

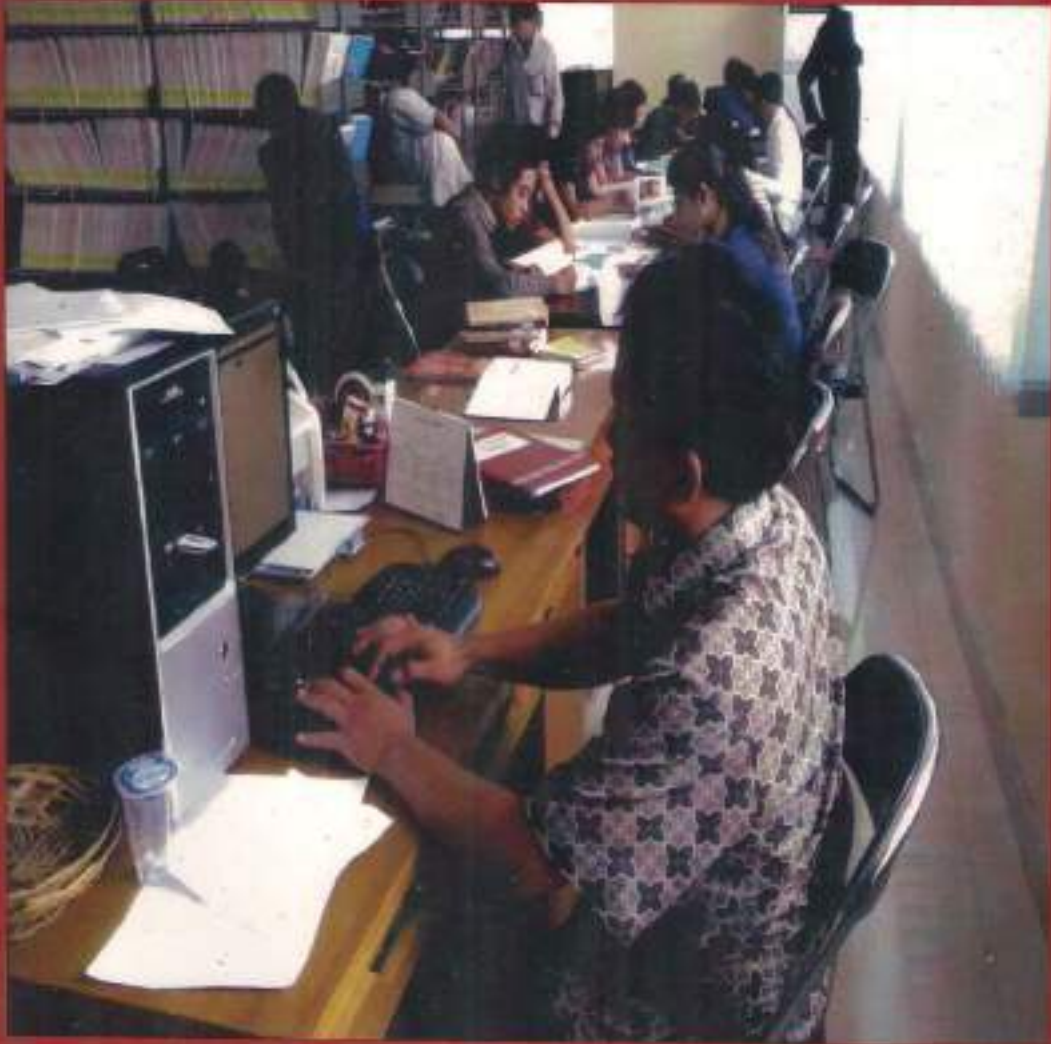
ISSN 1412 - 7474

پانگکاجا

PANGKAJA

JURNAL AGAMA HINDU

Volume 13, No. 1, Maret 2012



Jurnal Agama Hindu	Volume 13	Nomor 1	Hal. 1 - 130 + IV	Denpasar Maret 2012	ISSN 1412 - 7474
-----------------------	-----------	---------	-------------------	------------------------	---------------------

PENERBIT
PROGRAM PASCA SARJANA
INSTITUT HINDU DHARMA NEGERI DENPASAR

PANGKAJA

JURNAL AGAMA HINDU
VOLUME 13, NO. 1, MARET 2012



INSTITUT HINDU DHARMA NEGERI
DENPASAR

ISSN : 1412-7474

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR,	iii
DAFTAR ISI,	iv
STUDI TEKSTOLOGI DAN KOSMOLOGI AKSARA <i>MODRE</i> DALAM PERSPEKTIF KEBUDAYAAN BALI Oleh I Nengah Duija,	1-9
KETERPINGGIRAN PEREMPUAN HINDU-BALI DALAM PASUNGAN REKAYASA SISTEM KASTA Oleh Ida Ayu Tary Puspa,	10-18
BALI DAN PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF TEORI HEGEMONI Oleh Ketut Sumadi,	19-33
KESADARAN SIKAP RELIGIUS MENUJU PENINGKATAN SRADHA BHAKTI UMAT HINDU Oleh I Putu Gede Pamajaya,	34-41
PENDIDIKAN BUDI PEKERTI PADA TEKS <i>SATUA BABAUNG TEKEN BE JAGUL</i> Ida Bagus Gede Arnawa,	42-63
PEMBELAJARAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN BERBASIS AJARAN AGAMA HINDU DI SMAN 2 BANGLI Oleh Ni Luh Yeni Rosani,	64-88
THEOLOGY OF WORK IN KARMA YOGA TEACHING: WORKING AS HOLY SACRIFICE TO GOD By I Ketut Donder,	89-109
PENGEMBANGAN PENDIDIKAN NON FORMAL KE ARAH PEMBANGUNAN EKONOMI MASYARAKAT Oleh I Ketut Sudarsana,	110-122
PERSPEKTIF TEOLOGI WISNUISTIS DALAM KEPERCAYAAN TERHADAP MITHOLOGI JERO GEDE PASEK DI SUBAK BUAHAN Oleh Gusti Ayu Kartika,	123-130

BALI DAN PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF TEORI HEGEMONI

Oleh Ketut Sumadi

Dosen Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar

ABSTRACT

Hegemony theory proposed by Antonio Gramsci. He was a famous Italian Marxist of his thoughts on the power to question why and how the modern state can get a consensus on the power of the community. In the perspective of the theory of hegemony is dapat viewed the process of tourism development, because development of tourism in Bali is inseparable from the hegemony of tourism entrepreneurs and government. Deconstruction of cultural capital as a basis for tourism development, suggesting there has been a synthesis of the economic order with symbolic power. In the development of tourism, symbolically the Balinese have full powers of its cultural capital, cultural capital, but in practice it can not escape from the hegemony of the power relations of the capitalist economy based on tourism entrepreneurs.

Keywords: Bali, Tourism, Theory of Hegemony

I. PENDAHULUAN

Pariwisata dikembangkan melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu, bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan kriteria ekonomis, teknis, ergonomis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan. Paradigma pengembangan pariwisata saat ini, seperti telah ditetapkan oleh *World Tourism Organization* (Ardika: 2007: 85), menggunakan pendekatan peranserta masyarakat (*community based approach*) dan berkelanjutan (*sustainable tourism*).

Dengan paradigma tersebut, masyarakat diberdayakan agar dapat berperan secara aktif dari tahap awal, sehingga dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan fisik maupun sosial budaya bisa dihindari. Pariwisata selain ikut menentukan pendapatan suatu negara, juga sebagai persekutuan organisasi baik bersifat nasional maupun internasional dalam usaha menyelamatkan lingkungan, pelestarian alam dan budaya, memberikan masyarakat lokal keuntungan dan kesempatan merespon perubahan.

Dalam pengembangan pariwisata di Bali sesuai dengan Peraturan Daerah (Perda) Bali Nomor 3 Tahun 1974, kemudian diperbaharui menjadi Perda Nomor 3 tahun 1991 tentang Pariwisata Budaya, kebudayaan Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu sebagai potensi dasar yang dominan pengembangan pariwisata budaya. Sebagai dasar pengembangan pariwisata, maka tujuan pengembangan pariwisata adalah untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu serta daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma, nilai-nilai agama, kehidupan budaya dan alam Bali yang berwawasan lingkungan, mencegah pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan kepariwisataan.

II. PEMBAHASAN

2.1 Pariwisata

Istilah "pariwisata" untuk pertama kalinya digunakan oleh mendiang Presiden Soekarno sebagai padanan dari istilah asing "tourism". Istilah ini kemudian semakin populer setelah disempurnakan musyawarah nasional (MUNAS)

Tourism II di Tretes, Jawa Timur tanggal 12-14 Juni 1958 yang diselenggarakan oleh "Dewan *Tourism Indonesia*". Dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 ditegaskan, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati daya tarik wisata. *Wisatawan* adalah orang yang melakukan kegiatan wisata (Soekadji, 2000: 1-2; Marpaung, 2000: 1; Suwanto, 2001: 3; Sumadi, 2008: 49). Jadi, pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisata dan wisatawan.

2.2 Masyarakat Bali dalam Hegemoni

Teori Hegemoni dikemukakan oleh Antonio Gramsci. Ia seorang Marxis dari Italia terkenal dengan pemikirannya tentang kekuasaan dengan mempertanyakan mengapa dan bagaimana negara modern bisa mendapatkan konsensus atas kekuasaannya terhadap masyarakat. Hegemoni menurut Gramsci (1891-1937) yang berbeda dari pandangan Marxis ortodok, di mana hegemoni akan menggabungkan kekuatan dan kesepakatan tergantung pada situasi suatu masyarakat. Proses pembuatan, mempertahankan, dan reproduksi makna serta praktik-praktik kekuasaan dalam situasi tertentu (Tilaar, 2003:76, Ratna, 2005:180, Barker, 2005:13).

Pemikiran Gramsci berakar pada Marx dan Lenin dengan mengambil pandangan Marx tentang "hegemoni", kemudian membuat asumsi-asumsi marxis tentang asal-usul material dari kelas dan peranan perjuangan kelas serta kesadaran dalam perubahan sosial, dipengaruhi oleh teori-teori sosial Sorel dan Benedetto Croce, di mana sistem kekuasaan yang didasarkan atas konsensus yang dilaksanakan oleh negara disebut hegemoni (Patria, 2003: 13).

Berbeda dengan pandangan Marxis ortodok, pandangan hegemoni tidak selamanya merupakan suatu revolusi kelas seperti yang

dikemukakan oleh ajaran Marxisme ortodok. Hegemoni menggabungkan kekuatan dan kesepakatan tergantung pada suatu situasi suatu masyarakat, sehingga melahirkan warga masyarakat yang melalui pendisiplinan diri dia menyesuaikan diri dengan norma-norma yang diletakkan oleh negara. Masyarakat tampaknya begitu pasrah, karena mereka melihat ini sebagai jalan terbaik untuk dapat hidup aman di tengah praktek-praktek kehidupan yang telah terstruktur. *Kehidupan telah dikuasai* oleh kekuasaan negara atau kekuasaan publik yang telah merembes ke wilayah privat. Menurut Gramsci, apa yang dilaksanakan oleh warga negara berdasarkan kepada organisasi-organisasi sosial yang tergantung kepada konsepsi mereka mengenai dunia yang nyata dan pengorganisir praktek tersebut adalah kaum intelektual (Strinati, 2003: 188; Tilaar, 2003: 73).

Kelompok-kelompok subordinat menerima gagasan, nilai-nilai, maupun kepemimpinan kelompok dominans tersebut bukan karena secara fisik atau mental mereka dibujuk untuk melakukannya, juga bukan diindoktrinasi secara ideologis, melainkan hegemoni yang bersifat politik etis dan ekonomis dianggap telah membangun kebudayaan yang mengekspresikan kepentingan-kepentingan kelompok-kelompok subordinat tersebut. Hegemoni dalam hal ini, seperti diuraikan Lee (2006: 83) dilihat sebagai proses sosial yang, kendati tidak pernah terjamin efektivitasnya, mencoba mendefinisikan dan menegosiasikan tataran ideologis tertentu yang mencakup dan mengakomodasi persepsi tentang kepentingan kelompok subordinat sambil secara simultan mempertahankan kepentingan kelompok dominan.

Kekuasaan sosial yang termasuk dalam proses hegemoni biasanya tercapai melalui mobilisasi konsensus politik dan budaya yang tidak pernah sepenuhnya stabil, namun tetap berhasil mendapatkan keseimbangan konsensual yang cukup substansial antar mayoritas kelompok sosial. Piliang (2004:135) menyebut konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan, akan tetapi yang lebih penting lewat kepemimpinan intelektual dan moral. Dominasi

BALI DAN PARIWISATA (Ketut Sunadi, 19-33)

kekuasaan diperjuangkan di samping lewat kekuatan senjata juga lewat penerimaan publik, yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui mekanisme opini publik.

Dalam perspektif teori hegemoni ini dapat dilihat terjadinya proses pengembangan pariwisata, karena berkembangnya pariwisata di Bali tidak terlepas dari hegemoni pengusaha pariwisata dan pemerintah. Dekonstruksi modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata, sesuai dengan pendapat Bourdieu (dalam Harker, 2006: 264), menunjukkan telah terjadi sintesis tatanan ekonomi dengan kekuasaan simbolik. Dalam pengembangan pariwisata, secara simbolik Masyarakat Bali memiliki kekuasaan penuh terhadap modal budayanya; namun dalam praktiknya modal budaya tersebut tidak bisa lepas dari hubungan-hubungan kuasa hegemoni pengusaha pariwisata berbasis ekonomi kapitalis.

Sesungguhnya secara substansial, hegemoni mengekspresikan terwujudnya cita-cita hubungan timbal balik pariwisata dengan modal budaya seperti tertuang dalam Peraturan Daerah (Perda) Bali No. 3 Tahun 1971 tentang Pariwisata Budaya. Secara tidak langsung telah terjadi konsensus antara pemerintah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat untuk menjadikan modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata. Masyarakat Bali sebagai kelompok subordinat menerima gagasan, nilai-nilai, maupun kepemimpinan kelompok dominan tersebut karena dalam hegemoni tersebut dirasakan dapat mengekspresikan kepentingan-kepentingannya, terutama kepentingan ekonomi dan sosial budaya.

Sejalan dengan pendapat Gramsci (dalam Barker, 2005:80), Perda Pariwisata Budaya membuka peluang berkembang berbagai kepentingan pada aliansi antara pengusaha pariwisata dan pemerintah sebagai kelompok dominan dengan Desa Adat Kuta sebagai kelompok subordinat. Dominasi "populer-nasional" yang berkembang kemudian, memudahkan tercapainya suatu kesatuan sosiokultural sehingga berbagai kehendak yang berbeda dan tujuan yang bermacam-macam,

dirangkul menjadi satu tujuan tunggal yang berfungsi sebagai landasan bagi sebuah komersi yang adil tentang pengembangan pariwisata.

Hegemoni pariwisata di Bali, sejalan dengan pendapat Gartner (2001: 8), menunjukkan suatu proses berubahnya kondisi suatu daerah menjadi destinasi wisata, baik dari segi lingkungan, ekonomi, maupun sosial budaya. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata difokuskan pada gagasan: (a) kepariwisataan berpijak pada kebudayaan tradisional; (b) kepariwisataan sebagai wahana persahabatan antar bangsa. Karena itu pendekatan sistem bagi pengembangan pariwisata adalah suatu pendekatan yang utuh, terpadu, multidisipliner, partisipatoris dengan kriteria ekonomis, teknis, ergonomis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam, dan tidak merusak lingkungan (Putra, dkk: 2001:6).

Dalam Perda Bali No. 3 Tahun 1974, yang telah diperbaharui menjadi Perda No. 3 Tahun 1991 dijelaskan, Kepariwisataan yang dikembangkan di Bali adalah "Pariwisata Budaya", satu jenis kepariwisataan yang dikembangkan bertumpu pada kebudayaan, yaitu kebudayaan Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu. Dalam Bab I, Pasal 1 ditegaskan, Pariwisata Budaya adalah jenis kepariwisataan yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan Daerah Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu yang merupakan bagian dari Kebudayaan Nasional sebagai potensi dasar yang dominan, yang di dalamnya terdapat cita-cita akan adanya hubungan timbal balik antara Pariwisata dan Kebudayaan sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras, dan selaras.

Penyelenggaraan pariwisata budaya adalah untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan agama dan kehidupan alam Bali yang berwawasan lingkungan hidup, mencegah dan meniadakan pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan kepariwisataan.

2.3 Studi Kasus di Kabupaten Badung

Wacana kebijakan Pemerintah Kabupaten Badung dalam pengembangan pariwisata saat ini, seperti dijelaskan oleh Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Badung, I Wayan Subawa (wawancara, tanggal 1 Maret 2009), selaras dengan Perda Pariwisata Budaya tersebut di atas, yakni tetap mengedepankan keindahan alam pantai dan keunikan modal budaya Desa Adat Kuta. Kebijakan ini juga dilakukan untuk pengembangan pariwisata di Desa Baha, Sangeh, Kapal, Mengwi, Karang Dalem, dan Bongkasa.

Dari penjelasan ini bisa diketahui, hegemoni pariwisata di Badung menunjukkan paradigma pengembangan pariwisata yang mengutamakan peranserta masyarakat (*community based approach*) dan menjamin pariwisata akan berkelanjutan (*sustainable tourism*). Dengan paradigma baru ini, masyarakat diberdayakan agar dapat berperan secara aktif dalam pariwisata, sehingga dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan fisik maupun sosial budaya bisa dihindari.

Lebih jauh I Made Subawa dalam koran pariwisata *Bali Travel News* edisi 21 November - 11 Desember 2008, menjelaskan sebagai berikut.

"Art-cultural activities as well as potential of tourist objects and attractions lying in rural areas can be an advantage. It does not necessarily mean this program will plan to establish star hotel, but harnesses the houses of local villagers as tourist accommodation, so that tourists could personally experience the daily activities in a rural community".

Dari uraian di atas tampak dalam kurun waktu selama 49 tahun terakhir (1960 - 2009) modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata di Kuta, pariwisata telah menjadi *leading sector* pembangunan ekonomi. Kuta telah menjadi barometer perkembangan pariwisata Bali dan Indonesia. Kuta melesat sebagai destinasi wisata favorit di dunia seiring dengan dinamika pariwisata global.

2.4 Pariwisata di Desa Adat Kuta

Krama Desa Adat Kuta telah menerima pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Bendesa Adat Kuta, I Gusti Ketut Sudira, bersama para calon anggota legeslatif (caleg) se-Desa Adat Kuta yang mengikuti Pemilihan Umum tahun 2009, seperti Ni Luh Sri Mediasati, I Komang Alit Ardana, I Gusti Anom Gumanti, I Nyoman Bagiana Karang, Dewa Putu Manik, I Made Sumer, I Wayan Sutapa, dan Mashor Efendi, sepakat terus menjadikan pariwisata sebagai tulang punggung membangun kesejahteraan dan menjaga eksistensi desa adat.

Dalam acara pemaparan visi dan misi para caleg di *wantilan* kantor Kepala Kelurahan Kuta, tanggal 13 Januari 2009, Bendesa Adat Kuta dan para caleg itu disaksikan Lurah Kuta, I Gede Suparta, menyatakan saling ketergantungan antara masyarakat Kuta dengan pariwisata tidak bisa dipisahkan lagi. Lebih jauh mereka menyatakan sikap dan harapannya di tengah hegemoni pariwisata sebagai berikut.

"Pariwisata telah terbukti berhasil meningkatkan taraf hidup walaupun belum merata dirasakan oleh seluruh *krama* Desa Adat Kuta, sehingga perlu terus dijaga keberlanjutannya. Kami berharap pariwisata di Kuta bisa dikembangkan lebih berkualitas oleh seluruh *stakeholder* yakni pemerintah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat. Berkualitas artinya masyarakat Kuta tetap bersatu, lebih kuat, utuh dan bertakut dalam pengembangan pariwisata. Utuh dan memiliki taksu artinya, *krama* Desa Adat Kuta tetap memiliki karakter dan jati diri yang kuat sebagai implementasi ajaran agama yakni *tri hita karana* serta nilai-nilai budaya lokal yang menghormati pluralisme, keragaman budaya, etnis, dan agama. Modal budaya baik berupa kegiatan keagamaan Hindu maupun adat istiadat dalam kehidupan sehari-hari, patut kita lestarikan sebagai modal dalam pengembangan pariwisata budaya. Sudah terbukti, keunikan budaya yang kita miliki tidak ada tandingannya di dunia yang dapat menjadi daya tarik wisata. Kita semua harus bersatu menjaga Kuta sebagai daerah tujuan wisata yang aman, damai, nyaman, dan berbudaya".

Sesuai dengan uraian di atas, maka *krama* Desa Adat Kuta saat ini semakin sadar betapa besar ketergantungannya secara ekonomis pada pariwisata, sehingga pemerintah dan pengusaha pariwisata terus memberi perhatian kepada modal budaya masyarakat sebagai dasar pengembangan pariwisata. *Krama* Desa Adat Kuta tampaknya sangat yakin daya tarik wisata Kuta sekarang tidak bisa hanya mengandalkan keindahan alam pantai, tetapi juga harus memanfaatkan keunikan modal budaya.

Visi, misi, dan harapan para caleg se-Desa Adat Kuta tersebut tampaknya sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menghegemoni masyarakat. Pengembangan kepariwisataan di Indonesia sebagai bagian integral dari Pembangunan Nasional yang dilaksanakan secara berkelanjutan, dalam tujuan untuk turut mewujudkan peningkatan kemampuan manusia dan masyarakat Indonesia berdasarkan kemampuan nasional.

Kepariwisata Indonesia bertumpu pada keunikan, kekhasan, dan kelokalan, sehingga menempatkan kebhinekaan sebagai suatu yang hakiki, pengembangan pariwisata inheren untuk melestarikan dan memperkuat jati diri bangsa serta lingkungan alam (Ardika, 2001).

Dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) 1999-2004, ada dua paragraf yang dengan tegas memberikan arah hegemoni pengembangan pariwisata, khususnya dalam Bab Sosial dan Budaya, paragraf g dan h sebagai berikut.

- (g) Menjadikan kesenian dan kebudayaan tradisional Indonesia sebagai wahana bagi pengembangan pariwisata nasional dan mempromosikannya ke luar negeri secara konsisten sehingga dapat menjadi wahana yang utuh dan terpadu.
- (h) Mengembangkan pariwisata melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu bersifat interdisiplin dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomi, teknis, ergonomis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan.

Dengan menjadikan modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata, maka praktik-praktik budaya merupakan aktivitas yang bisa dikonsumsi dan memungkinkan wisatawan untuk memperoleh pengalaman tentang perbedaan cara hidup orang lain, merefleksikan adat istiadatnya, tradisi religiusnya dan ide-ide intelektual yang terkandung dalam warisan budaya yang belum dikenalnya.

Dalam konteks hegemoni ini, Boniface (1995: 15) dan Ardika (2007: 83) menyatakan, bahwa pariwisata budaya adalah jenis kepariwisataan yang berhubungan dengan kehidupan manusia dan cara hidupnya serta hasil karyanya, teristimewa hasil pada zaman dahulu atau pusaka budaya. Dalam era global ini muncul kecenderungan masyarakat internasional ingin memahami kebudayaan lain melalui kegiatan atau produk pariwisata budaya. Oleh karena itu, motivasi pariwisata budaya antara lain; (a) Mendorong pendayagunaan produksi daerah dan nasional; (b) Mempertahankan nilai-nilai budaya, norma, adat-istiadat, dan agama; (c) Berwawasan lingkungan hidup, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial (Sirha, 2001:4).

Hegemoni pariwisata mengisyaratkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab bersama seluruh *stakeholder* secara berkelanjutan. Dengan demikian, sejalan dengan pendapat Gramsci (dalam Srinati, 2003: 191), hegemoni pariwisata mengekspresikan persetujuan terhadap otoritas wacana kelompok dominan dalam masyarakat. Hegemoni diterima dan berfungsi karena ada jaminan konsesi kepada kelompok-kelompok subordinat yang tidak memberikan ancaman terhadap kerangka dominasi secara keseluruhan. Konsensus-konsensus dalam hegemoni tersebut pada dasarnya bersifat ekonomis, misalnya jaminan kekayaan atau kenaikan pendapatan.

Konsensus yang bersifat ekonomis itu, menurut Spillane (1994: 29), mengindikasikan harapan kelompok subordinat, bahwa pengembangan pariwisata yang disesuaikan dengan keadaan masyarakat tuan rumah dan peka terhadap selera masyarakat tuan rumah akan

menpengaruhi pilihan wisatawan terhadap daerah tujuan wisata, yang nantinya bisa mengurangi jurang pemisah antara masyarakat lokal dengan wisatawan dan pengusaha pariwisata. Kehadiran wisatawan dalam salah satu acara praktik budaya berupa tradisi keagamaan *Nangluk Merana* di Desa Adat Kuta seperti tampak pada gambar 37 di bawah ini, menunjukkan berkurangnya jurang pemisah masyarakat lokal dengan wisatawan.

Semakin tipisnya jarak pemisah antara masyarakat lokal dengan wisatawan seperti tampak pada foto di atas, seperti pendapat Lee (2006: 84), menunjukkan terjadinya kompromi ekonomi, politik, dan budaya dalam formasi sosial. Masyarakat tidak terlihat berada di bawah kendali ideologi dominan, namun sesungguhnya kelompok dominan telah menaklukkan hati dan pikiran rakyat biasa. Dengan demikian, hegemoni pariwisata merupakan faktor yang mendorong praktik-praktik budaya tersebut menjadi bagian dari tatanan ekonomi nasional dan global, sehingga skala transformasi modal budaya Desa Adat Kuta telah melintasi konteks ruang nasional dan global dalam pengembangan pariwisata.

Pengembangan pariwisata di Desa Adat Kuta yang berjalan spontan dan tidak ada perencanaan secara matang, tampaknya sejalan dengan pandangan Foucault tentang wacana-kekuasaan-kebenaran. Masyarakat Desa Adat Kuta yang sangat minim pengetahuannya tentang pariwisata begitu mudah menerima kebenaran dari wacana para penguasa, baik pemerintah yang mengeluarkan kebijakan dan izin-izin usaha pariwisata, maupun pengusaha pariwisata yang punya modal ekonomi besar dan ideologi pasar untuk membangun sarana akomodasi pariwisata. Akibat selanjutnya adalah terjadinya perubahan modal budaya begitu cepat seiring tumbuhnya sarana akomodasi yang sangat padat di wilayah Desa Adat Kuta.

Seperti diakui oleh *Bendesa* Adat Kuta, I Gusti Ketut Sudira dan para calon anggota legislatif se-Desa Adat Kuta, karena kurangnya pengetahuan, tidak hanya menyebabkan wilayah desa adat kelebihan beban menampung pertumbuhan sarana pariwisata dari kaum migran

yang mencari pekerjaan di Kuta, ternyata *krama* Desa Adat Kuta juga tidak bisa merebut posisi-posisi tinggi dalam struktur kerja di hotel atau restoran.

Foucault melihat pengetahuan itu terimplikasi pada kekuasaan, ada hubungan timbal balik yang saling membentuk antara pengetahuan dengan kekuasaan, sehingga pengetahuan tidak bisa dipisahkan dari rezim-rezim kekuasaan. Relasi pengetahuan dan kekuasaan ini melahirkan praktik-praktik kekuasaan yang dianggap menjadi kebenaran. Rorty kemudian menambahkan, kebenaran tersebut bukan kebenaran absolut melainkan suatu keserakatan sosial, sesuatu yang dianggap "baik". Kebenaran pandangan kelompok dominan ini bisa dinegosiasikan dengan kebenaran kelompok subordinat (Barker, 2005: 86).

Ideologi pasar yang diwacanakan melalui penerapan Perda Pariwisata Budaya dan kebijakan pengembangan pariwisata secara nasional oleh pemerintah dan pengusaha pariwisata, telah terintegrasikan dalam ideologi lokal *trihita karana* yang melandasi kehidupan Desa Adat Kuta. Oleh karena itu, ideologi pasar dalam pengembangan pariwisata, sejalan dengan analisis Gramsci, dipahami sebagai gagasan, makna, dan praktik-praktik budaya yang meski tampak seperti kebenaran-kebenaran universal, sebenarnya merupakan peta-peta makna yang menyokong kekuasaan kelompok sosial tertentu. Kelas yang berkuasa menggunakan otoritas sosial dan kepemimpinan atas kelas-kelas subordinat dengan cara menggabungkan kekuatan dengan persetujuan sadar.

Persetujuan sadar tersebut terlihat sejak awal pengembangan pariwisata di Kuta ketika Kunt Tantri membangun hotel dengan melibatkan penduduk lokal. Selanjutnya mulai tahun 1960-an keterlibatan masyarakat yang begitu besar menunjukkan bahwa ideologi pasar bukanlah sesuatu yang terpisah dari aktivitas-aktivitas praktis kehidupan, melainkan fenomena material yang memiliki akar dalam kondisi sehari-hari Desa Adat Kuta yang berlandaskan *trihita karana* dalam pengembangan pariwisata. Seperti

BALI DAN PARIWISATA (Ketut Sumadi, 19-33)

ditegaskan Gramsci (dalam Barker, 2005: 79) sebagai berikut.

"Ideologi menyediakan tata tingkah laku praktis dan perilaku-perilaku moral yang bisa disejajarkan dengan agama dalam pengertian sekuler, yakni suatu kesatuan yang diyakini antara konsepsi tertentu tentang dunia dengan norma perilaku yang sesuai".

Substansi pernyataan Gramsci di atas, juga sangat jelas terakumulasi dalam Perda Pariwisata Budaya seperti diuraikan pada pasal 3 sebagai berikut.

- Penyelenggaraan pariwisata budaya adalah untuk memperkenalkan, meadayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan agama dan kehidupan alam Bali yang berwawasan lingkungan hidup, mencegah dan meniadakan pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan kepariwisataan.

Dengan masuknya ideologi pasar pariwisata ke Desa Adat Kuta, mendorong terjadinya perubahan modal budaya berupa praktik-praktik budaya, penyesuaian nilai dan norma-norma dalam masyarakat untuk kepentingan pengembangan pariwisata. Sesuai dengan pendapat Abdulah (2006: 155), pada saat masuknya pasar ke dalam tatanan masyarakat petani dan nelayan, maka secara langsung mempengaruhi kultur agraris dengan tekanan ide dan praktik pasar sehingga terjadi komodifikasi hasil-hasil pertanian dan budaya petani dan nelayan. Jaringan sosial, orientasi masyarakat, dan kearifan lokal mulai bergeser sejalan dengan melebarnya batas-batas interaksi dan pengetahuan masyarakat tentang kepariwisataan.

Integrasi pasar pariwisata terjadi, di mana pengaruh pasar menjadi lebih kuat sejalan dengan terikatnya penduduk ke dalam suatu tatanan yang lebih luas ke dalam suatu ide dan nilai yang bersifat nasional seiring dengan kebijakan pengembangan

pariwisata secara nasional. Selain menjadi konsumsi wisatawan, ternyata modal budaya Desa Adat Kuta telah menjadi bagian integral dari budaya pariwisata. Hal ini terlihat dari padatnya beraneka jenis akomodasi pariwisata dan jasa wisata yang berdesakan dengan rumah penduduk, tempat suci, atau ruang-ruang publik yang bersifat sosial religius.

Desakan ideologi pasar yang terintegrasi ke ruang publik, membuat sepanjang pinggir jalan utama seperti Jalan Legian, Jalan Pantai Kuta, Jalan Raya Kuta, atau Jalan Kartika Plaza dan termasuk di gang-gang kecil, penuh usaha jasa serta toko souvenir. Bahkan *setra* (kuburan) di tepi pantai pernah ditawarkan investor untuk dibangun hotel. Kuburan hendak dipindahkan ke tempat lain, namun proses negosiasi gagal karena sebagian besar masyarakat menentanginya. Wisatawan bebas lalu lintas di sepanjang wilayah Desa Adat Kuta, termasuk saat dilaksanakan ritual keagamaan menunjukkan ideologi pasar mendorong perubahan modal budaya menjadi bagian integral dari budaya pariwisata.

2.5 Berubahnya Pandangan Hidup Masyarakat Bali

Pandangan hidup pragmatis yang digagas John Dewey, dianggap sebagai pandangan khas Amerika, suatu gerakan filsafat yang lahir dari pola-pola kebudayaan Amerika. Pada awalnya sikap pragmatis ini untuk menetralisasi agama dari sifatnya yang absolut agar azas kebebasan, persamaan, dan persaudaraan dapat diwujudkan. Absolutisme agama mudah disalahgunakan para penguasa untuk melanggengkan kekuasaannya, sehingga agama mudah dijadikan alat untuk menciptakan perbedaan kelas yang bisa menyulut perpecahan. Dalam masyarakat Amerika tidak ada demarkasi yang jelas antar kelas. Posisi sosial individual tidak ditentukan oleh posisi leluhurnya, melainkan oleh prestasi dan kerja keras, baik kerja otak maupun kerja tangan (Haniyah, 2001: 24).

Menurut Dewey, *pragmatic* berarti peraturan berpikir reflektif yang tujuan akhirnya adalah hasil. Setiap individu dididik kerja otak dan kerja tangan secara serentak, sehingga kehidupan

intelektual dan kehidupan praktis saling mengisi. Oleh karena itu, meskipun filsafatnya akademis, filsuf Amerika tidak menjadi "pertapa akademis". Ia dekat dengan lahan pertanian, pabrik, dan pasar tempat pergaulan hidupnya dikembangkan.

Sikap pragmatis masyarakat Bali tampaknya telah tumbuh sejak warga Amerika, K'tut Tantri, merintis pengembangan pariwisata di Kuta tahun 1930-an. Untuk melawan sikap sewenang-wenang dan tidak adil penjajah Belanda terhadap penduduk Bali, K'tut Tantri dengan penuh semangat membangun wacana kebebasan, persamaan, dan persaudaraan melalui pengembangan pariwisata. Masyarakat lokal dilibatkan dan diajak bekerja keras, sehingga melahirkan praktik-praktik budaya yang bersifat praktis yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pariwisata dan motivasi wisatawan yang menginap di hotelnya.

K'tut Tantri mengajak masyarakat lokal untuk mencintai lingkungannya yang memiliki potensi pariwisata sangat besar. Semua karyawan hotelnya diharapkan menghindari sikap pasrah dan selalu menumbuhkan sikap percaya diri agar bisa memenuhi kebutuhan hidup dengan melakukan aktivitas di bidang pariwisata. Sikap pragmatis K'tut Tantri bersama tiga orang sahabat sekaligus pelayan hotelnya, Wayan, Made, dan Nyoman saat merintis pendirian hotel Swara Segara, tercermin dari pernyataannya sebagai berikut.

"Kita tumbuk padi sendiri, kita cari orang-orang untuk menenun, kita mempunyai gamelan sendiri dan Nyoman menari, kita mempunyai pelukis dan pemahat patung, kita punya binatang peliharaan sendiri, babi, itik, ayam. Pohon kelapa jangan ditebang, rumah-rumah didirikan disekeliling dan diantara pohon itu. Bencana akan menimpa kita kalau memotong pohon tanpa memberikan korban kepada Dewa pohon. Dan lagi, kita bisa menjual kelapanya atau kita pakai sendiri. Banyak yang dapat diperbuat, kita akan mencukupi kebutuhan sendiri".

(Tantri, 1965:103)

Sikap pragmatisme K'tut Tantri tersebut memberi inspirasi dalam pengembangan pariwisata di Bali, terlebih di Desa Adat Kuta tahun 1960-an sampai dengan 1980-an. Menurut I Gusti Alit Reka, Jero Mangku Kompyang Punia, dan Made Wendra, sangat terasa ketika *krama* desa merubah rumahnya menjadi *home stay* atau tempat menginap wisatawan. *Krama* desa beralih matapencaharian dari petani, nelayan ke sektor jasa wisata seperti membuka warung yang menyediakan kebutuhan wisatawan, menjadi pedagang acung dan pemijat di pantai. Ada juga *krama* yang menjual atau menyewakan tanahnya kepada orang luar Kuta yang ingin membuat usaha wisata.

Berubahnya pandangan hidup masyarakat Bali tentang tanah misalnya, daripada tanah terbelengkalai tidak bisa mengurus dan hasilnya kecil, lebih baik disewakan atau dijual. Uang dari hasil sewa atau menjual ini dimanfaatkan untuk membuka usaha jasa wisata. Di Kuta misalnya, khusus perubahan praktik budaya berkaitan dengan urusan menjual atau menyewakan tanah pusaka warisan leluhur dalam pengembangan pariwisata, *krama* Desa Adat Kuta mempunyai istilah "*gadai layar*" dan "*gadai kelem*". Istilah "*gadai layar*" diberikan kepada orang-orang yang hanya menyewakan tanah-tanah warisan leluhurnya, sehingga tanah warisan itu tetap menjadi hak milik dan tetap menghasilkan uang. Ibarat perahu, hanya layarnya saja yang tergadai dan dimiliki orang lain, sedangkan perahunya tetap milik sendiri dan bisa diwariskan kepada anak cucu. Bentuk dan arah layar bisa berubah setiap saat sesuai arah angin, sehingga perahu yang dinaiki tetap selamat di atas samudra. Maksudnya, jenis dan bentuk usaha jasa wisata yang dibangun di atas tanah bisa berubah sesuai dengan dinamika pasar, akan tetapi tanah leluhur tetap terjaga di tengah pengembangan pariwisata. Wacana "*gadai layar*" ini tampaknya mendorong mereka untuk bersikap pragmatis untuk merebut peluang-peluang pasar pariwisata.

Istilah "*gadai kelem*" diberikan kepada orang-orang yang begitu mudah menjual tanahnya. Uang hasil penjualan tanah itu digunakan untuk

BALI DAN PARIWISATA..... (Ketut Sumadi, 19-33)

membuat usaha jasa wisata tapi tidak dikelola dengan baik, mereka lebih banyak bersenang-senang sehingga usahanya bangkrut. Ibarat naik perahu, mereka *kelem* (tenggelam) dan kehilangan Desa Adat Kuta, dulu semua anggotanya melombani pekerjaan sebagai *pande mas*. Dari 175 orang anggota *krama ngarep* saat ini, hanya tinggal 3 orang yang menekuni pekerjaan sebagai *pande mas*, yakni I Ketut Suputra, Wayan Wita, dan Nyoman Wandra.

Dari ketiga orang itu, hanya I Ketut Suputra yang paling produktif karena ia takut meninggalkan pekerjaan warisan leluhurnya dan sering mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk membuat perhiasan emas untuk kelengkapan *pretima* atau *petapakan bhatara* (benda-benda suci yang disakralkan), di samping ada beberapa wisatawan yang memesan perhiasan emas dan perak. Ia tidak sepenuhnya menggantungkan hidup pada pekerjaan ini, karena dia telah memiliki *bungalow* dan rumah yang disewakan kepada wisatawan.

Alasan mereka meninggalkan mata pencaharian sebagai *pande mas* ini dijelaskan sebagai berikut.

"Pekerjaan sebagai *pande mas*, membuat seni kerajinan emas dan perak awalnya berkembang pesat seiring berkembangnya pariwisata, tapi sekarang kami kalah saing dengan orang luar. Kami tidak punya modal untuk membeli bahan baku yang sangat mahal, akibatnya kami tidak bisa memenuhi pesanan. Di samping itu, kemampuan untuk mengelola usaha kerajinan kami tidak punya, sehingga kami tidak berani mengembangkan mata pencaharian ini dengan meminjam modal di bank. Kami berpikir praktis saja, kami beralih ke usaha jasa wisata yang lebih cepat menghasilkan uang. Maka sekarang hanya tinggal kerajinan Banjar Pande Mas sebagai pusat seni kerajinan emas di Desa Adat Kuta".

(Wawancara, tanggal 6 Maret 2009)

I Ketut Suputra, I Wayan Wita, dan hasil karya seni kerajinan emasnya seperti tampak pada gambar 39 dan 40 sebagai berikut.

Melihat fenomena mudarnya *pande mas* di Desa Adat Kuta dan di Bali secara umum, sejalan dengan pendapat Bourdieu (dalam Jenkins, 2004: 125), pasar pariwisata penuh perjuangan dan manuver untuk memperebutkan akses tertentu serta sumber daya atau modal, baik modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, maupun modal simbolis. Perjuangan dalam arena pasar di tengah hegemoni pariwisata mendorong masyarakat Bali bersikap pragmatis, suatu sikap hidup praktis yang menekankan aspek materialistik, sukses meraih keuntungan material yang harus diraih dalam kegiatan kepariwisataan. Mereka meninggalkan profesi sebagai *pande mas* karena kalah bersaing dengan pengusaha kerajinan emas dari luar. Perhatikan juga toko souvenir kerajinan mas dan perak yang berada di sepanjang jalan raya Ciduk Sukawati Gianyar sekarang telah berubah menjadi swalayan, warung makanan, dan pedagang laki-laki lima dari luar Bali yang menghadirkan suasana kumuh.

2.6 Komodifikasi Lawar dan Sesajen

Selain pekerjaan sebagai *pande mas* yang ditinggalkan, sikap pragmatis mendorong *krama* desa adat di Bali meninggalkan modal budaya berupa praktik budaya *mebat* atau *ngelawar* (membuat makanan pelengkap sesajen upacara keagamaan) secara bersama-sama di *bale banjar*. Telah terjadi proses komodifikasi yang kuat dalam praktik membuat sarana dan prasarana upacara keagamaan Hindu di Bali di tengah hegemoni pariwisata.

Krama banjar yang melaksanakan upacara keagamaan bisa membelanya di rumah pedagang *lawar* sesuai keperluan. Dulu praktik budaya *mebat* di *bale banjar* ini memang cukup melelahkan yang berlangsung mulai pukul 03.00 sampai pukul 08.00, sehingga setelah selesai *mebat* banyak yang mengantuk dan tidak dapat menunaikan pekerjaannya dengan baik. Mereka memandang lebih praktis membeli, sehingga *krama banjar* hanya datang pada puncak acara keagamaan.

Demikian pula proses awal membuat sesajen dan perlengkapan upacara, tidak lagi melibatkan *krama* banjar, tetapi hanya melibatkan kerabat atau keluarga dekat dan sebagian besar perlengkapan upacara itu dibeli pada *tukang banten* (pedagang sesajen) dan *tukang jahitan* (pedagang perlengkapan upacara). Dengan demikian, proses membuat perlengkapan upacara dirasakan lebih praktis dan tidak mengganggu aktivitas *krama* banjar yang juga sibuk dengan pekerjaannya masing-masing.

Bentuk dan jenis barang-barang yang dibawa *krama* banjar atau kerabat saat *mejenukan* (mengunjungi orang yang melaksanakan upacara keagamaan) juga berubah. Zaman dulu, saat *mejenukan* orang hanya membawa sedikit beras, kelapa, telur, gula, kopi, atau dupa, namun sekarang ada yang menambah dengan sejumlah uang di dalam amplop. Besarnya berkisar antara Rp. 25.000,00 sampai dengan Rp.100.000,00, tergantung kemampuan ekonomi seseorang. Pertimbangan menambahkan uang ini juga praktis, yakni agar bisa dimanfaatkan untuk membeli keperluan upacara oleh orang yang melaksanakan upacara keagamaan. Setelah upacara selesai, saat *krama* banjar atau kerabat hendak pulang, maka orang yang melaksanakan upacara akan *males isin sok* atau *aba-abaan* (membalas barang yang dibawa), tidak lagi dengan *nasi*, *lawar*, dan *sate* seperti zaman dulu, melainkan dibalas dengan benda-benda yang bermanfaat praktis, seperti satu set *bokor*, *wanci* (tempat sesajen), handuk, selendang, atau kain. Sikap pragmatis itu dirasakan tidak mengganggu kehidupan secara sosial religius dan sekaligus dapat menjamin keberlanjutan pariwisata. Esensi modal budaya itu tidak hilang walaupun proses, praktik, dan bentuknya menyesuaikan dengan kesibukan dan kebutuhan ekonomi *krama* desa dalam pengembangan pariwisata. Sejalan dengan Barker (2005: 499), mereka memandang pariwisata selalu “dalam proses menjadi”, sehingga masa depan pariwisata menjadi punya nilai penting dan nilai praktis modal budaya dapat memberi keuntungan ekonomis. Karena itu, mereka dapat membuat perubahan-perubahan dan menciptakan

masa depan yang lebih baik melalui pariwisata. Oleh karena itu, dekonstruksi yang diwacanakan Derrida, diterima sebagai jalan untuk mengubah modal budayanya, sehingga modal budaya itu mempunyai nilai praktis dan bermanfaat dalam hegemoni pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.7 Citra Bali sebagai *Global Village*

Sejak berkembang pesat sebagai daerah pariwisata, Bali secara umum dan desa-desa adat seperti Kuta, Ubud, Sanur mendapat predikat sebagai “*global village*” (kampung global). Predikat ini, seperti diakui Bendesa Adat Kuta, I Gusti Ketut Sudira, menandakan bahwa Desa Adat Kuta secara simbolis telah menjadi milik dunia. Pariwisata telah menjadi kekuasaan simbolik yang membentuk citra Kuta sebagai daerah internasional, sehingga apa pun yang terjadi di Kuta akan dengan cepat tersebar ke seluruh dunia. Kehadiran wisatawan mancanegara menyulap wilayah Kuta menjadi wilayah berwajah seribu bangsa, wilayah tempat tinggal orang-orang dari seluruh dunia tanpa membedakan etnis, budaya atau agama. Demikian pula pembangunan sarana akomodasi pariwisata seperti hotel, restoran, pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan malam berstandar internasional dengan perangkat teknologi canggih, menunjukkan betapa globalisasi telah memasuki berbagai aspek kehidupan.

Adaptasi, interaksi, dan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pengusaha dalam kegiatan dan pembangunan sarana akomodasi pariwisata, seperti diuraikan Giddens, mendorong *krama* desa di Bali masuk ke dalam tatanan global. Globalisasi telah mendorong terciptanya zona-zona ekonomi dan praktik-praktik budaya baru antar bangsa yang berada di wilayah Desa Adat di Bali. Giddens menjelaskan lebih jauh tentang globalisasi sebagai berikut.

“Globalisasi tidak hanya berkaitan dengan sistem-sistem besar seperti tatanan keuangan dunia, bukan sekadar soal apa yang ada “di luar sana”, terpisah dan jauh dari orang per orang, melainkan merupakan fenomena di sini yang

BALI DAN PARIWISATA (Ketut Sumadi, 19-33)

mempengaruhi aspek-aspek kehidupan kita yang intan dan pribadi. Di banyak belahan dunia sistem keluarga indisional kian berubah sejalan dengan kesadaran kaum perempuan menuntut kesetaraan yang lebih besar, sehingga konsekuensinya dirasakan dalam wilayah kerja hingga ke wilayah politik. Globalisasi menekan otonomi lokal, namun di lain sisi globalisasi mendorong bagikinya kembali berbagai budaya lokal di belahan dunia. Globalisasi merombak cara hidup kita secara besar-besaran, oleh karena itu saya tidak ragu untuk mengatakan bahwa globalisasi, sebagaimana yang kita alami dalam banyak hal, tidak hanya baru, melainkan juga revolusioner. Globalisasi berdimensi ekonomi, politik, ekonomi, teknologi, dan budaya. Globalisasi terutama sangat dipengaruhi oleh berbagai perkembangan teknologi dan sistem komunikasi". (Giddens, 2001: 4-7)

Faktor citra sebagai *global village* ini yang mendorong perubahan sikap dan cara hidup *krama* desa adat, karena mereka telah merasakan diri sebagai bagian dari dunia internasional. Mereka semakin mantap menjadikan modal budayanya sebagai dasar pengembangan pariwisata. Kebanggaan mereka terhadap citra "*global village*" menunjukkan betapa globalisasi telah melasiki aspek kehidupan masyarakat Bali. Fenomena globalisasi tersebut, seperti pendapat Abdullah (2006: 178), Nuryanti (1994: 1), menunjukkan bahwa diversitas, deferensiasi, mobilitas, komunikasi, dan internalisasi sedang menjadi kekuatan besar yang mendorong masyarakat untuk mentransformasikan modal budayanya dalam pengembangan pariwisata yang mengarah kepada *mass tourism industry*. Budaya wisatawan yang sedang berlibur dan para pendatang yang mencari pekerjaan di Kuta diterima dengan sikap terbuka, sehingga perbedaan budaya itu bukan menjadi ancaman, melainkan dianggap sebagai ciri khas sebuah desa global. Mengenai keterbukaan sikap *krama* desa adat sebagai *global village* ini, *Pemangku Agung Kahyangan Tiga*, Jero Mangku Kompyang Punia menjelaskan sebagai berikut.

"Sebagai daerah wisata dan seluruh *krama* desa adat menggantungkan hidupnya pada pariwisata, kami harus bisa menerima budaya-budaya dari para wisatawan dan para pendatang, sehingga tercipta *kearifan* di daerah kami. Kita dapat menerima perbedaan budaya dan bisa menyesuaikan diri dengan orang lain itu justru kami anggap sebagai kekuatan yang bisa menjamin *keafegan* Desa Adat Kuta sebagai daerah pariwisata. Kami tidak takut menerima budaya global karena kami telah memiliki *weweka* yakni kemampuan untuk membedakan, memilah dan memilih yang mana budaya baik dan buruk untuk kami, *krama* dan desa adat. Karena itu jangan kaget jika melihat wisatawan bebas lalu-lalang dan menyaksikan hal-hal menarik di wilayah desa adat kami". (Wawancara, tanggal 12 Maret 2009).

Dari penjelasan di atas, tampaknya faktor globalisasi yang mendorong modal budaya sebagai dasar pengembangan di Desa Adat Kuta, menunjukkan bahwa *krama* Desa Adat Kuta telah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang konsep multikulturalisme. Karena menurut Atmaja (2006) dan Liliwiri (2007: 16) multikulturalisme meliputi sebuah pemahaman, penghargaan, dan penilaian atas budaya seseorang, serta sebuah penghormatan dan keingintahuan tentang budaya etnis orang lain. Liliwiri lebih jauh menjelaskan sebagai berikut.

"Multikulturalisme sering merupakan perasaan nyaman yang dibentuk oleh pengetahuan. Pengetahuan itu dibangun oleh keterampilan komunikasi yang efektif dengan setiap orang dari setiap kebudayaan yang ditemui, dalam setiap situasi yang melibatkan sekelompok orang yang berbeda latar belakang kebudayaannya. Nyaman maksudnya adalah suasana tanpa kecemasan, melalui kebudayaan mereka dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan cepat".

Dengan modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata di Desa Adat Kuta, *krama* desa adat bisa dengan cepat berinteraksi dengan wisatawan. Kehidupan di Bali yang berlandaskan *trihita karana*, memang menjamin berkembangnya multikulturalisme dalam era global, karena konsep *trihita karana* menekankan pada sasaran kehendak untuk mengantar masyarakat ke dalam suasana rukun, damai, egaliter, toleran, saling menghargai, saling menghormati, menghindari kekerasan dalam menyelesaikan masalah, dan tidak mesti menghilangkan kompleksitas perbedaan yang dimiliki. Setiap orang mempunyai tugas dan kewajiban masing-masing sesuai dengan bakat, profesi, kemampuan, dan lingkungannya, sehingga tidak ada perlakuan diskriminatif terhadap orang lain.

2.8. Berbagai Bentuk Festival Seni

Hegemoni pariwisata di Bali, telah melahirkan berbagai bentuk festival seni budaya untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan. Bentuk festival seni itu seperti Pesta Kesenian Bali, Kuta Karnival, Sanur Festival, Denpasar City Festival, dan Ubud Festival. Melalui kegiatan aktivitas budaya, yang dilaksanakan setiap tahun itu masyarakat Bali yang multikultur dapat memperlihatkan kearifan lokalnya sebagai bagian dari budaya global, sebaliknya wisatawan mancanegara yang mewakili masyarakat global tumbuh rasa cintanya dan rasa ikut memiliki budaya penduduk lokal. Dengan rasa cinta dan saling memiliki ini, akan tercipta kedamaian dunia, yang berarti pula pariwisata yang sangat tergantung pada faktor keamanan, akan terjamin keberlanjutannya. Karena itu, mereka menganggap *event* festival juga merupakan sebuah wujud *yadnya* atau kegiatan tulus ikhlas untuk merevitalisasi praktik-praktik budaya sehingga bisa menjadi daya tarik wisata dan terus tumbuh seiring perkembangan pariwisata global. Selain itu, dalam setiap pelaksanaan festival, mereka selalu melibatkan tokoh-tokoh dari berbagai agama untuk memberikan saran dan memberikan mereka kesempatan untuk menampilkan jenis seni budayanya. Dari sini diharapkan bisa terbuka

wawasan bahwa Kuta dihuni oleh etnis dengan beragam budaya. Dari sini pula tercipta kerukunan umat beragama, karena pada dasarnya pengamalan ajaran agama tidak bisa lepas dari kebudayaan.

Dari penjelasan di atas tampak modal budaya berupa sikap *menyamabraya* dalam pengembangan pariwisata yang dikemas pada acara festival-festival seni budaya itu, memiliki nilai universal yang bisa menjadi *branding* lekatnya persahabatan antar bangsa di dunia. Dalam Kuta Karnaval misalnya, selama tujuh hari pantai Kuta penuh dengan acara yang mengundang kegembiraan, seperti melepas tukik ke laut, tarian Bali, panggung hiburan menampilkan pemusik serta penyanyi dari berbagai daerah di Bali dan Jawa, *food festival*, berselancar, *fashion show*, atau pawai budaya. Terhadap beraneka jenis acara ini, lebih jauh I Nyoman Graha Wicaksana menjelaskan sebagai berikut.

“Melalui kegiatan pariwisata yang dikemas dalam *event* Kuta Karnaval penuh kegembiraan, akan tumbuh sikap persaudaraan antar sesama umat manusia di dunia. Terlebih-lebih di Desa Adat Kuta yang telah dikenal sebagai *global village*, para wisatawan mancanegara tidak canggung lagi dilibatkan dalam *event* budaya seperti ini. Wisatawan merasa sangat senang dan kami pun merasa seperti sebuah keluarga besar dalam kegiatan Kuta Karnaval. Karena itu, kami secara selektif mentransformasikan modal budaya yang dimiliki sehingga bisa berkembang dan menjadi daya tarik pariwisata global”.

(Wawancara, tanggal 18 Oktober 2008).

Dari pernyataan di atas, tampak faktor globalisasi telah mendorong terjadinya modal budaya sebagai dasar pengembangan pariwisata di Desa Adat Kuta menunjukkan kemampuan *krama* desa adat Kuta memadukan nilai produktif dengan nilai reproduktif kebudayaan untuk menjamin keberlanjutan desa adat dan keberlanjutan pariwisata. Kemampuan adaptasi sangat menentukan keberhasilan dalam globalisasi dan perbedaan yang ada dikelola sebagai suatu

BALI DAN PARIWISATA (Ketut Sumadi, 19-33)

kekuatan untuk bertahan hidup. Fenomena ini sejalan dengan pendapat Abdullah sebagai berikut.

"Perbedaan yang ada cenderung dipelihara dalam rangka bertahan hidup sehingga yang berbeda itu bukan lagi dianggap suatu yang "inferior" atau "jelek", tetapi perbedaan itu mulai dilihat sebagai suatu "kekuatan", "mengesankan" dan bahkan "dibutuhkan". Perbedaan itu pula yang menyebabkan artikulasi diri dan identitas menjadi penting, kemudian memungkinkan seseorang mendapatkan penghargaan sosial ekonomi. Perbedaan-perbedaan ini memungkinkan pertukaran terjadi secara lebih dinamis karena negosiasi berlangsung secara terus menerus".

(Abdullah, 2006: 167)

Komunikasi global yang terjadi dalam pengembangan pariwisata melahukan jaringan yang menggabungkan pikiran lokal dalam suatu pikiran global. Sumber-sumber lokal menjadi sumber dalam berbagai praktik budaya, kemudian bergeser ke sumber-sumber global yang diadaptasi dan disosialisasikan dalam suatu setting sosial. Oleh karena itu, dalam pengembangan pariwisata di Bali menunjukkan karakter masyarakat global juga sering dikenal sebagai masyarakat konsumen ditandai oleh kekuasaan kapitalis yang semakin kompleks (Ritzer: 2002, Lubis: 2004, Barker: 2005, Sulistyawati: 2005). Fragmentasi gaya hidup, konsumerisme yang berlebihan membawa masyarakat ke suatu masa di mana konsumsi (komoditi) menjadi titik sentral dari kehidupannya. Konsumsi yang pada masa modern dibutuhkan berdasarkan nilai kenyataan dan fungsional, sedangkan pada saat globalisasi konsumsi sering dijadikan *life style* yang sering berubah secara konstan sebab mereka dikondisikan untuk selalu mengidentifikasi diri dengan irama dan siklus perubahan produksi.

Konsumsi sering dijadikan ekspresi gaya hidup yang berdasarkan "keinginan" dan logika "bermain". Ekspresi gaya hidup sebagai salah satu fenomena globalisasi ini dalam perspektif pengembangan pariwisata, praktik-praktik seni budaya yang dilaksanakan dalam pawai *ogoh-*

ogoh, festival seni budaya, sejalan dengan pendapat Collingwood (dalam Abu, 2004), menunjukkan adanya hubungan esensial antara seni dengan ekspresi emosi. Seni adalah ekspresi imajinatif, sehingga seni bukan suatu ekspresi imajinasi yang elit atau tertutup, melainkan untuk membuka diri agar dapat dinikmati orang lain. Citra sebagai *global village* mencerminkan kemunculan memajukan nilai produktif modal budaya sebagai pegangan hidup dan nilai reproduktif modal budaya sebagai daya tarik pariwisata. Perpaduan nilai ini menunjukkan terjadinya proses globalisasi dalam pengembangan pariwisata. Karena itu, fenomena bebasnya kehadiran wisatawan dalam prosesi tradisi keagamaan di Bali menunjukkan modal budaya tidak lagi murni azas orientasinya adalah kekudusan, tetapi juga berorientasi industri pariwisata yang kapitalistik dan menyenangkan wisatawan. Fenomena inilah menurut Piliang disebut *postspiritualitas*, berpadunya aktivitas spiritual dengan gaya hidup wisatawan. Lebih jauh Piliang menjelaskan tentang *postspiritualitas* tersebut sebagai berikut.

"Sebuah kondisi dimana yang *iluhiah* ditulari oleh yang duniawi, yang *transenden* dimasuki oleh yang imanen. Ada pencampuran esensi, ada peleburan esensi, ada juga persimpangan nilai, bertumpang tindihnya hasrat rendah dengan kesucian, perbedaan di antara keduanya menjadi kabur. Berburunya gaya hidup (*life style*) dengan ritual, bercampurnya yang profan dengan yang spiritual, merupakan sebuah fenomena spiritual dalam kehidupan masyarakat kontemporer yang terbentuk akibat kapitalisme global".

(Piliang, 2004: 321)

III. SIMPULAN

Bali dan pariwisata dalam perspektif teori hegemoni menunjukkan adanya kebijakan pemerintah dan perilaku para pengusaha pariwisata lebih menonjolkan jejak kapitalisme global dengan kehadiran simbol-simbol pasar ekonomi global, sehingga fenomena ini juga berpengaruh terhadap tradisi keagamaan di Bali. Suasana *pasar majalangu* di Kuta misalnya, atau saat ada upacara keagamaan di *pura-pura*, sangat riuh

dengan dinamika pasar kapitalis yang menawarkan berbagai produk barang industri. Demikian pula papan-papan reklame yang bertebaran di disepanjang jalan menawarkan berbagai produk modern, para wisatawan tetap melaksanakan aktivitas berwisata di tengah suntuknya orang Bali melaksanakan prosesi ritual.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Abdulyani. 2002. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Adeney, Bernard T. 2000. *Etika Sosial Lintas Budaya*. Yogyakarta: Kanisius
- Agger, Ben. 2006. *Teori Sosial Kritis, Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Alfian, 1986. *Transformasi Sosial Budaya dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Ardika, I Gede. 2001. "Pembangunan Pariwisata Bali Berkelanjutan yang Berbasis Kerakyatan", Naskah Lengkap Seminar Nasional Bali, *The Last or The Lost Paradise*. Denpasar, 1 Desember.
- Ardika, I Wayan. 1999. "Pelestarian dan Pemanfaatan Tinggalan Arkeologi dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Bali." *Majalah Ilmiah Pariwisata*, Program Studi Pariwisata Universitas Udayana, 2: 70-74
- Ardika, I Wayan. 2001. "Pariwisata dan Pelestarian Warisan Budaya." Naskah Lengkap Matrikulasi Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana. Denpasar 10 - 23 Agustus.
- Ardika, I Wayan. 2003. "Komponen Budaya Bali sebagai Daya Tarik Wisata." I Wayan Ardika (penyunting). *Pariwisata Budaya Berkelanjutan, Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Denpasar: Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata Universitas Udayana.
- Ardika, I Wayan. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan
- Ardika, I Wayan. 2007. "Strategi Pengembangan SDM Pariwisata Dalam Era Kompetisi". naskah lengkap makalah Seminar Nasional Universitas Udayana, Denpasar, 16 Juni
- Asrama, Bharata. 2006. "Tri Hita Karana Di Tengah Krisis Tanpa Batas", naskah lengkap dalam Buku *Wacana Pamungkas*. Denpasar: Bali Travel News.
- Atkinson, Alan. 2002: *Tragedi di Bali. Pengalaman Pribadi Saat Terjadi Bom di Bali*. (Terjemahan Supardi Asmorobangun). Australia: ABC Books, Australian Broadcasting Corporation.
- Atmaja, Bawa Nengah. 2001. "Aspek Sosiokultural dalam Pengembangan Wisata Alam", Naskah Lengkap Matrikulasi Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana. Denpasar 10 - 23 Agustus.
- Bagus, I Gusti Ngurah, (editor). 1975. *Bali dalam Sentuhan Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang
- Bloch, Peter. 2007. *Mads Lange The Bali Trader and Peacemaker*. Bali: The Bali Purnati
- Budiardjo, Miriam. 1984. *Aneka Pemikiran tentang Kuasa dan Wibawa*. Jakarta: Sinar Harapan
- Boniface, Pricilla. 1995. *Managing Quality Cultural Tourism*. New York: Routledge
- Borley, L. 1996. "Heritage and Environment Management: The International Perspectives". Wiendu Nuryanti (editor) *Tourism And Culture Global Civilization In Change*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Capra, Fritjof. 2004. *Titik Balik Peradaban*. (Terjemahan Thoyibi). Yogyakarta: Bentang
- Dayakismi, Tri dan Salis Yuniardi. 2004. *Psikologi Lintas Budaya*. Malang: Universitas Muhammadiyah

BALI DAN PARIWISATA (Ketut Sumadi, 19-33)

- Dibia, I Wayan. 2007. "Estetika", naskah makalah diskusi Program S3 Kajian Budaya. Denpasar: Universitas Udayana
- Duija, I Nengah. 2007. *Ideologi dan Politik Kebudayaan di Era Global*. Denpasar: Sari Kahyangan
- Egger, Ben. 2006. *Teori Sosial Kritis, Kritik, Penerapan dan Implikasinya*, terjemahan Nurhadi. Yogyakarta, Kreasi Wacana
- Ernst Cassirer. 1990. *Manusia dan Kebudayaan: Sebuah Esei Tentang Manusia*. Jakarta, Gramedia.
- Eiseman, Jr., Fred B. 1990. *Bali Sekala & Niskala*. Peripus Editions. California: Berkeley.
- Elashmawi, Farid & Philip R. Harris. 1998. *Multicultural Essential Cultural Insights For Global Business Success Management 2000*. Texas: Gulf Publishing Company Houston.
- Fakih, Mansour. 2003. *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: INSIST Press dan Pustaka Pelajar
- Fashri, Fausi. 2007. *Penyingkapan Kuasa Simbol. Apropriasi Reflektif Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta. Juxtapose.
- Featherstone, Mike. 2001. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gatner, William C. 1996. *Tourism Development, Principles, Processes, and Policies*. Amerika: International Thomson Publishing Company.
- Geriya, I Wayan. 2008. *Transformasi Kebudayaan Bali Memasuki Abad XXI*. Surabaya: Paramita.
- Gidden, Anthony. 2001. *Runway World, Bagaimana Globalisasi Merombak Kehidupan Kita*, Jakarta: Gramedia
- Harker, Richard, Cheelen Mahar, Chris Wilkes. 2006. *(Habitus X Modal) + Ranah = Praktik, Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*, terjemahan Pipit Maizier. Yogyakarta: Jalasutra
- Jenkins, Richard. 2004. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. (terjemahan Nurhadi). Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo
- Lastra, I Made. 1997. *Peraturan Kepariwisataaan*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua.
- Lee, Martyn J. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*, terjemahan Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Liliwari, Alo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Lubis, Nur A. Fadhil. 2006. "Agama Sebagai Poros Perubahan". Teuku Kemal Fasya (Editor) *Kata & Luka Kebudayaan*. Medan: USU Press
- MacRae, Graeme S. 1999. "Economy, Ritual And History In A Balinese Tourist Town", (Disertasi) Auckland: University of Auckland in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Maunati, Yekti, 2006. *Identitas Dayak, Komoditi dan Politik Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS.
- Muider, Niels. 1999. *Agama, Hidup Sehari-Hari dan Perubahan Budaya*. Jakarta, Gramedia
- Nuryanti, Wiendu. 1996. *Tourism And Culture Global Civilization In Change*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Patria, Nezar & Andi Arief. 2003. *Antonio Gramsci, Negara & Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Picard, Michel. 2006. *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*, terjemahan Jean Couteau dan Warih Wisatsana, Jakarta: Gramedia
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra