-batasan simbolik terus menerus membangun dan dibangun melalui mitologi, sejarah, bahasa dan juga pengalaman masa lalu. Maunati (2006) mengatakan identitas budaya yang terus dibangun itu menjadi suatu konstruksi yang memungkinkan untuk digunakan dalam memperkuat identitas-identitas itu ketika kelompok sedang menghadapi suatu ancaman. Setiap kelompok berusaha mendefinisikan identitas mereka. Bagitu juga dengan kelompok minoritas, mereka berusaha melakukan kontrol atas identitas-identitas mereka sendiri. Proses komodifikasi itu sendiri lebih banyak dilakukan oleh agen-agen lain, jadi bukan masyarakat yang "memiliki" budaya itu sendiri. Artinya, pelaku komoditisasi budaya Cina tersebut dilakukan oleh suatu agen, dan bukan orang Cina itu sendiri. Sementara orang Cina masih tetap menempatkan budaya

tersebut sesuai pada fitrahnya, bahwa produk budaya Liong dan Barongsai adalah budaya yang dibawa leluhur mereka dari China yang memiliki nilai-nilai spiritual tertentu.

Dengan demikian, terdapat perbedaan peristiwa komoditisasi antara budaya Cina dengan budaya lain seperti halnya budaya-budaya yang ada di Indonesia seperti yang telah diuraikan di atas. Jelaslah, budaya Bali dikomoditisasi oleh orang Bali sendiri, dan budaya Dayak dikomoditisasi oleh orang Dayak itu sendiri, demikian juga dengan budaya suku Dani. Sementara itu, budaya Cina tidak dikomoditisasi oleh orang Tionghoa itu sendiri dimanapun proses komodifikasi itu terjadi. Perbedaan ini yang menjadikan Liong dan Barongsai tidak akan kehilangan identitasnya. Artinya, bahwa Tionghoa yang ada di Indonesia tidak akan kehilangan identitas budayanya walau Liong dan Barongsai mengalami proses komodifikasi. Bahwa budaya ini telah menjadi bagian dari khasanah budaya bangsa adalah sesuatu hal yang berbeda. Fakta menyatakan bahwa budaya ini hidup dan bertahan di Indonesia sejak ratusan tahun lamanya. Budaya China yang ada di Indonesia berbeda dengan budaya China yang ada di Singapura, berbeda dengan budaya China yang ada di Malaysia, Vietnam dan sebagainya. Budaya Tionghoa memiliki dimensi tersendiri jika dibandingkan dengan budaya China yang ada di Negara-negara lain.

PENUTUP

Setelah mengkaji proses-proses komodifikasi kebudayaan Tionghoa di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan bahwa

komodifikasi atas budaya Tionghoa tidak bermuara pada matinya identitas dan hilangnya kebudayaan Tionghoa, tapi justru yang terjadi adalah proses komodifikasi telah memperkuat ke-Tionghoan dan juga munculnya teks-teks baru pada produk budaya Liong dan Barongsai. Munculnya teks-teks baru ini sekaligus semakin memperkuat warna identitas Tionghoa dari kamata global. Adanya Liong dengan kulit 'doreng', kulit liong dengan ornament batik tradisional semakin membedakan Liong Tionghoa Indonesia dengan Liong 'Tionghoa' Singapura, Malaysia Vietnam maupun Liong-liong dari Negara lain. Masyarakat Tionghoa Yogyakarta tetap pada apa yang mereka percayai terhadap nilai-nilai budaya mereka walau teks liong itu sendiri telah berubah bentuk teksnya.

Pemerintah daerah (Yogyakarta) dan semua Pemerintah daerah di seluruh Indonesia hendaknya lebih meningkatkan proses terwujudnya saling memahami kedua kelompok masyarakat (Tionghoa – non Tionghoa) untuk persatuan dan kesatuan serta keutuhan bangsa. Melalui berbagai media, seperti halnya paket-paket pariwisata, penyelenggaraan pekan budaya lokal dapat mendorong terwujudnya tujuan tersebut. Selain itu, perlu kesadaran bersama kedua masyarakat di atas untuk saling menghargai eksistensi masing-masing, memahami perbedaan hingga terwujud masyarakat multikultural.

CATATAN AKHIR

1. Pada uraian selanjutnya penggunaan istilah Cina dan Tionghoa akan digunakan secara bergantian karena beberapa tulisan yang menjadi acuan ada yang menggunakan istilah Cina, teta-

- pi juga ada yang menggunakan istilah Tionghoa.
2. Ketandan adalah suatu area pecinan yang terletak satu kilometer sebelah utara keraton Yogyakarta
 3. Istilah pribumi yang akan digunakan dalam kajian ini untuk menghindari kerancuan pemahaman. Istilah pribumi akan sering digunakan dalam studi ini untuk menyebut orang Indonesia asli (*Indonesian*). Namun demikian yang dimaksud orang Indonesia untuk orang Indonesia asli ini sama sekali tidak berarti bahwa seorang WNI keturunan Tionghoa bukan termasuk bangsa Indonesia. Pembatasan ini untuk mempermudah pemahaman dalam membedakan kedua kelompok etnis bagi keperluan pembahasan.
 4. *Hio* adalah sejenis dupa yang berbentuk batangan menyerupai lidi dengan aroma wangi yang biasanya dipergunakan untuk sembahyang bagi warga Tionghoa.
 5. Kelompok Liong dan barongsai yang bersifat komersial. Mereka tampil untuk mendapatkan sejumlah imbalan yang berupa uang.
 6. Thiam : Upara ritual yang bersifat sakral dengan memohon kepada Thien (Tuhan) untuk mendapatkan keselamatan sebelum mengadakan pertunjukan.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Barth, Fredrik.
1983. "Introduction" dalam Fredrik Barth (ed). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Bergen-Oslo: Universitets Forlaget. London: George Allen & Unwin.
- Carey, Peter.
1986. *Orang Jawa dan Masyarakat Cina (1755-1825)*. Jakarta: Pustaka Azet.
- Hari Porwanto.
1990. *Orang Khek di Singkawang: Suatu Kajian Mengenai Masalah Asimilasi Orang Cina Dalam Rangka Integrasi Nasional di Indonesia*. Jakarta. Disertasi Doktor pada Universitas Indonesia.
- I Wibowo.
2001. "Sumbangan Masyarakat Cina bagi Pertumbuhan Kosa Kata Bahasa Indonesia" dalam *Basis* edisi April 1986.
- Leo Suryadinata.
1986. *Pribumi Indonesia: The Chinese Minority and China*. Singapore. Hernemann Asia.
- Maunati Yekti.
2006. *Identitas Dayak, Komodifikasi dan Politik Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS.
- Roberts, Jeremy.
2010. *Chinese Mythology A to Z*. USA: Chelsea House Publishers.
- Skinner, G. William.
1973. *Change and Persistence in Chinese Culture Overseas: A Comparison of Thailand and Java*. Southeast Asia: The Politics of National Integration. John T. McAlister (ed). New York. Randon House.
- Suhartono.
2001. *Serpihan Budaya Feodal*. Yogyakarta: Agastya Media.

Weldon, Peter.

1974. *Indonesian and Chinese Status and Language Difference in Urban Java*, *Journal of Southeast Asian Studies*, (V/1). Singapore. McGraw-Hill Far Eastern Publisher Ltd.

Wilmott, Donald E.

1960. *The Chinese of Semarang: A Changing minority community in Indonesia*. Ithaca-New York. Cornell University Press.

-
1961. *The National Status of the Chinese in Indonesia 1900-1958*. Modern Indonesia Project. Ithaca-New York. Southeast Asia Program Department of Far Eastern Studies. Cornell University.