

HARI SURYANTO  
HANIF ADINUGROHO WIDYANTO  
ADHI SETYO SANTOSO  
JONY OKTAVIAN HARYANTO  
AJIE KAWENTAR

**DUSUN GUNUNG MALANG:  
MUTIARA-TERPENDAM  
DI.PULAU LOMBOK**

PresUniv Press



9 786028 111311

esUruv fuss



**Dusun Gunung Malang:  
Mutiara Terpendam di Pulau Lombok**



©2019

Hari Suryanto

Hanif Adinugroho Widyanto

Adhi Setyo Santoso

Jony Oktavian Haryanto

Ajie Kawentar

Diterbitkan oleh:

**President University**

Jalan Ki Hajar Dewantara, Mekarmukti, Cikarang Utara

Bekasi 17550

ISBN 978-602-61953-8-8



Ousun Gunung Malang yang terletak di Desa Taman Ayu, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat, merupakan sebuah dusun yang sangat asri. Ousun ini menyimpan kekayaan terpendam, yaitu kemampuan penduduk lokal untuk membuat kain tenun dengan kualitas yang sangat baik dan telah diturunkan selama beberapa generasi. Namun demikian, kekayaan terpendam ini belum mampu mengangkat derajat hidup masyarakat setempat yang masih banyak di antaranya berada di bawah garis kemiskinan.

Bahkan, yang lebih menyedihkan lagi, banyak anak-anak muda di dusun tersebut yang mulai tidak tertarik belajar menenun karena hanya dianggap sebagai pekerjaan sampingan yang tidak dapat diandalkan sebagai sumber nafkah. Hal ini juga berdampak pada hilangnya beberapa tenunan asli dari Dusun Gunung Malang yang kini telah punah, karena sudah tidak ada lagi yang mampu membuatnya.

Oengan latar belakang ini, penulis melakukan penelitian untuk melihat potensi wisata yang dapat dikembangkan di Dusun Gunung Malang untuk dapat melestarikan potensi daerah dan kearifan lokal. Serangkaian penelitian dengan pendekatan kualitatif dilaksanakan untuk menggali fenomena tersebut. Kami berharap, buku ini dapat menjadi acuan awal bagi pengembangan wisata di Ousun Gunung Malang.

Kritik, komentar, dan masukan dari para pembaca sangat diharapkan untuk memperkaya buku ini ke depannya.

Cikarang, 15 November 2019

Penulis

## Daftar Gambar

Gambar 1.1. Model Prociuk Berbasis Budaya (diadopsi dari Smith, 1994) ...	12
Gambar 1.2. Pak Nurhadi, sesepuh Dusun Gunung Malang, dengan sarung kain printing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1.3. Motif beberapa kain lurik yang tidak memiliki perbedaan yang menonjol .....	19
Gambar 1.4. Penduduk setempat menunjukkan kain di atas sepeda motor karena ketiadaan tempat display produk yang layak .....	20
Gambar 1.5. Penempatan alat tenun di beranda rumah .....	21
Gambar 2.1. Tahapan Penelitian .....	30
Gambar 2.2. Anyaman bambu yang mirip dengan motif Ulat Bide .....	32
Gambar 2.3. Motif kain Ragi Pengantin .....	33
Gambar 2.4. Wayang kulit Sasak .....	38
Gambar 3.1. Alur Metodologi Proses Penelitian .....	45
Gambar 3.2. Wawancara bersama pada penelitian yang kedua Bapak Nurhadi, sesepuh Dusun Gunungmalang Desa Taman Ayu Kabupaten Lombok Barat .....	49
Gambar 3.3. Wawancara bersama Bapak Nurhadi, pada Penelitian awal yang dilakukan di dusun Gunung Malang Desan Taman Ayu Kabupaten Lombok Barat. ....	50
Gambar 3.4. Ibu Nuraeni Sedang Melakukkan Aktifitas Menenun Selepas Pulang Dari Bekerja di Sawah .....	51
Gambar 3.5. Bapak Darwiah (kiri) bersama dengan anaknya Darwilis (kanan), seniman pembuat wayang sasak Dusun Gunung Malang Desa Taman Ayu, .....	52
Kabupaten Lombok Barat. ....	52
Gambar 3.6. Proses Perekaman Video Sampai Dengan Editing Non Linier Pada Masa Penggunaan Materi Rekam Pita Kaset Mini Dv .....	58

Gambar 3.7. Konvergensi Teknologi, Trim dengan Menggunakan Editing Non Linier Materi Data SO Ca,d .....	59
Gambar 3.8. Konvergensi Teknologi yang Sekarang dapat Kita Temukan Aplikasi Terapanya pada Telepon Pintar .....	59
Gambar 3.9. Dengan teknologi telepon pintar yang dilengkapi dengan jaringan internet maka kita bisa menginformasikan kebudayaan kita lebih luas jangkauanya .....	62

## Daftar Isi

Kata Pengantar .....	1
Daftar Gambar .....	4
Daftar Isi .....	6
Abstrak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 1 Menuju Desa Wisata: Belajar Dari Dusun Gunung Malang .....	7
BAB 2 <i>Discovering the Local Wisdom for Traditional Weaving Fabric and Wayang Panji at Dusun Gunung Malang</i> .....	23
BAB 3 Film Media untuk Merepresentasikan Kembali Potensi Seni dan Budaya pada Suatu Wilayah dengan Menggunakan Konvergensi Teknologi .....	40
Daftar Pustaka .....	65

## BAB 1

### Menuju Desa Wisata: Belajar Dari Dusun Gunung Malang

*Buku ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk melihat potensi Dusun Gunung Malang sebagai Desa Wisata. Kami mencoba meneliti faktor-faktor yang harus dilakukan baik dari sisi produksi, pemasaran, serta hambatan yang ada untuk menjadi Desa Wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu melalui wawancara mendalam dengan tujuh orang pelaku budaya di Dusun Gunung Malang. Kami juga melakukan penelitian ethnography, di mana salah satu peneliti tinggal/ di dusun tersebut selama hampir satu bulan untuk melakukan pengamatan dan memperoleh pemahaman tentang fenomena yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu dilakukan serangkaian tindakan lanjutan untuk meningkatkan produksi, pemasaran, serta mengatasi hambatan untuk menjadikan Dusun Gunung Malang sebagai desa wisata.*

**Kata kunci:** *desa wisata, kain tenun, produksi, pemasaran*

## LATAR BELAKANG

Dusun Gunung Malang terletak di Desa Tammi Ayu, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dusun ini secara turun temurun telah dikenal menghasilkan kain tenun berkualitas tinggi untuk daerah Lombok Barat dan sekitarnya. Menurut salah satu tetua dusun tersebut, yaitu Pak Nurhadi (74 tahun), sepanjang yang beliau ingat, sejak zaman nenek beliau juga sudah menjadi penenun.

Karena sudah turun temurun dan dikerjakan dengan *hand made* dan dijalankan oleh para penenun yang sudah menenun sejak masa mudanya, maka kualitas kain tenun di Dusun Gunung Malang ini berkualitas tinggi dan jauh berbeda dibandingkan dengan kain tenun yang ada di daerah lain. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Oni (43 tahun) yang merupakan pemerhati kain tenun yang tinggal di Mataram.

Meskipun demikian, ketika peneliti melakukan observasi ke lokasi sepanjang tahun 2018 dan pertengahan tahun 2019, didapati bahwa produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang tersebut tidak berkembang bahkan mengalami penurunan, baik dari sisi produksi maupun kemauan anak-anak mudanya untuk menjadi penenun.

Sebagai salah satu contoh adalah hilangnya kain tenun dengan bahan khusus dan bermotif ulat gedek yang sudah tidak lagi diproduksi. Bahkan, saat ini sudah tidak ada lagi penenun di Dusun Gunung Malang yang mampu membuat kain ulat gedek tersebut.

Hal ini sungguh disayangkan mengingat kain tersebut tidak hanya sebatas kain biasa, namun terdapat *local wisdom* (kearifan lokal) luhur yang terkandung di dalamnya. Sebagai contoh, pada zaman dahulu terdapat kain tenun dengan bahan "gedek", karena pada masa itu semua rumah di Dusun Gunung Malang menggunakan gedek sebagai dinding dan atapnya, yang sekaligus menunjukkan bahwa manusia sangat tergantung dari alam sehingga lingkungan harus dipelihara dengan tidak membuang sampah secara sembarangan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, di mana gedek diganti dengan tembok, maka kain gedek

y,1119 harus dikerjakan dengan tingkat kesukesan tinggi dan memakan waktu lama monjadikan harga kain tersebut mahal sehingga tidak ada lagi penenun yang mau membuatnya dan saat ini sudah tidak ada lagi yang mampu untuk membuat kain gedek tersebut.

Padahal jika digali dengan seksama, produksi kain tenun yang masih dilakukan secara manual dan tidak menggunakan mesin serta masih menggunakan bahan pewarna tradisional seharusnya mampu menarik wisatawan untuk hadir dan membeli kain tenun berkualitas tinggi tersebut yang akhirnya akan mendorong Dusun Gunung Malang menjadi Desa Wisata dan mengembangkan perekonomian warga setempat.

Dengan latar belakang ini, penelitian pada buku ini bertujuan untuk memahami berbagai faktor yang menyebabkan tidak berkembangnya Dusun Gunung Malang sebagai Desa Wisata dan juga berbagai faktor yang menyebabkan stagnasi bahkan mundurnya produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang. Adapun pertanyaan penelitian yang kami ajukan dalam buku ini antara lain sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang membuat produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang mengalami stagnasi bahkan kemunduran?
2. Faktor-faktor apa saja yang membuat penjualan kain tenun di Dusun Gunung Malang mengalami kesulitan?
3. Faktor-faktor apa saja yang menghambat Dusun Gunung Malang menjadi Desa Wisata?

## LANDASAN TEORI

### 1) Desa Wisata

Murdiyanto (2011) menjelaskan bahwa Desa Wisata pada dasarnya merupakan bentuk pengembangan suatu desa dengan memanfaatkan berbagai komponen yang ada di dalam masyarakat dan desa agar bisa berperan aktif sebagai atribut produk wisata yang terpadu dan mencerminkan berbagai ciri khas desa tersebut. Suatu desa dapat dikategorikan sebagai Desa Wisata jika daerah tersebut

mampu menampilkan kearifan lokal berdasarkan aspek sosial, ekonomi, sosial-budaya, adat istiadat, arsitektur bangunan, atau aktivitas lain yang bersifat khas dan menarik, baik dalam bentuk pertunjukan seni, akomodasi, makanan dan minuman, serta keunikan lain yang memiliki nilai tambah.

Menurut Dewi, Fandeli, dan Baiquni (2013), Desa Wisata pada dasarnya merupakan bentuk pembangunan pariwisata lokal berbasis masyarakat (*community-based tourism/CBT*) yang berorientasi ke depan. Pengembangan desa wisata diharapkan mampu menjadi katalis terwujudnya pemerataan pembangunan pariwisata secara berkesinambungan. Desa Wisata juga memiliki sisi positif karena mampu membangun nilai-nilai kearifan lokal desa tanpa merusak ekosistem budaya setempat. Selain itu, Nalayani dan Ayu (2017) menjelaskan tentang pentingnya peran Desa Wisata dalam memajukan ekonomi masyarakat dan meningkatkan pemerataan pembangunan desa. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan keseimbangan antara nilai lingkungan sosial dan ekonomi agar dapat memastikan keberlanjutan di masa mendatang. Potensi Desa Wisata juga setidaknya bisa dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu potensi wisata alam, wisata berbasis budaya, dan wisata buatan (*manmade*).

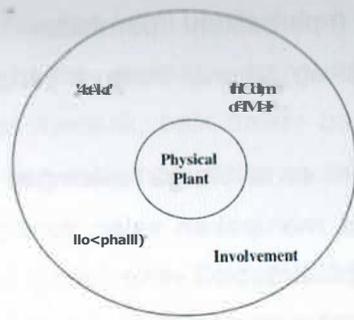
Di sisi lain, tantangan yang dihadapi dalam pengembangan Desa Wisata antara lain terkait dengan sumber daya manusia, kelembagaan, dan prasarana. Aspek sumber daya manusia menekankan pada pentingnya peningkatan motivasi, pemahaman, keterlibatan, dan regenerasi masyarakat Desa Wisata dalam menjalankan dan mengembangkan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Kedua, aspek kelembagaan terkait dengan pengelolaan dan pengorganisasian Desa Wisata agar mampu untuk mengaktualisasikan dan menjual berbagai potensi budaya yang menarik. Terakhir adalah prasarana, yang terkait dengan pembangunan dan perawatan prasarana pendukung wisata di desa melalui upaya

pendanaan, perbaikan peralatan, dan perluasan akses untuk mempromosikan potensi budaya yang ada (Rochayanti & Triwardani, 2013).

Peran serta warga setempat (CBT) dalam mengembangkan Desa Wisata merupakan salah satu prasyarat utama karena mereka merupakan pihak terkait yang paling memahami budaya, kearifan lokal, dan potensi wilayahnya. Dukungan dari warga setempat juga penting untuk bisa memastikan pengembangan Desa Wisata yang selaras dengan kebutuhan warga setempat (Amerta, 2019; Andini, 2013; Raharjana, 2012). Selain itu, perencanaan yang matang juga menjadi kunci keberhasilan agar Desa Wisata dapat menjadi objek wisata yang berkesan bagi wisatawan yang datang (Permanasari, 2010).

## 2) Produk Berbasis Budaya

Dalam artikelnya yang berjudul "*The Tourism Product*", Smith (1994) menjelaskan bahwa pengembangan produk berbasis budaya merupakan suatu prasyarat utama untuk dapat memenuhi permintaan pasar pariwisata yang terus berubah dan memastikan keberlangsungan industri dalam jangka panjang. Dalam kondisi yang ideal, produk berbasis budaya akan bertemu dengan permintaan di pasar, dihasilkan dengan biaya yang efisien, dan didasarkan pada kearifan lokal yang terdapat di daerah tersebut. Setidaknya, ada lima elemen produk berbasis budaya yang perlu dipertimbangkan, antara lain: bangunan fisik, layanan, keramahan (*hospitality*), kebebasan menentukan pilihan (*freedom of choice*), dan keterlibatan (*involvement*).



Gambar 1.1. Model Produk Berbasis Budaya (diadopsi dari Smith, 1994)

Pelaku industri pariwisata profesional pada umumnya selalu menekankan pentingnya produk budaya yang inovatif dan bervariasi, dan pada gilirannya meninggalkan kesan positif bagi konsumen. Dari perspektif pemasaran, produk berbasis budaya adalah berbagai hal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan dipromosikan ke pasar (Xu, 2010). Untuk bisa menjadi tempat tujuan wisata yang baik, produk berbasis budaya perlu dikembangkan sebagai factor penarik (*pull factor*) yang mampu membuat turis tertarik untuk mengunjungi daerah tersebut. Pada umumnya, turis berharap bahwa pengalaman budaya yang akan mereka rasakan terkait dengan berbagai karakteristik tradisi dan sosial-budaya yang terdapat di daerah tujuan wisata tersebut. Namun, industri pariwisata juga dapat menciptakan suatu produk budaya baru yang tidak terkait langsung dengan daerah tujuan wisata tersebut (Benur & Bramwell, 2015).

Dalam mengembangkan produk berbasis budaya, kearifan lokal budaya setempat harus menjadi prioritas utama karena dinilai mampu memberikan nilai tambah (*added value*) kepada pelaku usaha pariwisata, yang pada gilirannya bisa menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang berdasar pada keaslian budaya (*cultural authenticity*) setempat (Rowan & Baram, 2004). Selain itu, untuk memastikan turis bisa menikmati keaslian budaya setempat, perlu dipastikan adanya pengalaman 'artifak' (misal: pakaian, makanan, atau tempat tinggal) dan 'mentifak' (misal: kesenian, kepercayaan, dan nilai).

01et, karena itu, produk berbasis budaya perlu memastikan adanya kedua pengalaman tersebut (Ko, Lee, & Whang, 2013).

### 3) Pemasaran Produk Budaya

Pemasaran negara dunia ketiga merupakan suatu keniscayaan, dan beberapa destinasi pariwisata dengan tingkat pertumbuhan tertinggi berada di kawasan-kawasan ini (Echtner & Prasad, 2003). Dalam konteks pemasaran, bagaimana hal ini dipahami oleh konsumen dan pemasok menjadi sangat penting, karena sifatnya yang harus saling menguntungkan kedua belah pihak (Gronroos, 2009). Dalam rangka meningkatkan citra dan identitas suatu tujuan wisata, pemasar produk budaya dapat melakukan 'konsentrasi produk' (*product concentration*), dengan menetapkan hanya satu atau beberapa produk budaya utama di daerah wisata tersebut. Hal ini juga dapat meningkatkan pemahaman dan kekayaan produk budaya yang dimiliki masyarakat setempat, koordinasi pengadaan sarana dan prasarana yang relatif lebih mudah, dan juga kemungkinan adanya skala keekonomian (*economies of scale*), contohnya melalui pengembangan paket yang standar (Benur & Bramwell, 2015). Namun, kurangnya pilihan dalam pemasaran produk budaya yang menerapkan sistem konsentrasi produk dapat mengurangi kemungkinan untuk menawarkan layanan yang disesuaikan bagi kebutuhan wisatawan yang datang (Bramwell, 2004).

Menurut (Taylor, 2001), ketika suatu budaya ditetapkan sebagai obyek wisata, tingkat keasliannya (*authenticity*) cenderung mengalami penurunan. Cole (2007) menjelaskan bahwa ketika berbagai aspek dan nilai-nilai budaya telah disesuaikan untuk memenuhi permintaan wisatawan, budaya tersebut menjadi ter-komoditisasi (*commoditized*). Menurut Macdonald (1997), masyarakat menggunakan komoditisasi budaya (*cultural commoditization*) sebagai suatu pendekatan untuk memperkuat identitas, membangun narasi tentang

budaya mereka, dan menekankan sistem penting dan pengalaman lokal (*local experience*) di daerah tersebut. Menurut Widyastuti (2017), dalam masyarakat kapitalis, hal ini biasa terjadi, karena komoditisasi budaya dapat berpengaruh terhadap siapapun dan membuat budaya menjadi obyek pasar dan dirancang untuk memenuhi budaya konsumen. Pada umumnya, pemasaran produk budaya meliputi serangkaian kegiatan untuk melakukan komoditisasi budaya, menciptakan nilai (*values*), menyampaikan pesan, dan mempromosikan produk kepada pelanggan secara efektif (Shin, Cassidy, & Moore, 2011).

Dalam konteks pemasaran budaya, strategi pemasaran mensyaratkan adanya keputusan mengenai target pelanggan yang spesifik. Selain itu, bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi juga dapat dikembangkan untuk dapat menawarkan nilai (*value proposition*) yang mampu menarik perhatian pasar dengan menempatkan diri (*positioning*) secara unggul dibanding pesaing lainnya. Selanjutnya, untuk dapat memastikan keberlanjutan pengembangan budaya, perlu adanya pemasaran yang bersifat 'holistik' dengan mempertimbangkan dimensi sosial dan ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan menggabungkan akses serta pemberdayaan dan kreativitas budaya. (Shahhosseini & Tohid, 2011).

## METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan dua pendekatan kualitatif untuk menjawab persoalan penelitian yang diajukan dalam buku ini. **Pertama**, peneliti menggunakan *in-depth interview* (wawancara mendalam) yang dilakukan sepanjang bulan September 2018 dan juga Juli 2019 dengan beberapa informan kunci yang diyakini dapat memberikan gambaran lebih lengkap tentang fenomena yang terjadi. Adapun informan kunci tersebut adalah: (1) Tetua Desa yang bernama Pak Nurhadi (74 tahun). Pak Nurhadi dipilih karena pernah menjadi Kepala Dusun di tahun 1984 dan saat ini menjadi

salah satunya dalam salah satu sopo yang paling dituakan di Dusun Gunung Malang. (2) Penggiat kebudayaan Dusun Gunung Malang yang bernama Pak Ramli (37 tahun). Pak Ramli dipilih karena keluarganya merupakan pembuat gamelan di Dusun Gunung Malang, dan beliau sendiri merupakan seniman pemain gamelan. (3) Pak Ahmad Darwinis (72 tahun), yang merupakan penggiat budaya, yaitu pembuat wayang kulit satu-satunya di Dusun Gunung Malang. (4) Sastro bin Darwinis (35 tahun), yang merupakan putra dari Pak Ahmad Darwinis sekaligus yang disiapkan sebagai penerus pembuat wayang kulit. (5) Ibu Oni, yaitu guru SMP di Mirtaram yang memiliki ketertarikan dengan kain tenun Gunung Malang sekaligus sering melakukan penelitian tentang kain tenun. (6) Pak Nur Hidayat (53 tahun), yang merupakan kepala dusun (kadus) di Dusun Gunung Malang. (7) Ibu Aminah (32 tahun) yang merupakan salah satu perajin tenun yang ada di Dusun Gunung Malang.

Kedua, penelitian ini juga menggunakan pendekatan *ethnography*, yaitu observasi yang dilakukan salah satu peneliti sepanjang satu bulan, yaitu bulan September 2018. Observasi dilakukan untuk melihat proses produksi, sistem pemasaran, dan mencoba memahami nilai-nilai lokal yang ada di dusun tersebut. Hasil dari observasi tersebut penulis dokumentasikan dalam film dokumenter sambil melakukan pengecekan ulang jika ada hal yang terlewat

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### 1) Penurunan Produksi Kain Tenun Gunung Malang

Dari *in-depth interview* dan observasi langsung yang kami lakukan, kami menemukan bahwa produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang memang mengalami penurunan. Misalnya, seperti contoh yang telah kami singgung di atas, tentang hilangnya kain tenun gedek. Kain tenun ini diwariskan turun temurun dalam bentuk kain yang digunakan untuk baju. Hanya kain inilah yang spesifik lebih diperuntukkan untuk baju, sedangkan kain lainnya lebih diperuntukkan

untuk pe111blitan sa, unq ,tuu selmlut. Hllmq11y11 kaw1 le,1m gedek 1111 salah satunya d1sebabkan karena proses pembu11111ya 1111sullt, yang berakibat pada harga yang relatif mahal. Selain 111, k1111111 mayoritas pembelinya adalah penduduk lokal Dusun Gunung M..ilang sendiri, maka kain tenun gedek ini menjadi tidak terbeli dan akh1mya tidak ada lagi yang bisa mem-produksi dan saat ini sudah hilang.

"... saat ini sudah tidak adalagi yang bisa buat kain gedek, kalau zaman saya kecil dulu nenek saya masih buat namun saat ini sudah tidak ada yang bisa. Istri saya waktu masih kecil juga bisa buat sambil membantu ibunya namun sekarang sudah tidak bisa lagi." (Nurhadi, 74 tahun, tetua masyarakat).



Gambar 1.2. Pak Nurhadi, sesepuh Dusun Gunung Malang, dengan sarung kain printing

Penelusuran kami menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang membuat produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang menurun. **Pertama**, kami menemukan bahwa rendahnya penjualan merupakan faktor utama penyebab menurunnya produksi kain tenun di Dusun Gunung Malang. Dari hasil pengamatan dan juga dari wawancara, kami menemukan bahwa terdapat banyak kain yang menumpuk (pada

LHmmyi le>1h d<1r1 duo ka'n dalam satu keluarga) dan tidak laku, yang membuat para penenun tidak memiliki insentif untuk membuat kain tenun yang baru. Terlebih karena pembelinya hanya penduduk lokal dan tidak ada pesanan dari luar. Jika mereka terus produksi dan tidak ada pembelian, maka modal mereka akan tersedot sementara mereka perlu untuk makan dan kebutuhan sehari-hari.

"... jika memang ada pesanan tentu para penenun akan semangat untuk membuat kain tenun secara rutin. Namun karena tidak ada yang beli dan kain hanya menumpuk disimpan, maka uang kami tersedot kesana padahal rata-rata penduduk desa 1n perekonomiannya menengah ke bawah. Jika uang kami tersedot disana, lalu kami makan apa? (Ramli, 37 tahun, penggiat kebudayaan).

Temuan ini menjadi menarik karena sebetulnya pekerjaan menenun ini adalah pekerjaan sampingan, yaitu pekerjaan di waktu senggang ketika tidak ada kegiatan ataupun tidak pergi ke sawah. Jika ada kegiatan pertanian seperti menanam padi atau memanen, maka kegiatan menenun ini harus berhenti. Demikian juga ketika ada tetangga yang meninggal atau memiliki hajatan pernikahan, maka semua penduduk desa akan bergotong royong membantu dan meninggalkan pekerjaan menenun.

**Kedua**, rendahnya minat anak-anak muda untuk menjadi penenun. Mereka cenderung memilih bekerja di kota atau bahkan banyak juga yang menjadi tenaga kerja wanita di luar negeri yang menurut mereka lebih menjanjikan dengan gaya hidup yang modern. Generasi muda banyak yang merasa tidak memiliki harapan jika terus tinggal di desa dengan gaya hidup yang monoton. Pengaruh budaya luar melalui televisi dan media lainnya membuat anak-anak muda perempuan lebih tertarik untuk bekerja di kota, sehingga saat ini penenun yang ada di Dusun Gunung Malang hampir semuanya adalah

orang tua. Jika generasi 1ri berlalu suotu hon nantl, 1111k, bukan tidok mungkin cerita Dusun Gunung Malang sebaga1 sentrdl portoma kain tenun di Lombok Barat hanya tinggal kenangan saja.

".... Anak-anak muda disini lebih senang bekerja di kota atau luar negeri. Mereka pikir jika bekerja di kota akan mendapatkan gaji yang besar dan tidak ketinggalan jaman (Nur Hidayat, 53 tahun, Kadus Dusun Malang).

**Ketiga**, terjadinya perubahan budaya dan norma di Dusun Gunung Malang. Kain tenun ini utamanya digunakan dalam acara-acara tertentu seperti pernikahan atau bertemu mertua pertama kali, dan sebagainya. Namun saat ini, karena adanya pilihan kain *printing* yang jauh lebih murah dengan model yang lebih bermacam-macam dan banyak di antaranya mirip coraknya dengan kain tenun, membuat penduduk desa lebih memilih produk kain *printing* tersebut. Demikian juga dengan adanya sarung atau selimut buatan pabrik yang jauh lebih murah membuat kain tenun perlahan namun pasti ditinggalkan.

#### **Faktor-faktor yang membuat pemasaran kain tenun Dusun Gunung Malang mengalami kesulitan**

Setelah mengamati secara intensif dengan tinggal bersama di Dusun Gunung Malang dan berdasarkan serangkaian *interview* yang kami lakukan, kami mengambil beberapa kesimpulan kesulitan pemasaran produk kain tenun sebagai berikut:

**Pertama**, motif yang kurang bervariasi. Saat ini produksi kain tenun masih dilakukan orang per orang dari rumah tangga yang berbeda meskipun berasal dari dusun yang sama. Hal ini membuat produksi yang mereka lakukan hanya sebatas kemampuan dan berdasarkan pengalaman serta pengetahuan mereka saja. Faktor ini membuat produk kain tenun yang dihasilkan kurang lebih sama sehingga variasinya sangat minim. Hal ini sebenarnya wajar karena

pomb<sup>o</sup>l yong<sup>a</sup> do soot 1n111nya dari internal penduduk Dusun Gunung Malang saja, sehingga merekapun juga hanya tahu motif-motif lokal yang ada seperti *Ulat Bide*, *Rangrang*, dan *Ragi Seganteng* tanpa memiliki motivasi dan insentif untuk melakukan inovasi.

Berikut gambar yang kami ambil untuk menunjukkan bahwa kain tenun yang mereka produksi memiliki kreasi yang terbatas.



**Gambar 1.3. Motif beberapa kain lurik yang tidak memiliki perbedaan yang menonjol**

**Kedua**, harga yang relatif lebih mahal. Dari pengamatan yang kami lakukan, kualitas kain tenun Gunung Malang memang lebih bagus dibandingkan rata-rata kain tenun pada umumnya. Namun harga yang diterapkan juga relatif lebih mahal dibandingkan misalnya kain tenun dari Pasar Cakranegara atau Desa Sukarare. Demikian juga jika dibandingkan dengan kain batik dari Cirebon, Solo, Pekalongan, atau Lasem di mana kami pada tahun 2013-2014 juga melakukan penelitian di sana. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan, kami juga mendapatkan masukan bahwa penetapan harga lebih berdasarkan pada perkiraan karena tidak pernah ada perhitungan pasti mengenai besaran biaya yang dikeluarkan.

"... harga ya kira-kira saja. Dari dulu juga segitu..." (Ibu Aminah, 32 tahun, penenun kain tenun).

Selain itu, kami juga mengamati bahwa sebagian besar penenun, jika tidak dapat dikatakan semua, belum pernah keluar dari

Dusun Gunung Malang. Dengan demikian, mereka tidak memiliki pemahaman tentang harga pesaing dan motif yang ada di pasaran.

**Ketiga**, kami juga mengamati bahwa di Dusun Gunung Malang tidak memiliki *showroom* atau tempat khusus untuk menampilkan kain tenun tersebut. Kain-kain tersebut masih berada di rumah perorangan sehingga jika ada pengunjung dari luar akan melihat kain tersebut akan mengalami kesulitan.



Gambar 1.4. Penduduk setempat menunjukkan kain di atas sepeda motor karena ketiadaan tempat display produk yang layak

**Keempat**, produksi kain yang tidak sesuai permintaan pasar. Saat ini, semua penenun di Dusun Gunung Malang hanya membuat kain untuk sarung dan selimut. Meskipun kain tersebut dapat dipakai sebagai bahan baju (misalnya baju untuk pria atau wanita), namun penjahit merasakan kesulitan karena ukuran kain yang tidak standar dan juga merupakan kain sambungan. Saat ini, permintaan yang tinggi justru berasal dari kain bahan baju, sementara kain sarung dan selimut sangat terbatas jumlah permintaannya.

"... Di sini kami hanya membuat kain untuk sarung dan selimut. Oulu memang ada kain untuk bahan baju, namun sedikit jumlahnya dan saat ini sudah tidak ada lagi." (Nurhadi, 74 tahun, sesepuh desa).

Hal-hal di atas merupakan temuan kami tentang beberapa penyebab tidak optimalnya penjualan di Desa Gunung Malang.

## Faktor-faktor yang menghambat Dusun Gunung Malang menjadi Desa Wisata

Dan penelitian yang kami lakukan, kami melihat bahwa terdapat beberapa faktor yang menghambat berkembangnya Dusun Gunung Malang sebagai Desa wisata, yaitu:

**Pertama**, tidak adanya kekhasan dari Dusun Gunung Malang ini. Meskipun terdapat penenun namun letaknya masih sporadis dengan lokasi yang terkesan seadanya.



Gambar 1.5. Penempatan alat tenun di beranda rumah

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa kegiatan tenun ini memang merupakan pekerjaan sampingan di luar pekerjaan utama sebagai petani.

**Kedua**, masih kurangnya komitmen dari pemerintah, dalam hal ini pemerintah daerah dan pemerintah Kabupaten untuk membuat Dusun Gunung Malang ini menjadi Desa Wisata. Padahal, di Dusun Gunung Malang banyak sekali potensi yang dapat dijual sebagai Desa Wisata. Sebagai contoh, ada perajin wayang kulit satu-satunya di seluruh Lombok Barat dan saat ini telah banyak wisatawan asing maupun lokal yang membeli dari perajin wayang kulit tersebut. Hanya saja, selama ini promosi masih sebatas dari mulut ke mulut dan tradisional. Selain itu, setiap rumah juga memiliki bale-bale untuk menerima tamu yang merupakan hal unik dan menarik untuk dijual.

## KESIMPULAN

Melalui serangkaian penelitian yang telah kami lakukan dalam menyusun buku ini, kami mendapati bahwa sebenarnya Dusun Gunung Malang memiliki potensi luar biasa untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Produksi kain tenun yang turun temurun, lokasi yang asri di lereng pegunungan, dan produk kebudayaan lainnya seperti wayang kulit, telah membuat Dusun Gunung Malang, jika dikembangkan dengan serius, dapat menjadi Desa Wisata yang berpotensi menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Namun demikian, perlu upaya keras dari berbagai pihak, seperti pemerintah maupun penduduk lokal untuk bersama-sama berkomitmen melakukan transformasi dari dusun biasa menjadi sebuah Desa Wisata.

Penelitian dalam buku ini juga mencoba menggambarkan fenomena yang ada dan masih merupakan tahap awal dari serangkaian proses yang kami lakukan untuk dapat memberikan masukan secara ilmiah tentang bagaimana Dusun Gunung Malang dapat menjadi Desa Wisata. Sejauh ini, temuan kami menunjukkan bahwa masih terdapat banyak hal yang harus dilakukan, dan juga serangkaian tindakan komprehensif untuk dapat menjadikan Dusun Gunung Malang sebagai Desa Wisata, baik dari aspek produksi maupun pemasaran.

Kami berharap tulisan ini akan mampu menarik lebih banyak peneliti lain untuk dapat melakukan penelitian lanjutan tentang bagaimana mengembangkan Dusun Gunung Malang menjadi Desa Wisata. Dengan demikian, generasi muda di Dusun Gunung Malang tidak perlu lagi bekerja di luar daerah ataupun di luar negeri karena minimnya lapangan pekerjaan di sana. Demikian juga, produk-produk budaya lokal tidak akan hilang karena terus terjaga kelestariannya.

## BAB2

### ***Menemukan Kembali Kearifan Loka/ Kain Tenun Tradisional dan Wayang Panji di Dusun Gunung Malang***

*UJ, tom penelitian yang kami lakukan pada buku ini, penul/ is me/ akukan 1wnmjauan lapangan dan wawancara menda/ am untuk mendapatkan <11mbaran tentang fenomena yang hendak diteliti di Dusun Gunung M, 1/ ang. Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa baik kain tenun 11wupun Wayang Panji sarat dengan muatan kearifan lokal (local wisdom) dan dapat dijadikan sumber pemasukan potensial bagi masyarakat Dusun Gunung Malang.*

**Kata Kunci:** Kain Tenun, Wayang Panji, Kearifan Lokal.

## LATAR BELAKANG

Dusun Gunung Malang merupakan sebuah desa di Desa Taman Ayu, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dusun ini sudah sejak turun temurun merupakan dusun penghasil kain tenun berkualitas tinggi di Nusa Tenggara Barat, terutama di Kabupaten Lombok Barat. Selain itu, di dusun ini juga ada pengrajin Wayang Panji yang juga merupakan profesi turun temurun dan produknya telah dibeli dari pembeli di seantero negeri bahkan banyak juga pembeli dari luar negeri.

Dari pengamatan yang kami lakukan di tahun 2018, kami melihat bahwa produk kain tenun dan Wayang Panji yang ada di Dusun Gunung Malang memiliki kearifan lokal yang sangat kuat. Untuk kain tenun, misalnya, pada setiap motif terdapat arti dan kearifan lokal yang terkandung di dalamnya. Demikian juga waktu penggunaan kain tersebut yang mencerminkan budaya dan makna tertentu. Hal ini telah menjadi norma dan pengikat yang kuat di antara warga dusun dan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Hal yang sama juga berlaku pada Wayang Panji yang telah menjadi kebanggaan warga Dusun Gunung Malang karena merupakan satu-satunya Wayang Panji di seluruh Kabupaten Lombok Barat. Bahkan, kerajinan ini telah banyak dibeli oleh pembeli baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Wayang Panji ini juga sarat akan nilai-nilai lokal yang perlu digali lebih lanjut agar dapat memperkaya khasanah budaya dan juga untuk dikembangkan menjadi produk budaya lokal yang menjual.

Penelitian yang kami lakukan pada buku ini bertujuan untuk menemukan nilai-nilai yang ada dari produk kain tenun lokal dan Wayang Panji, dan merupakan kearifan lokal Dusun Gunung Malang. Penulis mencoba untuk memetakan kearifan lokal setempat seperti

produk kain tenun agar dapat ditularkan kepada generasi muda di Dusun Gunung Malang yang saat ini secara perlahan namun pasti telah meninggalkan kain tenun tersebut.

## RUMUSAN MASALAH

Konvergensi teknologi yang terjadi dewasa ini dengan adanya kemudahan mengakses berbagai macam informasi melalui internet dan media sosial menyebabkan terjadinya erosi nilai-nilai dan budaya yang terdapat di masyarakat, terutama bagi generasi muda, sehingga mengubah paradigma cara berpikir tentang kebudayaan. Hal ini dapat dilihat dari program hiburan yang mereka konsumsi, baik melalui media tradisional maupun digital, yang banyak menawarkan pola pandang baru tentang sebuah kebudayaan beserta nilainya, dan rentan menggerus budaya asli beserta kearifan lokal yang terkandung di dalamnya.

Hal ini juga dirasakan oleh penduduk di Dusun Gunung Malang, Desa Taman Ayu, Kabupaten Lombok Barat, yang merasakan hilangnya berbagai kearifan lokal yang selama ini ada dan telah menjadi tradisi secara turun temurun. Generasi muda di dusun tersebut cenderung memilih tinggal di kota untuk mencari pendapatan dan penghidupan yang lebih layak akibat kurangnya lapangan pekerjaan di kampung halaman mereka. Salah satu penyebab terjadinya hal ini adalah karena tidak adanya sistem pengelolaan serta pembinaan hasil kreativitas di dalam kebudayaan dengan baik oleh masyarakat di Dusun Gunung Malang. Akibatnya, mereka hanya bisa menunggu datangnya pesanan dari komunitas mereka sendiri, yang pada gilirannya membuat pendapatan mereka tidak menentu sehingga pekerjaan di bidang kreativitas budaya ini tidak menjadi

pilihan utama masyarakat setempat. Oleh karena itu, perlu dilakukan intervensi terhadap pembinaan dan pengelolaan kearifan lokal yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, baik dari masyarakat maupun pemerintah, maka nilai luhur serta kebudayaan yang menjadi perekat kehidupan sosial bermasyarakat di Dusun Gunung Malang akan terancam hilang.

## PERTANYAAN PENELITIAN

Dalam buku ini, untuk dapat membingkai tema kajian agar lebih mengarah pada pembahasan yang lebih mengerucut, maka dibutuhkan pertanyaan penelitian agar permasalahan yang ada menjadi lebih terpetakan. Pertanyaan penelitian yang kami ajukan pada bab ini antara lain:

- Bagaimana esensi *local wisdom* dalam kain tenun yang ada di Gunung Malang?
- Bagaimana esensi *local wisdom* dalam Wayang Panji yang ada di Gunung Malang?

## LANDASAN TEORI

### *Local Wisdom in Tourism*

Pada dasarnya, kearifan lokal (*local wisdom*) adalah usaha bersama dalam suatu komunitas untuk menjaga sumber daya yang digunakan secara terus-menerus untuk mendukung komunitas tersebut dan mempertahankan keseimbangan lingkungan (Hadiwijoyo, 2012). Kearifan lokal merupakan sikap positif masyarakat ketika berinteraksi dengan alam dan lingkungan sekitar mereka yang bersumber dari nilai-nilai yang mereka miliki tentang ritual dalam beragama, pesan dari tetua atau budaya lokal, yang terbentuk secara

alam dalam suatu komunitas masyarakat agar bisa beradaptasi dengan lingkungan di sekitar mereka. Kearifan lokal juga dapat diartikan sebagai usaha manusia dengan menggunakan kemampuan berpikir (*cognitive power*) mereka untuk menjalankan dan bersikap terhadap suatu obyek atau kondisi yang terjadi dalam tempat tertentu (Vitasurya, 2016). Kearifan lokal juga dapat didefinisikan sebagai berbagai gagasan setempat yang bijaksana, sarat nilai luhur, tertanam dengan baik, menjadi tradisi, dan dijalankan oleh masyarakat setempat secara alami (Sartini, 2004; Soedigdo, Harysakti, & Usop, 2014).

Secara umum, kearifan lokal terjadi karena adanya suatu proses internal di dalam masyarakat yang dijaga secara turun temurun dalam waktu yang relatif lama dan merupakan akibat dari interaksi antara manusia dengan lingkungan di sekitarnya. Dengan kata lain, kearifan lokal dapat dimaknai sebagai sistem bermasyarakat yang bersifat komunal, alih-alih individual (Dahlani, Soemarno, & Setijanti, 2015). Dalam penelitiannya, Sartini (2004) menyimpulkan bahwa kearifan lokal adalah perpaduan antara nilai-nilai luhur beragama dengan berbagai nilai yang terdapat di masyarakat, dari yang terkait dengan kehidupan yang sakral hingga yang profan (tidak suci). Meskipun lokal, namun nilai-nilai yang terkandung di dalam kearifan lokal bersifat universal. Selain itu, Adimihardja (2008) dan Sartini (2004) menjelaskan bahwa budaya setempat memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap pembentukan kearifan lokal.

Menurut penjelasan Soedigdo, Harysakti, dan Usop (2014), terdapat ada dua elemen utama dari kearifan lokal. Pertama adalah aspek manusia beserta pola pikirnya, dan kedua adalah kondisi alam

dan ikhm sotempat. Kearifan lokal juga terdiri dari m,pPk ymcJ bersifat nyata (*tangible*) seperti tulisan dan bangunan, dan bersifat tidak berwujud (*intangible*), seperti petuah sesepuh maupun lagu tradisional daerah yang mengandung ajaran turun temurun.

### **Produk Budaya**

Pengembangan produk berbasis budaya dijelaskan oleh Smith (1994), yang menekankan tentang pentingnya hal tersebut dalam memenuhi potensi permintaan di pasar pariwisata yang bersifat dinamis dan mendukung keberlanjutan industri di masa mendatang. Setidaknya terdapat lima elemen produk berbasis budaya, antara lain: bangunan fisik, layanan, keramahan (*hospitality*), kebebasan menentukan pilihan (*freedom of choice*), dan keterlibatan (*involvement*). Kebudayaan dimaknai sebagai pengejawantahan kehidupan seseorang atau kelompok dalam memperlakukan lingkungan alamiahnya. Oleh karena itu, terdapat tuntutan untuk senantiasa mengembangkan kemampuan, kreativitas, dan berbagai penemuan baru (Sartini, 2004).

Idealnya, untuk dapat memastikan keberlanjutan di masa depan, pengembangan produk berbasis budaya dipusatkan pada hubungan yang saling berkaitan (*interdependent*) antara dimensi sosial dan ekonomi suatu budaya. Selain itu, penggunaan media baru (*new media*) seperti internet dan media sosial dalam mengembangkan inisiatif komunikasi social dan budaya juga memungkinkan terjadinya berbagai macam jejaring untuk membuka pasar pariwisata yang tidak terbayangkan sebelumnya. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat untuk menjalankan strategi pemasaran yang sudah ditetapkan juga penting untuk memastikan

produk berbasis budaya yang kompetitif dan memiliki *pos1t10nmg* yang tepat di mata wisatawan sebagai target pasar (Shahhosseini & Lohidy, 2011).

Dalam mengembangkan produk berbasis budaya, masyarakat sebagai agen utama dalam proses perubahan juga harus senantiasa dilibatkan agar dapat secara aktif berpartisipasi dan tidak hanya dipandang sebatas subjek pembangunan. Masyarakat juga merupakan pihak yang paling memahami potensi wilayah yang bisa dikembangkan menjadi suatu produk budaya yang terintegrasi (Dewi, Handeli, & Baiquni, 2013; Raharjana, 2012). Di sisi lain, wisatawan sebagai klien utama produk juga harus diberikan kesempatan untuk dapat terlibat (*involvement*) dalam pengembangan produk berbasis budaya. Dalam konteks pariwisata, keterlibatan tidak sebatas dipahami sebagai partisipasi secara fisik, namun juga peran serta aktif agar dapat menikmati layanan wisata seutuhnya (Smith, 1994).

Menurut Benur dan Bramwell (2015), produk budaya bisa bersifat terkonsentrasi (*concentrated*) maupun beragam (*diverse*). Pertama, produk budaya yang terkonsentrasi memiliki implikasi bahwa pengembangan produk budaya hanya terpusat pada satu atau beberapa produk saja. Hal ini bisa menguntungkan karena produk yang ditawarkan dapat memiliki identitas yang unik dan reputasi yang menarik banyak wisatawan, meskipun memiliki risiko jika terjadi masalah dengan produk tersebut karena terbatasnya pilihan. Kedua, produk budaya juga bisa bersifat beragam, yang dapat meningkatkan daya tarik tempat tujuan wisata, meningkatkan kemungkinan untuk bisa memberikan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (*customized*), serta memastikan fleksibilitas yang lebih

tinggi dalam memenuhi selera dan permintaan w5a,1w,111 y.mg terus berubah seiring dengan perkembangan zaman.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dalam buku ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan beberapa narasumber, serta peninjauan langsung di lapangan untuk membandingkan serta mendapatkan data untuk analisa. Salah satu narasumber yang kami pilih adalah Kepala Dusun Gunung Malang yang juga merupakan pemerhati budaya dan sesepuh Dusun Gunung Malang. Partisipan berikutnya adalah Bapak Nurhadi, yang merupakan sesepuh Dusun Gunung Malang sekaligus dalang wayang kulit panji. Berikutnya adalah Ibu Oni yang merupakan pemerhati dan pengrajin kain tenun. Selanjutnya adalah Bapak Darwisi yang merupakan pengrajin wayang kulit panji. Terakhir adalah Bapak p...nii yang merupakan tokoh dan penggiat budaya di Dusun Gunung Malang. Pemilihan responden ini berdasarkan rekomendasi dari Bapak Kepala Dusun sekaligus ketika penulis berkesempatan berinteraksi dengan mereka selama kurang lebih satu bulan. Setelah data terkumpul, maka peneliti akan dapat memaparkan data dengan kajian analisa sesuai dengan tema yang dipilih.



Gambar 2.1. Tahapan Penelitian

## Tujuan Eksplorasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian dalam buku ini adalah:

1. Manfaat ekonomi bagi penduduk lokal supaya lebih meningkat.
2. Melestarikan budaya lokal yang terancam punah untuk diangkat kembali dan dilestarikan sebagai media pembelajaran.
3. Sebagai media revitalisasi bagi kesenian/local wisdom yang hampir hilang dengan melakukan pendataan kembali berbagai bentuk kebudayaan dan nilai-nilai setempat
4. Menumbuhkan kembali jati diri melalui local wisdom
5. Meningkatkan ikatan dan tali silaturahmi antar warga
6. Menjadi salah satu alternatif kegiatan generasi muda dalam menangkal paham-paham yang berpotensi memecah belah bangsa.
7. Aktivitas positif sebagai alternatif untuk mereduksi kenakalan remaja.

## PEMBAHASAN

### Kain Tenun-Dusun Gunung Malang

Salah satu mata pencaharian masyarakat dusun ini adalah menenun, selain bertani dan menjadi tukang. Pada awalnya, masyarakat dengan 400 kepala keluarga ini mayoritas melakukan aktifitas menenun. Akan tetapi, karena masuknya alat mesin modern yang dapat memproduksi lebih cepat serta lebih banyak, industri tradisional rumahan ini mulai menurun. Hingga saat ini, hanya terdapat 20-30 pengrajin saja yang masih aktif melakukan kegiatan menenun. Tidak berhenti sampai pada munculnya industri mesin saja,



digunakan bagi para pasangan pengantin yang melalui kehidupan mereka. Kehidupan mereka diharapkan dapat diwariskan kepada generasi berikutnya supaya terus diingatkan saling menghormati dan menyemangati pasangan dalam mewujudkan harapan serta cita-cita bersama. Adapun dalam penelitian pada buku ini, kami juga menemukan beberapa motif tenun lama seperti: ulet bide, rasi seganteng, rasi pengantin, bugis, rasi ketap, dan rasi kutik. Masih ada beberapa motif yang tidak dapat ditemukan lagi di sana, seperti motif rasi seganteng, bugis, rasi ketap, dan rasi kutik. Jika tidak diberikan penanganan lebih lanjut terkait pendataan, revitalisasi, dan pelestarian, dikhawatirkan motif yang masih ada saat ini bisa semakin luntur dan pudar.

Hal lain yang kami temukan, sebelum menjadi kain, pada umumnya terdapat proses pengerjaan yang cukup rumit. Hal ini berawal dari memasukkan benang ke dalam lungsi yang bentuknya horizontal dan vertikal. Dengan kata lain, kain tenun tercipta karena persilangan antara dua benang yang terjalin saling tegak lurus satu sama yang lain. Benang-benang tersebut terbagi ke dalam dua arah, yaitu vertikal dan horizontal. Benang yang arahnya vertikal atau mengikuti panjang kain dinamakan benang lungsi, sedangkan benang yang arahnya horizontal atau mengikuti lebar kain disebut dengan benang pakan.

Dalam praktiknya, benang lungsi disusun secara sejajar atau paralel dan dipasang di atas alat tenun, sedangkan pakan adalah benang yang bergerak ke kanan dan ke kiri dan dimasukkan ke sela-sela benang lungsi dan dipasang pada teropong dalam bentuk gulungan di atas palet.

Kemampuan menenun ini merupakan hasil warisan dari para leluhur mereka, dan dari generasi ke generasi cara menenun ini

diturunkan kepada generasi penerusnya. Ada sebuah tradisi turun temurun di Suku Sasak bahwa seorang anak gadis harus bisa menenun terlebih dahulu sebelum mereka bisa menikah. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa ketrampilan menenun merupakan kebutuhan penting bagi penduduk setempat sebagai bekal hidup di jenjang hidup mandiri.

Kain tenun memiliki motif yang menjadikannya memiliki nilai lebih pada sebuah karya seni. Melihat kembali betapa luhur nilai yang tertanam pada sebuah kain yang dapat berfungsi menjadi perekat di dalam bingkai kebudayaan. Jika hasil kreativitas kebudayaan beserta dengan nilai yang terkandung di dalamnya dapat dikelola lebih maksimal melalui beberapa hal seperti koperasi, *show room*, pembinaan dari instansi terkait, serta memanfaatkan kemajuan dunia teknologi media seperti saat ini, maka masyarakat yang dapat terjangkau sebagai pangsa pasar bisa lebih luas.

### **Pembuatan Wayang Panji**

Keberadaan Wayang Panji, yang merupakan wayang kulit yang berasal dari Suku Sasak, pada saat ini kurang mendapatkan perhatian lagi dari masyarakat kebanyakan. Meskipun masih ada beberapa pertunjukan wayang, namun popularitasnya cenderung menurun dibandingkan dengan munculnya hiburan alternatif saat ini. Pertunjukan Wayang Panji mulai jarang dipergelarkan pada acara-acara hajatan maupun perayaan hari besar sekarang tidak lagi menanggapi Wayang Panji sebagai media pendidikan dan hiburan. Wayang kulit di Lombok sudah memasuki masa penurunan minat dan dikhawatirkan akan hilang di masa mendatang. Hal ini berbeda dengan tahun 1950-an, ketika Wayang Panji masih menjadi media hiburan yang sangat

populer. Pada masa itu, karena hiburan bagi masyarakat belum banyak pilihannya, masyarakat masih berbondong-bondong datang untuk melihat pertunjukan wayang kulit hingga pagi.

Pertunjukan wayang bukan sekadar pertunjukan wayang itu saja, akan tetapi kegiatan tersebut menjadi sebuah peristiwa budaya, di mana banyak elemen masyarakat terkait seperti pedagang, masyarakat komunitas wayang, masyarakat umum, pemerintah, dan banyak pemangku kepentingan lain yang sangat beragam latar belakangnya. Dalam peristiwa itu, setiap elemen masyarakat bersinggungan dan berkomunikasi sehingga ruang publik ini menjadi ruang, di mana masyarakat dapat berekspresi dan berkreasi.

Wayang Panji sudah berkembang pada zaman kerajaan Hindu dan belakangan juga digunakan sebagai media penyebaran Agama Islam dengan mengangkat cerita pakem yang ceritanya bersumber dari "Serat Menak", saduran dari hikayat Amir Hamzah cerita dari negeri Persia yang diterjemahkan dalam bahasa Jawa Kawi oleh Yosoriouro II di zaman Kerajaan Mataram Islam. Kisahnya seputar perjalanan Nabi Muhammad SAW menyiarkan agama Islam pada masanya dahulu. Tapi karena tidak boleh memvisualisasikan Nabi, maka tokoh yang digunakan ialah pangeran Nabi, Amir Hamzah. Dalam wayang yang berkembang di Suku Sasak, ia dikenal sebagai tokoh Umar Maya, dan Jayengrana atau raja Mekong. Sebuah akulturasi kebudayaan yang cerdas oleh para pendahulu dalam menyajikan esensi dari sebuah nilai dalam bentuk hiburan. Salah satu desa pengrajin wayang di Lombok ini berada di dusun Gunung Malang, Desa Taman Ayu, Lombok Barat.

Satu-satunya pengrajin Wayang Panji yang masih aktif di dusun ini bernama Amaq Darwilis, yang merupakan adik

kandung dari Bapak Nurhad, sang dalang Wayang Panji. Karya kerajinan dari Bapak Darwilis sudah merambah ke mancanegara seperti Jerman, Amerika, Korea, dan Jepang. Beberapa bahkan ada yang datang khusus ke rumahnya untuk memesan wayang. Begitu juga dengan beberapa dalang yang berada di Lombok, banyak dari mereka yang memesan wayang hasil karya beliau. Dengan demikian, tampak jelas bahwa potensi pembuatan Wayang Panji di Dusun Gunung Malang ini berpotensi besar untuk dijadikan program pariwisata, pendidikan, serta perdagangan. Namun, masalah yang dihadapi tidak jauh dengan apa yang sedang dihadapi oleh pengrajin tenun di Dusun Gunung Malang. Pemesanan yang tidak menentu, tidak adanya pemasaran yang lebih presentatif, serta kurang adanya pembinaan dari instansi terkait membuat potensi yang luar biasa ini lama-kelamaan akan menjadi hilang.

Wayang di Dusun Gunung Malang ini terbuat dari kulit sapi yang ditatah sesuai dengan karakter tokoh yang dikehendaki. Kemudian setelah hasil tatah sudah selesai, maka bagian-bagian dari wayang disungging (pewarnaan pada wayang dengan teknis gradasi dan semiotik warna yang dihadirkan pada setiap tokoh). Dari penataan wayang pada layar (kelir) kita dapat memetakan dan belajar tentang baik dan buruknya karakter wayang. Sebagai contoh, jika tokoh-tokoh wayang menghadap ke samping kanan dari penonton, secara umum berarti tokoh-tokoh wayang tersebut memiliki sifat yang baik. Sebaliknya, jika para tokoh menghadap ke sebelah kiri, pada umumnya memiliki sifat yang kurang bijak. Dari warna juga kita dapat banyak belajar mengenai makna, seperti warna merah yang dipaparkan pada wajah wayang, berarti tokoh karakter wayang

tersebut pembawaanya mudah marah atau berseri. Hal ini dapat dimaknai warna hitam artinya karakter tokoh memiliki watak yang keras.



Gambar 2.4. Wayang Panji

Nilai dari pembelajaran yang dapat dipetik dari wayang sangat banyak dan universal. Karena wayang laksana gambaran kehidupan manusia di dunia, maka dari itu kita dapat melihat wayang seperti melihat peristiwa kehidupan kita. Nilai semacam inilah yang seyogyanya dirawat dan dilestarikan untuk media perekat bangsa serta pembangun karakter generasi yang lebih memiliki kepercayaan diri yang kuat sebagai bangsa Indonesia.

## KESIMPULAN

Indonesia kaya akan keanekaragaman kebudayaan, adat istiadat, bahasa, masakan, serta pakaian adat. Melihat dari potensi yang besar dan tidak dimiliki oleh negara lain maka penulis menyimpulkan beberapa hal berikut:

1. Dusun Gunung Malang memiliki potensi Tenun dan produksi Wayang Panji yang dapat dimaksimalkan menjadi mata pencaharian serta pengembangan wisata.
2. Tenun dan Wayang di Dusun Gunung Malang dalam kondisi yang memerlukan penanganan khusus supaya terus hidup dan berkembang.
3. Perlunya pembinaan lebih jauh bagi para pekerja seni tenun dan wayang di Dusun Gunung Malang.
4. Gerakan pelestarian/revitalisasi kebudayaan lebih ditingkatkan.
5. Membuat strategi kebudayaan lebih diutamakan untuk membentuk karakter bangsa.
6. Menggunakan kesenian dan kebudayaan sebagai strategi diplomasi baik nasional maupun internasional.

Kekayaan kebudayaan yang dimiliki bangsa ini seharusnya mendapatkan prioritas yang lebih untuk menjaga keutuhan dan kerukunan. Melalui budaya dan seni masyarakat kita dulu diperstukan tanpa adanya kekerasan. Menjaga karakter bangsa artinya menjaga kebudayaan ibu pertiwi menjadi penting untuk Indonesia menjadi negara yang kuat. Perbedaan bukan berarti penghalang dalam kehidupan berbangsa. Keanekaragaman lebih tepatnya adalah sebuah kekayaan yang takkan habis ditambang; semakin ditambang semakin mendapatkan emas yang berkilau. *Bhineka Tunggal Ika Tan Hana Dharma Mangrwa*. Keragaman di dalam sebuah kesatuan, kekuatan yang luar biasa yang tidak dimiliki bangsa lain.

## Film Media untuk Merepresentasikan Kembali Potensi Seni dan Budaya pada Suatu Wilayah dengan Menggunakan Konvergensi Teknologi

*Seni Budaya adalah kekuatan bangsa yang melandasi karakter masyarakat Indonesia. Dengan menjaga seni budaya maka masyarakatnya memiliki kebanggaan sebagai masyarakat yang mewarisi budaya luhur yang penuh dengan nilai ajaran hidup. Dusun Gunung Malang salah satu desa yang mulai memudar potensi tenun, pembuat Wayang Panji serta Datang. Tok dapat dipungkiri perkembangan teknologi, ilmu pengetahuan, pembangunan, tuntutan kehidupan serta media berdampak terhadap perkembangan seni budaya di Dusun Gunung Malang Lombok Barat yang semakin sedikit pelaku industri kreatif seni. Film dokumenter menjadi salah satu solusi untuk merevitalisasi kembali sebagai bahan pembelajaran di sekolah dan menghadirkannya kembali seni yang hampir memudar dengan menggunakan teknologi media yang terbaru saat ini akan lebih mudah menjadi ruang produksi, distribusi serta ekshibisi melalui jejaring sosial dengan jangkauan penyebaran informasi lebih luas.*

**Kata Kunci:** Tenun, Wayang, Konvergensi Teknologi, Film

Indonesia adalah negeri yang kaya akan seni budaya, adat istiadat, bahasa, ragam makanan serta potensi alam. Sebuah kekayaan yang dapat dimanfaatkan menjadi komediti yang potensial untuk meningkatkan sumber daya manusia serta menjaga keharmonisan serta keselarasan dan kehidupan sosial. Kekayaan ini perlu dijaga serta dirawat supaya terus berkembang dan maju untuk kepentingan kita semua. Yang menjadi masalah sekarang adalah persebaran penduduk di Indonesia prosentase terbanyak tinggal di pulau Jawa.

Penduduk merupakan pelaku pembangunan dan penggerak roda perekonomian, jika kepadatan terkonsentrasi pada suatu wilayah, seperti di Pulau Jawa, akan dapat mengakibatkan pemanfaatan prosentase sumber daya alam yang semakin besar dan pemanfaatan yang berlebihan dapat memicu penurunan kualitas lingkungan dan menghilangkan beberapa potensi seni dan budaya yang dapat menjadi potensi pengembangan pendidikan serta perekonomian berbasis kreatif.

Sebagai contoh, pada masa kecil sekitar tahun 1978, anak-anak pada masa itu sering main ke ruang publik berupa taman kecil, tepatnya berupa kebun yang banyak tanaman dan sering digunakan untuk membuat mainan dari pelepah pisang atau membuat wayang dari rerumputan dan yang dimainkan bersama para sahabat dengan cerita yang dikarang sendiri. Jika hari hujan, hal tersebut merupakan sebuah berkah yang disambut anak-anak dengan bermain perosotan memakai pelepah daun kelapa. Kreativitas dan aktivitas seperti itu membuat anak-anak pada masa itu lebih memiliki daya di dalam kehidupan. Ruang-ruang bermain seperti masa kecil kini sudah jarang

dan bahkan sulit ditemukan, karena sudah banyak perumahan serta pengembangan jalan untuk tuntutan masyarakat yang semakin padat dan kompleks tuntutan kebutuhan. Hal ini membuat masyarakat kehilangan keberdayaannya dengan alam yang menjadi kekuatan alami untuk kehidupan.

Begitu juga dengan Dusun Gunung Malang, sebuah wilayah yang menyimpan banyak potensi para penenun serta pembuat Wayang Panji. Terletak di Desa Taman Ayu, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombo Barat dengan jumlah penduduk 6.280 Jiwa atau sekitar 1.775 KK dengan luas wilayah 605,280 Ha, Desa Taman Ayu, Kecamatan Gerung terdiri dari: Dusun Gunung Malang, Dusun Peseng, Dusun Bongor, dan Dusun Jeranjang (Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat Nomor 8 Tahun 2011, Tentang Penetapan Desa Persiapan Menjadi Desa Kabupaten Lombok Barat). Kebanyakan penduduk di dusun ini berprofesi sebagai petani, buruh tani, serta tukang. Akan tetapi, Dusun Gunung Malang sebenarnya memiliki pekerjaan yang khas dan telah diwariskan secara turun temurun, khususnya bagi kaum wanita, yaitu sebagai penenun.

Tidak hanya para penenun yang didominasi oleh wanita, potensi lain adalah seni pertunjukan Wayang Panji serta kerajinan pembuatan wayang kulit tersebut. Hal ini merupakan sebuah potensi yang dapat berkembang dengan baik jika ada pembinaan dari instansi pemerintah terkait serta peran aktif masyarakat untuk bergerak meningkatkan potensi selain dari sektor pertanian. Karena tuntutan kehidupan yang ada, maka sekarang sudah tidak banyak ditemukan penenun, dalang, dan pembuat Wayang Panji. Dari hasil wawancara dengan Bapak Nurhadi, kami menemukan bahwa beliau merupakan satu-satunya dalang Wayang Panji di Dusun Gunung Malang yang

maih terisid, karena tidak banyak lagi generasi muda yang mau belajar tentang perdalangan. Demikian juga juga pembuat wayang di dusun tersebut, yang hanya menyisakan adik dari Bapak Nurhadi bernama Bapak Darwiah bersama anak laki-lakinya yang bernama Darwilis. Di sisi lain, untuk jumlah penenun tinggal sekitar 30 pengrajin. Kelemahan cara pemasaran serta kurangnya koordinasi di antara para pekerja kreatif ini, selain belum maksimalnya bimbingan dari instansi terkait, membuat pangsa pasar produk yang dihasilkan hanya terbatas pada masyarakat di desa tersebut atau dari desa sekitarnya. Untuk Wayang Panji, kerajinan ini sedikit memiliki pasar yang lebih luas karena relatif langka sehingga beberapa kali dicari oleh turis asing serta para dalang di Lombok dan bahkan dari Jawa. Namun, hal ini masih bersifat sporadis dan permintaan yang ada tidak menentu. Melihat kondisi ini, sangat memungkinkan jika lama-kelamaan potensi ini akan memudar.

Film dokumenter adalah salah satu cara untuk menyelamatkan seni kebudayaan ini melalui rekaman audio serta visual. Fungsi lain dari film dokumenter ini juga untuk mempromosikan kembali seni dan budaya serta nilai yang terkandung di dalamnya. Perkembangan dunia teknologi serta industri semakin mampu memberikan ruang kreatif yang terbuka dan jangkauan yang lebih luas melalui jejaring media sosial yang sering digunakan masyarakat dunia dalam mengakses informasi. Dengan memadukan antara teknologi serta kearifan lokal maka diharapkan akan muncul kembali seni budaya lebih semarak dan berkembangnya pemikiran-pemikiran kreatif yang diejawantahkan dalam kemasan dan sistem pengelolaan yang lebih baik.

## **PERTANYAAN PENELITIAN**

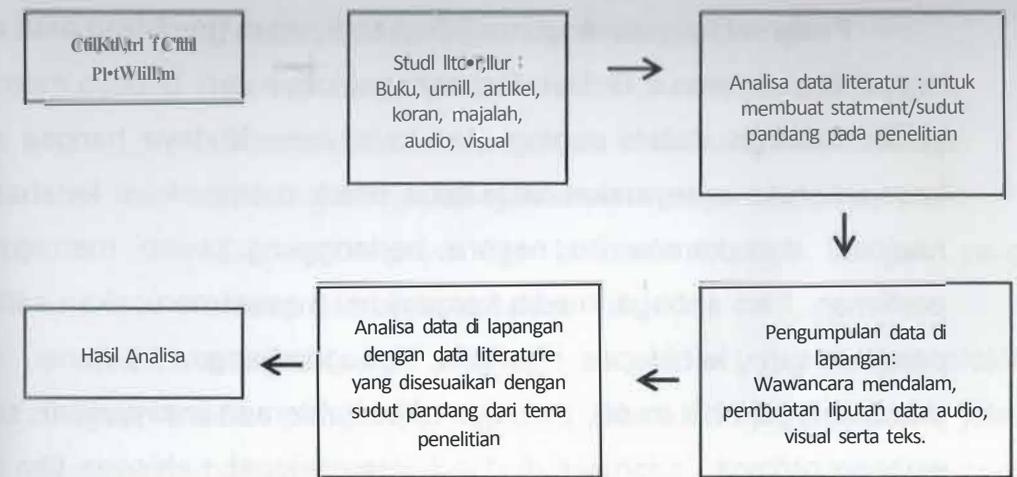
Dalam penelitian di buku ini, diperlukan sudut pandang yang lebih mengerucutkan pembahasan. Persoalan mendasar yang menjadi bagian penting dalam penelitian adalah rumusan pertanyaan penelitian. Sebab, kualitas penelitian salah satunya sangat ditentukan kualitas pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan penelitian di buku ini dirumuskan dengan melihat kesenjangan yang terjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana produksi para penenun dan pembuat wayang di Dusun Gunung Malang?
2. Apa hubungannya antara pelestarian kebudayaan, pendidikan, pelestarian dengan konvergensi teknologi digital untuk mendorong desa lebih berdaya?
3. Apakah melalui film dokumenter mampu memberikan dukungan untuk pelestarian, pendidikan, serta penyebaran informasi yang lebih luas dalam rangka mendorong desa menjadi lebih berdaya?

Penelitian yang mengikuti syarat ilmiah adalah setiap kata dalam rumusan masalah berimplikasi sangat luas, baik secara substantif, teoretik maupun metodologis.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah serangkaian langkah-langkah yang sistematis/terstruktur dan dilakukan oleh peneliti dalam buku ini untuk menyusun sistem pendataan, mendapatkan data, dan mengolah data melalui analisis untuk menemukan jawaban yang tepat atas pertanyaan pada objek penelitian. Metode penelitian merupakan rancangan penelitian yang memudahkan peneliti dalam melakukan riset yang terukur serta terencana dengan baik. Adapun Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah:



Gambar 3.1. Alur Metodologi Proses Penelitian

Kegiatan penelitian didasarkan dengan beberapa cara untuk lebih memantapkan proses penelitian lebih kondusif. Di dalam penelitian ada beberapa hal teknis yang menjadi syarat keilmiah yakni empiris, rasional, dan sistematis. Empiris adalah penelitian yang dilakukan dengan cara terlibat langsung dalam obyek penelitian, sehingga peneliti akan mendapatkan pengalaman dan data secara langsung mengalami proses kejadian di obyek. Rasional adalah seorang peneliti harus berpikir dengan rasional artinya mampu memaparkan sebab serta akibat dari keterhubungan pada sebuah analisa. Sistematis penelitian adalah proses penelitian yang dilaksanakan dengan langkah-langkah yang sudah direncanakan dalam metodologi desain penelitian.

## LITERATUR REVIEW

**Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009  
Tentang Perfilman**



## KONVERGENSI TEKNOLOGI

Perkembangan ilmu pengetahuan mendorong terciptanya teknologi terbaru dan didukung oleh dunia industri. Demikian dengan perkembangan media dan teknologi yang berjalan seiringan dengan dunia industri. Konvergensi Teknologi pada dasarnya merupakan penyatuan beberapa teknologi ke dalam satu basis teknologi terbaru yang lebih praktis secara teknis. Tiga aspek pada teknologi yang terbaru akan mengandung 3 hal penting yaitu, *Content*, *Computing*, dan *Communication*. Konvergensi Teknologi disebut sebagai mekanisme fasilitasi karena digitalisasi teknologi merupakan pintu gerbang utama untuk membuka peluang bagi perkembangan bentuk konvergensi lainnya.

## PEMBAHASAN

### Potensi Tenun dan Wayang Panji Dusun Gunung Malang Desa Taman Ayu Lombok Barat

Dari proses penelitian serta kunjungan di desa gunung malang ada 2 potensi pengembangan materi yang dapat menjadi pemicu menjadi desa wisata. Potensi tersebut adalah pembuatan kain tenun. Dari data yang didapat melalui wawancara mendalam dengan Bapak Nurhadi sesepuh Dusun mengatakan pembelajaran pembuatan kain tenun di dusun ini diajarkan secara turun temurun dari orang tua ke pada anak perempuannya, sebagai bekal sebelum masuk ke jenjang pernikahan.



Gambar 3.2. Wawancara bersama pada penelitian yang kedua Bapak Nurhadi, sesepuh Dusun Gunungmalang Desa Taman Ayu Kabupaten Lombok Barat

Keberadaan kain tenun dulu sangat terkait dengan adat istiadat dan ritual masyarakat, sehingga menggunakan kain tenun adalah semacam kewajiban yang harus digunakan. Sejalan dengan perubahan pola pandang masyarakat yang terpengaruhi oleh kemajuan di bidang teknologi industri kain serta teknologi di bidang informasi yang memberikan asupan informasi yang berpotensi mengeser paradigma kekuatan lokal ini, terutama pada generasi muda saat ini. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh bapak Nurhadi pada wawancara penelitian pertama di Dusun Gunung Malang:

*"Tradisi itu (menggunakan kain tenun) kadang-kadang masih... kadang-kadang nggak... menurut kemampuan... karena kemampuan... karena dana... kadang-kadang pas orang khaitah, kadang-kadang pas maulid, penggunaan kain tenun... tidak seperti dulu... nggak wajib."*



Gambar 3.3. Wawancara bersama Bapak Nurhadi, pada Penelitian awal yang dilakukan di dusun Gunung Malang Desa Taman Ayu Kabupaten Lombok Barat.

Dari apa yang disampaikan di atas, tampak sudah terjadi degradasi dalam masyarakat tentang penggunaan kain tenun dalam kehidupan sehari-hari dan ritual adat istiadat. Hal ini jika lama-kelamaan dibiarkan tanpa ada rasa kepedulian dari masyarakat pelaku adat serta tidak maksimalnya pembinaan bagi para pekerja kreatif ini, maka dikawatirkan potensi yang menarik ini akan hilang. Problematika yang kompleks sedang dihadapi banyak masyarakat pekerja kreatif di dalam kemajuan teknologi, pengetahuan, serta informasi ini yang merubah fungsi serta menawarkan paradigma baru sebuah tata cara dan bentuk yang kekinian. Lebih lanjut, Pak Nurhadi mengatakan:

*Acara ritual... kita belum tahu, besok... besok... besok... besok... kita kan sudah hilang. Itu anak-anak bagaimana... kita nggak tahu?*

Pekerjaan menenun sekarang hanya menjadi pekerjaan sambilan saja, berbeda dengan jaman dulu, bahwa pekerjaan menenun masih menjadi kewajiban yang terkait dengan adat istiadat dan kebudayaannya. Jika adat serta kebudayaan sudah luntur maka yang terjadi adalah kehilangan budaya serta nilai yang terkandung di

nya. Pekerjaan menenun dilakukan setelah pergi dari sawah ke tempat bekerja lainnya.

Kebanyakan ibu-ibu yang melakukan kegiatan ini sementara bekerja ada yang menjadi tukang, TKW atau petani. Seperti Ibu Nurhadi usia 25 tahun, beliau belajar menenun dari teman serta saudara dan Ibu Nuraeni akan mengajarkan juga keahlian ini kepada anak perempuannya, jika sang anak mau belajar. Menunjukkan pekerjaan menenun setelah pulang dari sawah. Satu lembar kain diselesaikan dalam waktu satu minggu.



Gambar 3.4. Ibu Nuraeni Sedang Melakukan Aktifitas Menenun Selepas Pulang Dari Bekerja di Sawah

Pada penelitian yang kedua ini kami bertemu lagi dengan Bapak Nurhadi sesepuh dusun Gunung Malang. Beliau menjelaskan kondisi sekarang jumlah pengrajin kain tenun dulu hampir di semua desa ada, sekarang jumlah penenun hanya ada sekitar 30 pengrajin. Kemudian ada hal yang membuat beliau merasa kehilangan, beliau menyayangkan sudah tidak diproduksi kembali motif-motif lama seperti Ulat Bide, Ragi Pengantin, Ragi Seganteng yang merupakan motif khas dari Dusun Gunung Malang. Sudah tidak lagi diproduksi karena pembuatnya lama dan sangat suah, sehingga para pengrajin yang

ada sekarang tidak lagi, membuat motif tersebut kurang efektif dan menjualnya susah.



Gambar 3.5. Bapak Darwiah (kiri) bersama dengan anaknya Darwilis (kanan), seniman pembuat Wayang Panji Dusun Gunung Malang Desa Taman Ayu, Kabupaten Lombok Barat.

Demikian juga dengan apa yang dirasakan oleh Bapak Darwiah (pembuat Wayang Panji) bersama anaknya Darwilis, yang memberikan keterangan potensi yang sangat prospektif pada Wayang Panji. Ini dibuktikan dengan datangnya beberapa turis asing dari Jerman, Jepang, Korea yang datang dari Kota Mataram ke Dusun Gunung Malang untuk melihat proses pembuatan wayang serta pewarnaannya dan juga membeli wayang dari bapak Darwiah untuk dijadikan kenang-kenangan serta barang berharga yang memiliki nilai tinggi dalam kehidupan. Pengrajin wayang di Lombok tidak terlalu banyak. Faktor ini yang menyebabkan bapak Darwiah serta Darwilis

harusnya dapat membuat Wayang Panji lebih memasarkan produknya hingga sampai manca negara. Memang tidak mesti para peminat Wayang Panji datang para pembeli secara rutin dalam satu bulan untuk membeli hasil karya kreatif Bapak Darwiah. Namun, melihat potensi ini tidak menutup kemungkinan untuk dikembangkan lebih jauh menjadi potensi yang berdaya.

### FILM MEDIA MENYAMPAIKAN INFORMASI

Perkembangan di dalam dunia teknologi, informasi serta ilmu pengetahuan melalui terapan yang di ciptakan oleh industri saat ini sangat mudah diakses oleh masyarakat luas dengan kemampuan yang terjangkau. Meninjau kembali dari hal seperti ini maka, tidak menutup kemungkinan ilmu pengetahuan serta teknologi saling melintas untuk saling melengkapi dalam rangka mengembangkan pengetahuan yang berbasis pada keadaan. Media film tidak lagi menjadi hiburan semata, akan tetapi media film (audio dan film) kekuatannya mampu menjadi menuliskan dan memaparkan kembali data dari sebuah penelitian dengan lebih nyata. Film mampu menghadirkan suasana serta visual keadaan yang nyata. Kemudian film mampu memberikan detail visual nyata dalam memaparkan data. Selain kekuatan sinemati/visual, film juga memiliki kemampuan secara naratif yang dapat dibangun oleh audio dan dapat dibangun oleh visual/shot.

Gaya penuturan film dokumenter kami gunakan pada penelitian ini, kemampuan luar biasa dari film dokumenter ini adalah memaparkan data yang sesungguhnya di lapangan tanpa mengintervensi atau memanipulasi data. Dari kemampuan inilah maka para penontonya akan mendapatkan informasi yang sama di lapangan dengan informasi

yang dipaparkan melalui film. Sebuah penelitian ini adalah tentang proses yang dilakukan dalam proses pembuatannya, dalam penelitian ini proses yang dilakukan adalah:

### 1) PRA PRODUKSI

Proses ini yang menentukan produksi film berjalan dengan baik atau tidak, proses pra produksi ini akan menghasilkan desain produksi dari film akan dibuat. Desain produksi berfungsi memudahkan produksi pembuatan film, seorang sineas akan memiliki pedoman dan serta ukuran. Dengan demikian sebuah produksi film akan dapat diukur dan diprediksikan dalam karya penciptaannya. Desain produksi ini tidak bersifat kaku, desain produksi ini bersifat adaptatif yang artinya ketika di dalam proses produksi ditemukan fakta dan data dilapangan yang lebih komprehensif maka desain produksi akan disesuaikan.

Untuk membuat desain produksi yang baik maka dilakukan sebuah penelitian. Proses pengalihan data awal ini penting dilakukan supaya peneliti mendapatkan gambaran dan informasi tentang obyek yang akan diteliti. Data awal penelitian dapat berupa data film, fotografi, audio, majalah, buku, artikel, jurnal, cerita dari narasumber yang nantinya akan menjadi dasar awal memahami obyek penelitian. Kemudian ketika sudah didapatkan data awal maka pembuat film akan melakukan penelitian di lapangan untuk menggali data lebih jauh dan melakukan wawancara yang mendalam dengan narasumber terkait.

Dari hasil penelitian di lapangan serta dikombinasikan dengan data literasi maka seorang pembuat film akan menganalisa serta membuat sudut pandang tema. Inilah yang menjadi penting

dalam proses penelitian melalui film, sudut pandang atau statement dari pembuat film atas kajian serta analisa data yang dilakukan di dalam proses penelitian untuk menciptakan desain produksi film yang memiliki sudut pandang mengerucutkan gagasan.

Desain produksi tidak hanya pada analisa untuk *statement* film yang berkaitan dengan naratif serta sinematiknya saja akan tetapi termasuk, rencana peralatan yang digunakan, rencana waktu produksi, perencanaan kru yang terlibat, perijinan, memastikan narasumber, perencanaan transportasi, perencanaan, perencanaan konsumsi sampai dengan menghubungi dan memastikan setiap divisi perencanaan yang terlibat. Setelah semua perencanaan matang maka produksi film bisa melangkah ke tahap selanjutnya.

### 2) PRODUKSI

Tahap produksi adalah menjalankan dari desain produksi yang sudah direncanakan, tahap-demi tahap dijalankan sesuai dalam perencanaan. Proses Produksi di lapangan terkadang mengalami hal yang tidak terprediksikan seperti perubahan faktor cuaca serta alam, kemudian perubahan dikarenakan perubahan mendadak dari narasumber yang terjadi dikarenakan sebuah alasan yang lebih mendesak dan penting. Selain itu juga faktor di lapangan menemui data baru yang presentatif dibandingkan dengan desain awalnya, maka dilakukan koordinasi untuk mempertimbangkan apakah di sesuaikan atau tetap pada desain semula. Salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam proses produksi ini adalah kerja kelompok yang membutuhkan kerjasama yang saling mendukung diantara divisi-divisi dalam produksi, selain

hal tersebut komunikasi yang jelas akan membantu untuk memecahkan persoalan di lapangan serta proses koordinasi dalam sebuah produksi.

### 3) PASCA PRODUKSI

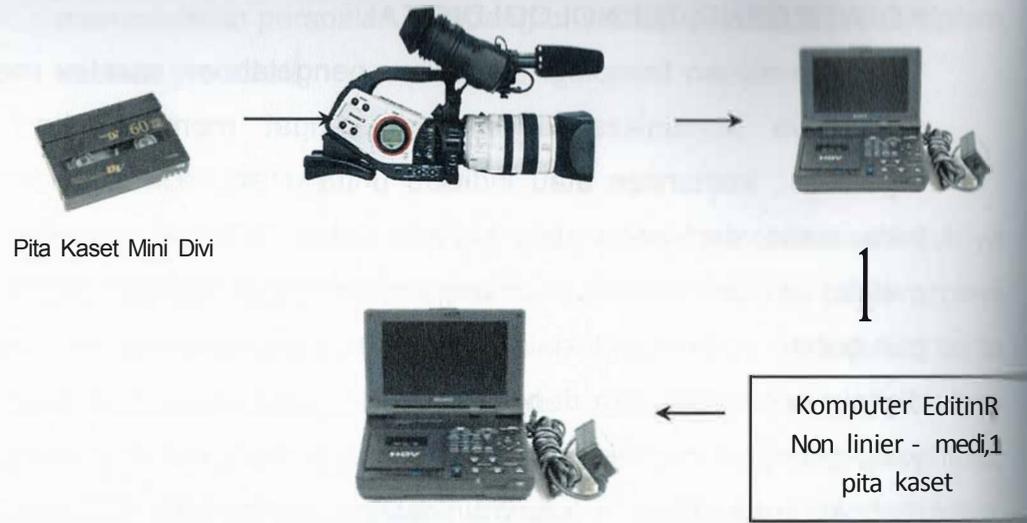
Setelah proses produksi selesai maka proses selanjutnya adalah mendata kembali jika terdapat perubahan pada proses produksi. Setelah itu baru masuk kedalam proses editing film serta penataan musiknya. Proses editing terdapat beberapa tahap seperti loading data, pengkategorian data, esembling, roughcut, preview I (bersama antara sutradara, produser dan editor), trimming, preview II (bersama antara sutradara, produser dan editor) jika dirasa sudah setuju semua dengan hasil editing maka proses selanjutnya adalah fine cut, picture log. Setelah picture log maka warna film akan digrading lalu diberikan kepada penata musik untuk digarap ilustrasi musiknya untuk di mixing. Setelah proses colouring dan mixing suara selesai proses selanjutnya adalah mastering.

Film yang diproduksi sudah selesai dan siap untuk dipresentasikan. Ketiga proses pembuatan film di atas harus dijalankan supaya produksi yang dihasilkan sesuai dengan perencanaan yang dibuat. Perencanaan dibuat untuk memberikan pemahaman yang lebih detail dan mengerucut pada tema yang sudah di pilih dalam proses desain produksi. Dari detailnya proses pembuatan ini maka diharapkan pesan yang ingin disampaikan melalui film mudah untuk diterima dan dipahami penontonya. Sehingga film dapat menjadi media perubahan atau media penyadaran kembali sesuatu yang sudah hilang dari ingatan.

### KONVERGENSI TEKNOLOGI DIGITAL

Kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan saat ini memicu munculnya komunikasi digital jadi sangat memungkinkan bagi organisasi, komunitas atau individu untuk menginformasikan materi IPKs, audio, dan video pada koneksi kabel, wireless, atau fiberoptic melalui jaringan internet. Konvergensi teknologi digital merujuk pada perubahan yang terjadi dalam media sehingga munculnya teknologi digital yang terbaru dengan memiliki kemampuan lebih maksimal yang mampu menghadirkan (*representing*), menyimpan (*storing*), dan mengkomunikasikan (*communicating*) informasi. Konvergensi teknologi digital adalah pengintegrasian atau penggabungan dari beberapa teknologi yang ada untuk dijadikan dan digunakan ke dalam satu teknologi yang terbaru.

Hal ini dapat terjadi karena perkembangan ilmu pengetahuan dan peran industri terkait. Dampak dari teknologi yang terbaru ini adalah munculnya teknologi digital dengan media yang dapat kita rasakan dengan kehadiran telpon pintar yang dapat digunakan untuk TV, internet, mengambil foto, dan video, dan dapat digunakan untuk membuat informasi dengan audio, visual dan teks. Kehadiran teknologi digital melalui internet membuat semakin cepat penyebaran informasi diterima oleh masyarakat. Karena semua sudah diwadahi dalam satu teknologi yang mampu melakukan banyak tugas.



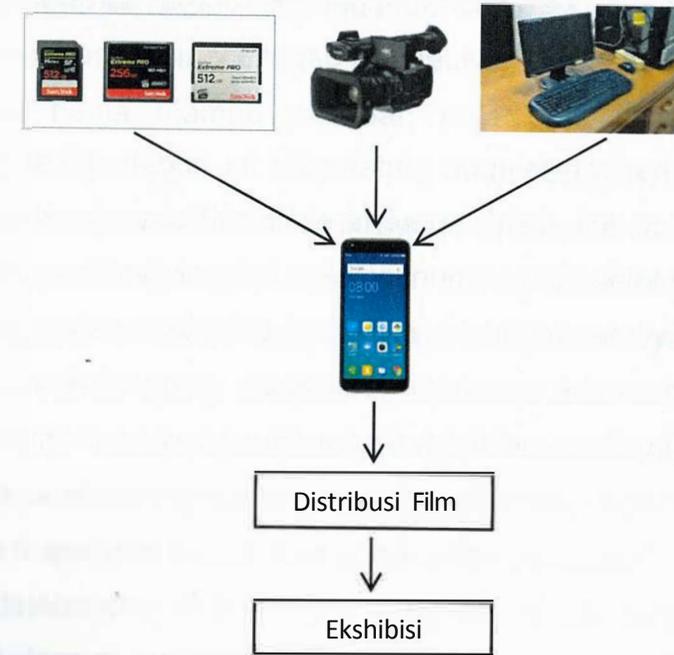
Gambar 3.6. Proses Perekaman Video Sampai Dengan Editing Non Linier Pada Masa Penggunaan Materi Rekam Pita Kasel Mini Dv

Gambar di atas adalah proses pembuatan liputan film dengan menggunakan materi kaset dengan menggunakan beberapa peralatan yang saling mendukung. Pola kerja di atas disebut dengan Non editing liriier yaitu dengan merubah data dari pita menjadi digital dengan menggunakan bantuan software. Pola kerja ini pada memang lebih efektif dibandingkan dengan teknologi sebelumnya yaitu yang disebut dengan *tape to tape* atau *editing* linier, proses editing yang dilakukan langsung dari kaset (waktu itu jenis perekam datanya adalah pita) dengan menggunakan dua VTR (*Video Tape Recorder*)



Gambar 3.7. Konvergensi Teknologi Film dengan Menggunakan Editing Non Linier Materi Data SD Card

Sebagai *playback* untuk memilih gambar sebagai insert yang di rekam pada VTR master. Pada masa teknologi digital yang terbaru melalui konvergensi teknologi ini, masyarakat dengan mudah mengakses serta menggunakan tehnpplgi untuk berbagai kepentingan yang diinginkan.



Gambar 3.8. Konvergensi Teknologi yang Sekarang dapat Kita Temukan Aplikasi Terapanya pada Telepon Pintar

Teknologi, terapan ini sedang membantu masyarakat meningkatkan taraf hidup, potensi wilayah, sumber daya. Jika ini digunakan untuk hal-hal yang baik.

Begitu juga dengan film, ada tiga hal yang menarik dalam pembahasan yang berkaitan dengan film. Tiga hal tersebut adalah produksi, distribusi dan exhibisi sekarang sudah dapat dijangkau dengan hanya satu alat. Kehadiran telepon pintar saat ini sudah dapat mewakili produksi, distribusi serta ekshibisi. Konvergensi teknologi yang berada di telepon pintar menyediakan banyak fasilitas aplikasi *software* yang dapat membantu memudahkan pekerjaan sehingga memberikan dukungan untuk produksi sekaligus menyediakan ruang untuk mendistribusikan melalui jaringan internet yang mampu menjangkau seluruh dunia, kemudian dengan beberapa sarana konten seperti *Youtube, Instagram, Facebook* dapat menjadi media ekshibisi yang sangat efektif.

Kehadiran telepon pintar saat ini sudah dapat menggantikan proses produksi, distribusi serta ekshibisi. Konvergensi teknologi yang berada di telepon pintar menyediakan banyak fasilitas aplikasi *software* yang dapat membantu memudahkan pekerjaan sehingga memberikan dukungan untuk produksi sekaligus menyediakan ruang untuk mendistribusikan melalui jaringan internet yang mampu menjangkau seluruh dunia, kemudian dengan beberapa sarana konten seperti *Youtube, Instagram, atau Facebook* dapat menjadi media ekshibisi yang sangat efektif. Hal yang penting dilakukan adalah mempelajari media alternatif yang terbaru ini dengan cermat, sehingga kita dapat memaksimalkan dengan daya kreatif yang kita miliki.

## GABUNGAN TEKNOLOGI DAN INFORMASI SENI BUDAYA

Melihat peluang kemajuan teknologi yang banyak memberikan keuntungan yang menarik maka dengan daya kreatif serta pemikiran yang visioner kedepan untuk memajukan kebudayaan serta menyelamatkannya dalam bentuk data sebagai media revitalisasi dalam pendidikan. Hal ini perlu terus digiatkan di negeri ini yang penuh dan kaya dengan seni serta budaya yang memiliki nilai pembelajaran yang tinggi untuk kehidupan. Menuju hari depan tentunya banyak sekali kemajuan teknologi serta media yang memberikan informasi yang bervariasi yang di dalamnya mengandung tawaran-tawaran baru yang juga bisa bermuatan ideologi.

Bukan sesuatu yang mustahil dimasa sekarangpun dengan tawaran dunia hiburan melalui program-program musik, drama serta informasi berita mampu merubah paradigma seseorang tentang karakter diri bangsanya. Untuk itu mari bersama-sama kita para kalangan dunia akademik untuk berjuang dan berusaha menjadikan seni budaya sebagai bahan ajar atau bahan kajian supaya kita masih dapat menjadi karakter bangsa yang memiliki budaya kuat. Dengan kekuatan budaya yang bangsa ini miliki tidak menutup kemungkinan bangsa kita kedepannya akan disegani oleh bangsa lain karena memiliki pedoman yang kuat serta cara-cara perilaku kehidupan yang terkandung di dalam kebudayaan kita mampu menuntun hidup lebih harmonis dan seimbang yang di masa yang akan datang dibutuhkan oleh setiap individu maupun bangsa.

Menggunakan teknologi saat ini menjadi media yang sangat efektif untuk menjadi media diplomasi kebudayaan antar bangsa. Kekuatan dari *Soft Diplomacy* adalah negara untuk mencapai

kopontingan nasional melalui pendekatan sosial dan budaya. Film merupakan salah satu cara yang sangat efektif untuk memberikan informasi melalui teknologi untuk dapat menjadi soft power diplomasi dalam berkehidupan berbangsa menuju masa depan yang lebih baik.



Gambar 3.9. Dengan teknologi telepon pintar yang dilengkapi dengan jaringan internet maka kita bisa menginformasikan kebudayaan kita lebih luas jangkauannya.

Melibatkan masyarakat luas untuk peduli dengan kebudayaan kita sekarang banyak sudah diawali oleh generasi-generasi muda kita yang menjadi youtuber, vlogger, selebgram dengan mengangkat tema kuliner nusantara, keliling mengunjungi tempat wisata dan tempat bersejarah dan beberapa tema lain yang mampu membentangkan gambaran serta informasi yang lebih bermacam mengenai kebudayaan bangsa ini, sehingga akan dapat memberikan informasi sesuai dengan pangsa pasar generasi pengakses informasi. Dengan beragamnya materi maka informasi akan diserap oleh semua generasi sehingga sasaran audiens menjadi lebih komplit.

### VIRTUAL MUSEUM KEBUDAYAAN

Dengan semakin banyak konten tayangan di sosialisasikan maka banyak kemungkinan yang akan didapatkan. Untuk lebih memaksimalkan gerakan sosialisasi kebudayaan serta revitalisasi informasi diperlukan strategi untuk memaksimalkan pekerjaan. Ketika jumlah konten yang dibuat melalui telepon pintar sudah cukup banyak

diperlukan sebuah muara untuk mewedah semua data tersebut. Dengan pendataan yang lebih besar kapasitas secara teknik dalam teknologinya maka akan sangat memungkinkan untuk menampung jumlah produksi tayangan yang dibuat.

Kita melihat Indonesia ini sangat luas serta memiliki kekayaan seni dan budaya. Untuk memaksimalkan ragam konten serta menjangkau seluruh wilayah di Nusantara ini maka kita dapat membuat portal Virtual Museum ini menerima kiriman konten-konten dari para partisipan yang tertarik pada minat seni dan budaya sebagai kajian pembelajaran, pelestarian serta menunjang kegiatan ekonomi kreatif dan pariwisata. Tentunya harus ada pengelola dan sistem yang elalu dipantau. Untuk ke depannya memang harus ada penanganan khusus supaya kita memiliki strategi dalam kebudayaan di dalam arus gelombang perubahan jaman, sehingga kekayaan kebudayaan kita dapat berjalan seiring dengan jiwa jaman.

### KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas yang saling berkaitan dan mendukung, maka pengerucutan permasalahan menjadi lebih jelas serta menemukan jalan keluar yang lebih terarah. Dalam penelitian di buku ini didapatkan kesimpulan:

1. Menjaga dan melestarikan kebudayaan sebagai salah satu warisan bangsa.
2. Nilai dalam budaya sebagai salah satu pembangun karakter bangsa melalui pendidikan literasi disekolah, komunitas dan masyarakat.
3. Dusun Gunung Malang memiliki potensi pembuatan kain tenun serta pembuatan Wayang Panji yang sangat potensial menjadi

kakuatan lokal yang mnglobal deng, m m m, mfa llkan teknologi serta didukung oleh instansi per, 1111>11 keb1Jakan terkait lebih maksimal.

4. Menggunakan teknologi terbaru di dalam memberikan informasi tentang kebudayaan.
5. Strategi kebudayaan sangat diperlukan untuk menjawab tantangan dimasa yang akan datang. Salah satu yang dapat di tempuh dan di kerjakaan adalah Museum Virtual Kebudayaan.
6. Film dokumenter, *feature*, *news* sampai dengan *vlog* (video blog) adalah salah satu media yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi budaya dalam kemasan masing-masing serta efektif mempersuai penikmatnya dengan menghadirkan realita kenyataan yang sebenarnya di lapangan melalui audio serta visual.
7. Diplomasi dengan menggunakan kekuatan kebudayaan merupakan sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan nilai dan ideologi dalam konten kreatifnya.

Semoga dengan gerakan di dalam dunia pendidikan serta peran aktif masyarakat yang didukung oleh pemerintah melalui instansi terkait, kita akan mampu menciptakan sebuah strategi kebudayaan yang berbasis pada teknologi dalam melakukan diplomasi kebudayaan baik secara nasional dan internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adimihardja, K. (2008). *Dinamika Budaya Lokal*. Bandung: Indra Prahasta bersama Pusat Kajian LBPB.
- Amerta, L M S. (2019). The role of tourism stakeholders at Jasri tourism village development, Karangasem regency. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 20-28. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v1.n2.32>
- Andini, N. (2013). Pengorganisasian Komunitas Dalam Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata Studi Kasus : Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman. *Jurnal Wilayah Dan Perencanaan Kata*, 24(3), 173-188.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. Channel View Publication. Clevedon: Channel View Publication.
- Cole, S. (2007). Beyond authenticity and commodification. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 943-960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.004>
- Cultural Heritage in a Changing World. Springer, Cham
- Dahlioni, Soemarno, I., & Setijanti, P. (2015). Local Wisdom in Built Environment in Globalization Era. *International Journal of Education and Research*, 3(6), 157-166.
- Dewi, M H U., Fandeli, C., & Baiquni, M (2013). Tabanan, Bali. *Kawistara*, 3(2), 129-139. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Echtner, C. M., & Prasad, P. (2003). The context of third world tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 660-682. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00045-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00045-8)



Pendorong Kearifan Lokal pada Ars,tok Nusantara. *Jurnal Perspektif Arsitektur*, 9(1), 37-47.

Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 7-26. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00004-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00004-9)

Vitasurya, V. R. (2016). Local Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism, Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 216(October 2015), 97-108. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.12.014>

Widyastuti, D. A. R. (2017). Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata. *Jurnal SPIKOM*, 1(2), 197. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i2.18>

Xu, J. B. (2010). Perceptions of tourism products. *Tourism Management*, 31(5), 607-610. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.011>