

Inovasi Bentuk Lukisan Wayang Kamasan Sebagai Seni Kemasan Pasar

I WAYAN MUDANA

Prodi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Denpasar. Jalan Nusa Indah Denpasar
E-mail : yansugem@yahoo.com

Lukisan wayang Kamasan (LWK) merupakan seni tradisional yang tumbuh dan berkembang di Desa Kamasan, Klungkung, Bali, memiliki identitas sangat khas dan unik. Secara tradisi lukisan wayang Kamasan memiliki identitas yang sangat khas dan unik digunakan sebagai sarana persembahan dalam ritual agama Hindu. Kekhasan LWK terikat oleh *pakem*, nilai, norma, dan ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Sedangkan keunikannya, masih dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan dan peralatan yang diambil dari alam serta diolah dengan teknik-teknik tradisional. Secara visual LWK juga memiliki estetika yang sangat artistik, di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik yang sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat. Pada perkembangannya LWK diinovasi menjadi seni kemasan pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hukum seni pasar, Keith Tester (2003) mengatakan; konsumen dengan kekuatan modal beserta agen-agensya sudah mampu mengatur dan mengendalikan pelukis untuk menciptakan produk-produk baru yang semu. Lebih lanjut, modal dapat digolongkan menjadi, modal kapital, modal simbolik, modal budaya, dan modal sosial.

Fenomena lukisan wayang Kamasan (LWK) sebagai seni kemasan pasar menarik untuk dikaji secara kritis dengan menggunakan pendekatan *culture studies* terfokus pada tiga masalah. Pertama, apakah terjadi inovasi pada lukisan wayang Kamasan? Kedua, bagaimanakah bentuk inovasi lukisan wayang Kamasan sebagai seni kemasan pasar ? dan Ketiga, bagaimanakah implikasi inovasi lukisan wayang Kamasan menjadi seni kemasan pasar di Klungkung Bali? Pengkajian terhadap masalah tersebut bersifat ekletik menggunakan teori praktik dengan rumus *generatif (habitus x modal) + ranah = praktik, teori komodifikasi, dan teori estetika postmodern*. Metode yang digunakan mengkaji penelitian LWK adalah metode kritis yang bersifat emansipatoris dengan data wawancara secara mendalam, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut. Pertama, LWK sudah mengalami inovasi menjadi produk-produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Faktor-faktor pendorong terjadinya inovasi, yaitu (1) motivasi ekonomi, (2) identitas diri, (3) kreativitas melukis (4) globalisasi, dan (5) pariwisata. Kedua, bentuk inovasi LWK berupa produk *soevenir*, yaitu berupa barang dagangan untuk didistribusikan ke pasar. Ketiga, implikasi dari inovasi LWK bersifat positif dan negatif. Sifat positif LWK dapat meningkatkan kesejahteraan, meluasnya distribusi dan konsumsi sosial, munculnya pelukis perempuan, dan berkembangnya industri kreatif. Sifat negatifnya, LWK yang bersifat simbolik diprofanisasi menjadi produk massa sehingga terjadi desakralisasi yang berimplikasi melunturnya nilai-nilai tradisi lokal dan berkembangnya industri kreatif di Klungkung Bali.

Innovation of Kamasan Puppet Painting as a Market Packaging Art

Kamasan puppet painting (LWK) is a traditional art that grew and developed in the village of Kamasan, Klungkung, Bali has a very distinctive and unique identity. Traditionally the form of Kamasan puppet painting has a very distinctive identity and unique used as a means of offerings in Hindu rituals. The specificity of LWK bound by the grip, values, norms, and conditions which are are binding and raw. While its uniqueness, is still done collectively and communal using materials and equipment which are taken from nature and processed with traditional techniques. Visually LWK also has a very artistic aesthetics, it contains symbolic philosophy values that are often used as an enlightenment and shadow in the lives of people in the world and in the hereafter. In its development LWK is inovated into the market packaging art meet consumers' needs. In the legal art market, Keith Tester (2003)

says; consumers with the power of capital and its agents have been able to regulate and control the painter to create apparent new products. Furthermore, capital can be classified into capital, symbolic capital, cultural capital and social capital.

The phenomenon of Kamasan puppet painting (LWK) as market packaging art is interesting to study critically by using cultural study approach focused on three issues. First, why did innovation in Kamasan puppet painting occur? Second, how is the form of the innovation of Kamasan puppet painting as a market packaging art? and third, how the implications of innovation of Kamasan puppet painting becomes market packaging art in Klungkung Bali? The analysis of the problems is an eclectic use of formula generative theory of practice ($\text{habitus} \times \text{capital}$) + sphere = practice, commodification theory and postmodern aesthetic theory. The method used in analysing the research of LWK is emancipatory critical data in-depth interviews, observation, literature study, and documentation.

The results showed as follows. First, LWK has experienced innovation into new products to meet consumers' needs. Factors driving the innovation, namely (1) the economic motivation, (2) identity, (3) creativity in painting (4) globalization, and (5) tourism. Second, the innovation form of soevenir LWK namely in the form of merchandise to be distributed to the market. Thirdly, the implications of innovation of LWK are positive and negative. LWK positive traits can improve the livelihoods, widespread distribution and social consumption, the rise of female painters, and the development of creative industries. Its negative qualities, LWK which are symbolic diprofanisasi become a mass product resulting desecration that implicates the decrease of the local traditions value and the development of creative industries in Klungkung Bali.

Keywords: Innovation, Kamasan puppet painting (LWK), and the creative industries.

Lukisan wayang Kamasan (LWK) merupakan karya seni tradisi yang tumbuh dan berkembang sangat subur di Desa Kamasan, Klungkung, Bali. Karya seni ini memiliki identitas sangat khas dan unik sehingga sering digunakan sebagai sarana pelengkap dalam ritual agama Hindu untuk menyatakan sujud bakti terhadap Tuhan Yang Maha Esa/ *Ida Sanghyang Widhi Wasa* dalam memohon keselamatan dan ketenteraman umat. Secara tradisi LWK sangat terikat oleh *pakem*, norma, nilai, dan ketentuan-ketentuan yang bersifat mengikat dan baku. Dikerjakan secara kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan-bahan dan peralatan yang diambil dari alam dan diolah dengan menggunakan teknik-teknik tradisi seperti *pere*, *belau*, *mangsi*, dan tulang. Selain itu, juga menggunakan warna *gincu*, *atal*, *perade gede*, dan *ancur* didapatkan dari negeri Cina. Secara visual estetika LWK sangat artistik, di dalamnya terkandung nilai-nilai filsafat yang bersifat simbolik yang sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat (Nurdjanti, 2006: 45).

Kanta (1977/1978) dalam bukunya "*Proses Melukis Wayang Kamasan*" menyatakan, *Dalem* (Raja)

Klungkung *Dewa Agung Jambe* sebagai penguasa tahun 1870-an sangat menaruh perhatian pada LWK dan memberikan perlindungan serta pembinaan kepada para pelukis. Pada suatu ketika *Dalem* memerintahkan seorang *sangging* yang bernama I Gede Mersadi yang berasal dari Desa Kamasan untuk membuat lukisan wayang dengan tokoh *Mahapatih Modara* yang dipetik dari lontar *Bomantaka*. Keberhasilan Gede Mersadi mengekspresikan tokoh *Mahapatih Modara* menjadi bentuk lukisan wayang dengan karakter sangat menjiwai (*metaksu*) membuat *Dalem* Klungkung merasa puas sehingga *sangging* ini sering dipanggil raja dengan nama "*Modara*". I Wayan Simpen A.B. (1974: 7) secara etimologi kata "wayang" berarti "bayangan". Gede Mersadi sudah mampu memberikan bayangan berupa ekspresi sehingga lukisan yang dihasilkan menjadi tampak hidup dan berkarakter. Karl Marx (1938) menyebutkan dalam tradisi sudah terdapat bumbu-bumbu modern (*ingredient*). *Modara* sudah mampu memberikan bumbu-bumbu modern terhadap LWK yang bersifat simbolik menjadi pencerminan karakter pribadi. Selanjutnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas *sangging Modara* dikirim kepada raja-raja bawahan seperti Gianyar, Karangasem, Mengwi, Badung, dan

Bangli untuk menghias *pura*, *pemerajan* dan istana raja. Karena Modara berasal Desa Kamasan, rupanya asal kelahirannya inilah yang secara historis dianggap sebagai tempat lahirnya LWK dan Modara sebagai pelopor.

Generasi pelukis di Kamasan pernah mengalami kepakuman (*mandeg*) cukup lama semenjak meninggalnya Gede Modara. Aktivitas melukis baru bisa dilakukan pada generasi *kumpi* Ketut Kute/Ketut Lui. Lui merupakan anak Nyoman Payungan (*undagi*) yang melahirkan empat anak, yang paling kecil bernama Ketut Kute yang sering dipanggil Ketut Lui yang hidup antara tahun 1850--1910 (Forge, 1978: 84). Ketut Kute/ Kute Lui, inilah yang mewarisi keahlian Gede Modara yang mampu mengembangkan LWK melalui murid-muridnya. Teman seangkatan Lui adalah *Kumpi Sambug*, *Pan Alus*, *Kumpi Karta*, dan *Nyoman Liya*. Mereka ini juga termasuk pelukis pokok yang memenuhi segala kebutuhan peralatan upacara namun jejaknya masih sulit ditelusuri. Karya-karya Ketut Lui banyak menghiasi pura-pura dan rumah-rumah adat, tetapi karena termakan waktu dan bahan yang dipakai mudah dimakan rayap, maka sangat sulit mencari dan menemukan peninggalan karya lukisannya. Harta yang berharga yang masih dapat dilacak hingga kini adalah jasanya membina anak-anak muda berbakat yang tertarik belajar melukis, seperti I Wayan Kayun, I Wayan Ngales, Nyoman Dongol, I Nyoman Lenged, dan Pan Remi. Kelima orang tersebut berusia sebaya merupakan teman sepermainan. Ketut Lui meninggal pada tahun 1910 (Kanta, 1977/1978: 36).

Mangku Mura (1920) menganggap Lui/Ketut Kute adalah gurunya meskipun tidak pernah diajar melukis secara langsung. Tetapi ia menimba ilmu langsung dari pelukis yang diajar Lui, seperti: I Wayan Kayun; pelukis yang sangat atraktif bisa melukis mulai dari sudut manapun., I Wayan Ngales (1910—1952) sangat ahli membuat Sangut, Delem, Twalen, Werdah dan raksasa. Ngales mempunyai anak bernama I Wayan Seken/Pan Sumari., Nyoman Dongol meninggal tahun 1963 karyanya sangat halus, rapi, berkarakter, I Nyoman Lenged, dan Pan Remi (Muriati, 1994 : 57). Sedangkan Nyoman Mandra berguru langsung dengan Dogol. Karena istrinya *bekung* (tidak bisa melahirkan) sehingga Mandra dianggap sebagai anaknya. Disamping itu, Mandra juga belajar pada senior-seniornya (Nurdjanti, 2006: 4--6).

Kesenian Bali sangat menyatu dengan aktivitas masyarakat sehingga senantiasa dilekatkan dengan kegiatan agama Hindu, adat istiadat, dan kebudayaan (Picard, 2006: 252). Masyarakat Kamasan sangat percaya terhadap keterampilan melukis yang dimiliki merupakan kodrat secara turun-temurun (Kanta (1977/1978: 9). Lebih lanjut dikatakan bahwa LWK merupakan kelanjutan dari melukis *wong-wongan*. Di pihak lain Ngurah TY (2007:105) menyatakan bahwa seni lukis tradisional di Bali berasal dari *Rerajahan*. Kebiasaan melukis *rerajahan* biasa digunakan dalam pembuatan *kajang*, *kereb*, dan *ulap-ulap* dalam ritual agama Hindu. Di pihak lain, Nyoman Wiwana (2008: 97) menyatakan gambar wayang di Bali pada awalnya digunakan sebagai gambar ilustrasi dalam lontar-lontar yang sering disebut *prasi*. Nurdjanti (2006) dalam "*Vibrasi Seni Lukis Kamasan di Bali Indonesia*" mengatakan Modara (Gede Mersadi) melahirkan 2 (dua) karya lukisan manuskrip dalam bentuk lontar digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi keluarga kerajaan. Lukisan berjudul "*Sutasoma*" disimpan di Griya Pidada Klungkung dan yang berjudul "*Lubdaka*" di simpan di Belanda. Lukisan ini dijarah ketika perang Puputan Klungkung tahun 1908. Di pihak lain, Mudana (1990) dalam penelitiannya berjudul "*Seni Wayang Kulit Bali*" mengatakan, lukisan wayang Kamasan berasal dari *wayang beber* yang berkembang lebih duluan di Jawa Timur. *Wayang beber* merupakan lukisan wayang yang dilukis diatas satu belulang dengan mengangakat satu tema cerita.

Semenjak Kerajaan Klungkung dengan ibu kota Semarapura secara resmi berada di bawah kekuasaan kolonial Belanda tahun 1908, budaya modern diperkenalkan dengan sistem pemerintahan sipil yang ditandai dengan muncul *elite-elite* baru dalam bidang kesehatan, pendidikan, dan pariwisata sebagai sektor pekerjaan baru. Gouda, (1995: 35) dalam bukunya "*Dutch Culture Overseas*" menyatakan, masyarakat Bali pada saat itu sangat miskin secara ekonomi, tetapi sangat kaya dengan seni dan budaya. Untuk menunjukkan kepedulian Belanda terhadap masyarakat Bali, maka LWK dikomersialkan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Semakin meningkatnya kunjungan wisatawan ke Desa Kamasan disertai permintaan terhadap produk-produk souvenir yang semakin meningkat pula maka LWK diinovasi menjadi *souvenir* sebagai produk penunjang pariwisata. Stephen Clot menyatakan, seperti di berikut ini.

“.....wayang kamasan yang diciptakan dewasa ini banyak yang menyimpang dari pakem yang sebenarnya dibandingkan dengan yang ada di Belanda. Banyak terjadi penyederhanaan bentuk dan mengurangi tingkat kerumitan sehingga pengerjaan menjadi lebih mudah dan cepat. Motivasi penciptaan cenderung mengarah pada kebutuhan finansial (komersial) semata, (Clot dalam Arimbawa, 2013: 310).

Sebagaimana dikatakan Arimbawa tentang realitas komersialisasi yang dibangun pelukis dengan kaum kapital menurut Clot, mendorong terjadi inovasi dalam proses produksi dan reproduksi mengarah pada produk kemasan massa untuk memenuhi kebutuhan pasar. Lukisan wayang Kamasan yang menghiasi dinding bangunan *Kerthagosa* di Klungkung Bali dijadikan ikon obyek wisata untuk mendorong wisatawan tertarik berkunjung ke Kamasan dan membeli karya-karya pelukis.

Semakin banyak kunjungan wisatawan disertai dengan permintaan terhadap barang-barang *sovenir* dengan identitas wayang Kamasan sehingga terjadi komersialisasi. Giddens (2005: 49) dalam *Refleksivitas Modernitas* mengatakan bahwa, tradisi tidak sepenuhnya statis, tradisi tidak terlalu melawan perubahan. Wilard Anna (1989) mengatakan bahwa seni yang bermutu tinggi potensial dikomersialkan untuk meningkatkan kesejahteraan pelukis. Akan tetapi, bila dilakukan secara berlebihan, akan terjadi penurunan kualitas (Shaw dan William, 1997: 109; Picard, 2006: 176). Lebih lanjut, Jacques Maquet (1979: 82) dalam buku *Aesthetic Anthropology*, mengatakan, *art by destination and art by metamorphosis*, artinya karya seni yang tumbuh di daerah tujuan pariwisata akan mengalami perubahan. Maquet juga menyatakan sudah terjadi *miss perception and miss information* terhadap karya seni di daerah pariwisata hingga mengalami perubahan. Lukisan wayang Kamasan ketika dikomersialkan menjadi produk pasar dipersepsikan berubah, padahal yang berubah hanyalah perubahan persepsi. Ketika digunakan pelengkap upacara disebut sebagai seni sakral tetapi ketika didistribusikan ke pasar sebagai barang dagangan dipersepsikan sebagai komoditas produk pasar (Barker, 2004 : 14). Uang yang diperoleh dari hasil pendistribusian barang dagangan yang dijual di pasar dipuja dan dirayakan sebagaimana bentuk kemurahan Tuhan (Strinati, 2004 : 74). Tetapi ketika digunakan untuk menghias bangunan rumah,

menghias produk-produk *souvenir* dan barang kerajinan dipersepsikan sebagai produk pencitraan. Dipersepsikan sudah terjadi pergeseran dari kebutuhan primer menjadi kebutuhan sekunder untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup sebagai pencitraan.

Bourdieu (2010) dalam “*Arena Produksi Kultural*” mengatakan, pertarungan kultural sesungguhnya hanya untuk menunjukkan kehebatan kaum kapitalis yang dianggap sebagai “pecundang” tetapi mampu memenangkan pertarungan karena kekuasaan kapital dan agen-agensya. Dalam praktik-praktik produksi kultural LWK dijadikan sebagai arena oleh kaum kapitalis beserta agen-agen untuk memproduksi ide-idenya dengan memanfaatkan keterampilan pelukis untuk memproduksi produk seni pasar. Pelukis tidak memiliki kuasa menolak perintah-perintah pemilik modal karena sudah terikat kontrak, terbelit utang, dan sudah berutang. Pemilik modal dengan pengalaman dan relasinya mampu memanfaatkan pelukis untuk memproduksi kebutuhan pasar. Produk seni pasar selain dikonsumsi oleh konsumen juga dikonsumsi oleh produsen berupa produk yang cepat laku sehingga mendapatkan keuntungan berupa uang. Implikasi pertarungan kultural telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga terjadi peningkatan kesejahteraan, meluasnya distribusi dan konsumsi sosial, munculnya pelukis perempuan, dan berkembangnya industri kreatif. Dipihak lain, produksi kultural melunturkan nilai-nilai tradisi budaya lokal menjadi budaya yang bersifat hedonistik dengan mengagung-agungkan nilai ekonomi dan kemampuan mengkomodifikasi. Produk kultural yang semata-mata mencari keuntungan uang tanpa memikirkan norma dan nilai dapat mempercepat terjadinya desakralisasi dan kapitalisasi.

Komodifikasi merupakan ciri kapitalisme yang memiliki kemampuan untuk mengubah objek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas (Barker, 2005: 517). Obyek wayang Kamasan dijadikan media untuk mempertontonkan kemampuan kapitalis untuk mengkapitalisasi para pelukis melakukan praktik-praktik komodifikasi menjadi produk pasar. Komodifikasi merupakan konsep sangat luas dan sangat dinamis tidak hanya berhubungan dengan produksi dan komoditas, tetapi juga berhubungan dengan distribusi dan konsumsi. Sedangkan kualitas

dan tanda dikaburkan dengan kemiripan dan kesepadanan dalam mengkomodifikasi. Ajidarma (2011) dalam “*Panji Tengkorak Kebudayaan dalam Perbincangan*” menyatakan, kemiripan berhubungan dengan keterampilan teknis pelukis dalam membuat lukisan sehingga susah dibedakan, sedangkan kesepadanan berhubungan dengan kemampuan konsumen membeli.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan mengkaji penelitian dengan judul “Inovasi lukisan wayang Kamasan sebagai seni kemas pasar” adalah metode kritis yang bersifat emansipatoris. Penelitian kritis merupakan interaksi simbolik yang bersifat interdisipliner. Penelitian tindakan emansipatoris menurut Sugiyono (2010), merupakan kegiatan penelitian yang penuh perjuangan ideologis karena peneliti harus terlibat langsung sebagai subjek berbaur dengan masyarakat yang dijadikan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif kajian budaya (*cultural studies*). Sedangkan Teori yang digunakan untuk menganalisis adalah teori kritis dengan paradigma Kajian Budaya yang digunakan secara eklektik seperti teori praktik Bourdieu, teori komodifikasi Fairclough, dan teori estetika postmodern Baudrillard.

Teori praktik yang dikembangkan Bourdieu, menjelaskan keterlibatan subjek (masyarakat pelaku kebudayaan) dalam proses konstruksi budaya. Praktik sosial bertalian erat dengan *habitus*, modal, dan *ranah* (Jenkins, 2004: 95--124). Teori praktik merupakan produk relasi antara *habitus* sebagai skema pemahaman, persepsi; modal sebagai kekuatan pengusaha untuk melakukan kegiatan sebagai ranah medan sosial. Bourdieu mengatakan bahwa interaksi antara manusia dan kebudayaan terjadi secara terus-menerus dalam usaha pembentukan simbol-simbol budaya untuk kepentingan kondisi sosial, ekonomi, dan politik. Secara ringkas Bourdieu menyatakan rumus generatif yang menerangkan praktik sosial dengan persamaan ($Habitus \times Modal$) + Ranah = Praktik. Bourdieu juga mewariskan konsep-konsep seperti *habitus*, modal, dan ranah, sebagai kreativitas yang mempengaruhi sumber daya dan komunitas. Keempat jenis modal (sosial, ekonomi, budaya, dan simbolik) tersebut menurut Fashri (2004: 95--149) dapat dikonversikan satu dengan yang lainnya.

Menurut Fairclough (1995), sebagaimana dikutip Barker (2004) proses komodifikasi terhadap barang-barang yang dijual di pasar mengaburkan asal usul komoditas. Marx dengan fetisisme mengatakan bahwa komoditas berasal dari hubungan eksploratif, sebagaimana dikatakan dalam petikan di bawah ini.

“Commodification is the process where by social domains and institutions, whose concern is not producing commodities in the narrower economic sense of goods for sale, come nevertheless to be organized and conceptualized in term of commodity production, distribution, and consumption (komodifikasi merupakan konsep yang luas yang tidak hanya menyangkut masalah produksi, komoditas dalam pengertian perekonomian yang sempit tentang barang-barang yang diperjualbelikan saja, tetapi juga menyangkut tentang bagaimana barang-barang tersebut didistribusikan dan dikonsumsi) (Barker, 2004: 14 ; 2005: 517).

Sebagaimana yang dikatakan Barker mengaburkan asal usul komoditas dengan fetisisme komoditas oleh Adorno disebut sebagai komoditas yang mendewa-dewakan uang (Strinati, 2003, 76). Uang yang diperoleh dari hasil komodifikasi dipuja dan dirayakan sebagai produk massa berupa produk *souvenir* untuk menyatakan keberhasilan industri budaya populer. Komodifikasi adalah proses yang diasumsikan kapitalisme yang memiliki kemampuan mengubah objek, kualitas, dan tanda menjadi komoditas. Komodifikasi dapat melahirkan budaya massa, masyarakat konsumen, atau masyarakat komoditas. Konsep budaya massa mengasumsikan massa memiliki tanggung jawab murni yang sama atas budaya yang dikonsumsi sehingga hal itu ditentukan oleh kecenderungan massa itu sendiri. Konsumsi massa menyebabkan timbulnya budaya konsumen. Dalam budaya konsumen terdapat tiga bentuk kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi, yaitu kekuasaan kapital, kekuasaan produser, dan kekuasaan media/massa (Piliang, 1998 : 246).

Menurut pemikiran Baudrillard, estetika postmodern menampilkan produk pencitraan. *Citra* diciptakan melalui proses simulasi sehingga menghasilkan produk-produk yang mencerminkan individualisme semu, seperti *citra* meniru, mengopi, menduplikasi, atau mereproduksi sebagai model tanpa rujukan realitas (Piliang, 2008: 290). *Citra* bukan merupakan representasi realitas, melainkan citra yang dikonstruksi melalui mekanisme terjadinya transformasi

dan inovasi sehingga menghasilkan produk baru yang semu.

Estetika postmodern tidak seperti estetika klasik dan modern yang banyak mempersoalkan standar-standar dan oposisi. Piliang (1998: 151) secara ekstrem mengatakan bahwa lebih cocok menggunakan istilah 'antiestetika' dari pada estetika untuk menjelaskan fenomena estetika postmodern. Hal ini disebabkan oleh estetika postmodern merupakan bentuk-bentuk subversif dari kaidah-kaidah baku estetika klasik dan modern.

Idiom-idiom estetika postmodern menurut Jameson (1966) dalam Piliang (2003: 125) dan Sachari (2006: 65) terdiri atas beberapa tipe. Pertama, estetika *pastiche*, bersinonim dengan pinjaman, kenangan dari masa lalu, bertujuan menekankan persamaan, membuat *brecolage*, sangat miskin akan kedalaman, makna/kosong, imitasi, simpati, tanpa semangat zaman. Kedua, estetika *parodi* bersinonim dengan pelesetan, kritik sosial, *sense of humor*, pengulangan, oposisi, efek makna berbeda, merujuk karya masa lalu, lucu, penyimpangan, imitasi. Ketiga, estetika *kitsch*, istilah *kitsch* berakar dari bahasa Jerman *verkitschen* (membuat murah) dan *kitschen* yang secara literal berarti 'memunggut sampah dari jalan'. Oleh sebab itu, istilah *kitsch* sering ditafsirkan sebagai sampah artistik atau selera rendah (*bad taste*).

Di dalam "The Concise Oxford Dictionary of Literary Term", *kitsch* didefinisikan sebagai segala jenis seni palsu (*pseudo-art*) yang murahan tanpa selera. Gillo Dorfles menolak menyebut *kitsch* sebagai selera rendahan. *Kitsch*, sebagaimana yang dijelaskan Dorfles, mempunyai sistemnya sendiri yang berada di luar sistem seni meskipun pada kenyataannya kedua site ini tidak dapat dipisahkan. Di pihak lain Jean Baudrillard mendefinisikan *kitsch* sebagai pseudo-objek (Piliang, 2003: 194).

Keempat, estetika *camp*, adalah sebuah teriakan lantang menentang kebosanan dan sekaligus merupakan satu reaksi terhadap keangkuhan kebudayaan tinggi yang telah memisahkan seni dari makna-makna sosial dan fungsi komunikasi sosial. Ia memberikan jalan keluar bersifat ilusi, dari kedangkalan, kekosongan, dan kemiskinan makna dalam kehidupan modern. Di samping itu, ia mengisi kekosongan ini dengan pengalaman melakukan peran dan sensasi lewat ketidaknormalan dan ketidakorisinalan. *Camp* berupaya merenggut seni dari menara gading kebudayaan

tinggi dan membawa ke hadapan massa dengan melibatkan unsur duplikasi serta mengundang penafsiran ganda. Kelima, estetika *skizofrenia*, yaitu sebuah istilah psikoanalitis yang pada awalnya digunakan untuk menjelaskan fenomena psikis dalam diri manusia. Akan tetapi kini terutama dalam diskursus intelektual di Barat, istilah ini digunakan secara metaforik untuk menjelaskan fenomena yang lebih luas.

Lacan mendefinisikan *skizoprenia* sebagai putusnya rantai pertandaan, yaitu rangkaian sintagmatis penanda yang bertautan dan membentuk satu ungkapan atau makna. *Skizoprenik* melintas dari satu kode ke kode-kode lainnya, ia dengan sengaja mengaduk-aduk semua kode, yang dengan secara kilat berpindah dari satu kode ke kode yang lainnya, bergantung pada pernyataan yang diajukan padanya, yang tidak pernah memberikan penjelasan yang sama dari satu hal ke hal berikutnya (Deleuze & Guattari, 1982: 15).

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan mengenai inovasi lukisan wayang Kamasan (LWK) sebagai seni produk pasar, dapat disimpulkan beberapa hal terkait dengan rumusan masalah penelitian.

Pertama, latar belakang terjadinya inovasi LWK sebagai seni produk pasar didorong oleh beberapa faktor, yaitu (1) Motivasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan. Lukisan wayang Kamasan memiliki identitas sangat khas dan unik, dalam praktik-praktiknya LWK di inovasi menjadi produk penunjang pariwisata untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Inovasi merupakan bentuk komersialisasi yang merepresentasikan pergulatan antara idealisme pakem dengan idealisme pasar. (2) Identitas LWK yang berkembang sudah dikaburkan menjadi identitas baru.

Kini di Desa Kamasan berkembang tiga identitas yang menonjol sehingga terjadi pergulatan-pergulatan untuk mendapatkan identitas baru. Secara umum identitas wayang Kamasan masih mengacu pada identitas kelompok. Sampai saat ini terdapat tiga gaya lukisan yang menonjol, yaitu gaya lukisan Mangku Mura, gaya lukisan Nyoman Mandra, dan gaya lukisan pasar. Dari kelompok Mangku Mura komunitasnya berada di banjar Siku didukung oleh keluarganya sendiri. Kelompok ini masih berpegang teguh pada pakem dan kualitas. Tampaknya kelompok ini dari tahun ke tahun jumlahnya semakin berkurang. Pengikut gaya lukisan Nyoman Mandra berasal dari hampir

disemua wilayah Kamasan yang menghasilkan karya yang sangat bervariasi. Bekas anak didiknya yang pernah diasuh di sanggarnya sebagian besar dapat melukis dengan baik dan benar.

Namun didorong oleh kebutuhan ekonomi dan tuntutan hidup sehingga hanya sebagian kecil anak didiknya menekuni lukisan dengan ketentuan pakem, dan sebagiannya lagi menekuni lukisan pasar. Pengikut gaya lukisan pasar hampir semuanya berasal dari pengusung gaya lukisan Mandra yang terpinggirkan. Kebutuhan terhadap pangan, sandang, dan perumahan mendorong pelukis untuk mewujudkan lukisan kedalam berbagai media, berbagai produk, dan berbagai kualitas. Sesungguhnya pelukis pasar ini juga mampu melukis dengan benar dan baik, tetapi pelukis dengan ekonomi terbatas tidak tahan untuk menahan perut yang lapar. Sehingga sepanjang lukisannya dapat mendatangkan uang akan dikerjakan dengan senang hati.

Produk-produk yang dihasilkan pelukis pasar adalah produk pencitraan berupa barang souvenir. Lukisan Modara, Lui, Dogol, Kayun, Ngales, Lenged, Mangku Mura, Mandra dijadikan sebagai obyek pencitraan sehingga menghasilkan karya seperti Mandra-Mandraan, Mangku Mura - Mangku Mura-an. (3) Semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap produk-produk souvenir mendorong pelukis melakukan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan produk-produk baru dalam memenuhi kebutuhan pariwisata. Produk baru yang didistribusikan ke pasar merupakan produk inovasi yang dikomodifikasi dari lukisan wayang Kamasan tradisi yang mengusung identitas kelompok.

Dengan memberikan inovasi *pastiche*, *kitsch*, *camp*, *parodi*, dan *skizoprenia* bertujuan menekankan persamaan, membuat brecolage, sangat miskin akan kedalaman, makna/kosong, imitasi, simpati, tanpa semangat zaman. Sedangkan imbuhan, sisipan, tambahan bertujuan untuk memberikan kesan adanya kebaruan dan industri kreatif. Produk industri kreatif yang didistribusikan ke pasar merupakan produk yang diproduksi dari keinginan kapitalisme yang mampu mengubah seni sakral menjadi seni profan.

(4) Kapitalisme global memiliki jaringan sangat luas dan modal besar dengan agen-agen yang tersebar keseluruh pelosok serta bersekala dunia. Di lain pihak, pariwisata merupakan industri global yang mampu mendistribusikan dan mengkonsumsi produk *souvenir* dan barang kerajinan sebagai produk penunjang pariwisata.

Kedua, bentuk inovasi lukisan wayang Kamasan yang didistribusikan ke pasar merupakan produk pencitraan yang diwujudkan melalui permainan simulasi. Estetika simulasi penuh dengan hitung-hitungan uang, komodifikasi, kemasan massa. Komodifikasi mengacu pada kemiripan dan kesepadanan. Sedangkan produk kemasan massa mengacu pada standarisasi dan idealisme semu. Fairclough (1995) mengatakan, komodifikasi merupakan petanda kedinamisan tradisi yang harus dibaca ulang oleh setiap generasi baru dengan identitas dan makna baru untuk memberikan kesejahteraan pada pelukis dan kepuasan terhadap konsumen.

Komodifikasi dapat melahirkan budaya massa dan masyarakat konsumen atau masyarakat komoditas sehingga menyebabkan munculnya budaya konsumen. Karya-karya yang dikomodifikasi sangat fleksibel, kritis dan bebas sehingga tidak terikat oleh norma tetapi dapat membentuk norma baru ke arah produksi pasar. Komoditas pasar sangat dinamis, selain dapat didistribusikan ke pasar lokal juga dapat didistribusikan ke pasar global. Komoditas pasar ketika dibeli dan digunakan untuk kepentingan ritual disebut seni sakral.

Ketika digunakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata disebut sebagai produk komoditas berupa *souvenir*. Akan tetapi ketika SLWK digunakan untuk menghias *souvenir*, menghias bangunan rumah tinggal disebut sebagai produk pencitraan. Produk pencitraan selain dapat memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat menunjukkan kelas dan status sosial di tengah-tengah masyarakat. Semakin mirip produk yang dikomodifikasi menunjukkan tingkat keberhasilan produksi. Sedangkan kemiripan yang dapat dihasilkan pada proses produksi ketika didistribusikan kepasar akan memperoleh penghargaan yang sepadan sesuai dengan tingkat keberhasilannya. Perkembangan masyarakat postindustri dan kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumerisme dalam menciptakan produk massa (Piliang, 1998: 245--246).

Kapitalisme dapat membangun dan menciptakan model-model hasrat standarisasi dan idealisme semu. Berlangsungnya standarisasi sangat tergantung pada keberhasilan dalam menanamkan model-model produk massa yang dieksploitasi menjadi produk-produk baru (Guantri, 1984: 228). Pemilik uang mampu mengatur pelukis, mengarahkan, dan menjalankan perintah-perintahnya untuk memproduksi produk-produk pasar dengan cara *meenggal-enggalan*, *mecepat-cepatan* dengan target-target untuk memperoleh uang.

Lukisan yang dikerjakan dengan meenggal-enggalan, mecepat-cepetan menghasilkan karya hafal-hafalan yang diproduksi dan reproduksi dengan cara menghafal semata-mata hanya untuk mengejar target-target dan *order-order* kapitalisme untuk mendapatkan upah yang lebih besar. Semakin besar standar yang ditargetkan konsumen harus berani membayar lebih besar. Sedangkan idealisme semu berhubungan dengan kemiripan dan kesepadan. Bentuk-bentuk inovasi lukisan wayang kamasan yang didistribusikan ke pasar adalah (1) dompet, (2) tas, (3) payung, (4) angklung, (5) lukisan, (6) telur, (7) kipas, dll



Gambar 1. Bentuk soevenir dompet, tas, payung dan angklung. Dokumen: I Wayan Mudana, 2014

Ketiga, implikasi inovasi lukisan wayang Kamasan sebagai seni produk pasar bersifat positif dan negatif. Dampak positifnya, inovasi merupakan rangkuman dari pergulatan idealisme kultural *pakem* untuk menciptakan produk-produk baru dengan motivasi ekonomi, kesejahteraan dan untuk menunjukkan identitas diri. Masyarakat Kamasan sebagian besar hidupnya sudah bergantung dengan kaum kapitalis. Order-order pasar sudah dijadikan sandaran bagi kelangsungan hidup keluarga. Semakin banyak order yang diberikan pemodal semakin banyak pula keuntungan yang diterima bagi pelukis. Dari pendapatan mengerjakan order-order pasar banyak masyarakat Kamasan

yang terbantu dalam hal kebutuhan dapur, rumah tangga, biaya sekolah, bahkan sampai bisa membeli kendaraan sepeda motor dan mobil. Sedangkan dampak negatifnya, kalau inovasi lukisan wayang Kamasan diproduksi menjadi produk pasar tidak ditunjang dengan kesadaran kritis dikawatirkan terjadi desakralisasi. Pada era postindustri kecenderungan masyarakat bersifat idonesme, fitisisme, yaitu manusia cenderung mendewa-dewakan uang. Kepemilikan uang sudah menjadi panglima yang dapat mengatur dan dapat memenuhi keinginan manusia. Kalau produksi pasar tidak dicermati secara mendalam berimplikasi lurnya nilai-nilai budaya lokal, terpasungnya kreativitas melukis, dan berkembangnya industri kreatif untuk menciptakan produk-produk baru. Kapitalisme dengan kekuasaan kapitalnya mampu mendominasi pelukis untuk memproduksi keinginan-keinginannya menjadi produk pasar sehingga terjadi desakralisasi. Produk-produk yang didistribusikan ke pasar merupakan produk pencitraan berupa *order-order* pasar untuk memperoleh nilai jual yang lebih tinggi.

TEMUAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka temuan penting yang bersifat kebaruan bagi kepentingan ilmu pengetahuan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut.

Pertama, akibat dari pengaruh globalisasi dan pariwisata lukisan wayang Kamasan di inovasi menjadi produk masa dengan estetika pasar yang penuh dengan pencitraan, permainan simulasi dan hitung-hitungan uang.

Kedua, untuk memenuhi kebutuhan konsumen lukisan wayang Kamasan dikomodifikasi menjadi produk massa sehingga terjadi desakralisasi. Produk komodifikasi masyarakat Kamasan dapat didistribusikan ke pasar pasar lokal dan pasar global. Produk pasar lokal berupa sarana pelengkap ritual dan barang pajangan sedangkan produk pasar global berupa produk *soevenir* sebagai produk penunjang pariwisata.

Ketiga, implikasi inovasi lukisan wayang Kamasan berifat positif dan negatif. Sifat positifnya, berkembangnya industri kreatif di Desa Kamasan, Klungkung, Bali mendorong munculnya pengusaha-pengusaha baru yang bergerak dalam industri kreatif yang dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meluasnya distribusi dan konsumsi sosial terhadap produk soevenir

mendorong munculnya pelukis-pelukis perempuan sehingga terjadi kesetaraan *gender*. Keterampilan melukis dari perempuan sudah disejajarkan dengan pelukis laki-laki sebagai profesi. Sifat negatifnya, kapitalisme dengan kekuasaan kapitalnya sudah mampu memprofanisasi lukisan wayang Kamasan menjadi produk massa untuk memenuhi *order-order* pasar. Lukisan yang bersifat simbolik ketika diproduksi semata-mata memenuhi *order-order* pasar dan keuntungan uang dapat memasung kreativitas melukis dan luntarnya nilai-nilai tradisi lokal menjadi nilai-nilai uang. Estetika produk pasar bersifat *brecolage* dan menjadi sangat kabur. Meskipun pengaruh globalisasi dan berkembangnya pariwisata begitu pesat terhadap kebutuhan *soevenir* dengan identitas wayang Kamasan tidak terjadi perubahan secara radikal, masih ada yang mempertahankan idealisme tradisi pakem meskipun jumlahnya cenderung berkurang dari tahun ke tahun.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajidarma, Seno Gumira. 2011. *Panji Tengkorak Kebudayaan dalam Perbincangan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Althusser, Louis. 2004. *Tentang Ideologi: Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis, Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Anthony, Forge. 1978. *Balinese Traditional Painting*. Sydney: The Australian Museum.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori & Praktik*, (Terjemahan Nurhadi). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semilogi (L'aventure Semiologique)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi (La Societe de Consommation)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bourdieu, 2010. *Arena Produksi Kultural (The Field of Cultural Production): Sebuah Kajian Sosiologi Budaya (Essays on Art and Literature)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Dharsono (Sony Kartika). 2007. *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Dibia, id. Arimbawa, I .M. G. 2013. *Sekar Jagat Bali: Kumpulan Rekam Jejak Tokoh Seniman & Budayawan Bali*. Denpasar: UPT Penerbitan Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Eka Suprihadi Y dan Nunung Nurdjanti. 2006. *Vibrasi Seni Lukis Kamasan di Bali Indonesia*. Yogyakarta: Program Hibah Bersaing, Seni Murni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Featherstone, Mike. 2008. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen (Consumer Culture and Posmodern)*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Foucault, Michel. 2007. *Order of Thing Arkeologi ilmu-Ilmu Kemanusiaan (The Order of Things An Archaeology of Human Sciences)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Giddens. Anthony. 1985. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern Suatu Analisis Terhadap Karya Tulis Marx, Durkheim dan Max Weber*. Jakarta: UI Press.
- Giddens. Anthony. 2010. *Teori Strukturasi: Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gouda, Frances. 1995. *Dutch Culture Overseas (Praktik Kolonial di Hindia Belanda 1900-1942)*. Amsterdam: University Press.
- Graburn, Nelson H.H. 2000. "Tradition, Tourism and Textile: Creativity at the Cutting Edge", dalam *Building on Batik. The Globalization of a Craft Community*, Hitchcock, M. and Nuryanthi, Wiendu (eds.), Burlington, Ashgate.
- Habermas, Jurgen. 2009. *Teori Tindakan Komunikatif 2: Kritik atas Rasio fungsionalis (Theorie des Kommunikativen Handelns, band 2: Zur Kritik der Funktionalistischen Vernunft)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Humar, Sahman. 1993. *Mengenal Dunia Seni Rupa: Tentang Seni, Karya Seni, Aktivitas Kreatif, Apresiasi, Kritik, dan Estetika*. Semarang. IKIP.

- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kanta, I Made. 1977/1978. *Proses Melukis Tradisional Wayang Kamasan*. Denpasar: Proyek Sasana Budaya Bali.
- Kayam, Umar. 1981. *Seni Tradisi Masyarakat*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Kean, Mc P.F. 1973. *Cultural Involution Tourist, Balinese and The Proses of Modernization an Antropological Perspective*. USA: Brown University.
- Koentjaraningrat. 1990. *Sejarah Teori Antropologi II*. Jakarta: UI Press.
- Kuhn, Thomass. 2008. *The Structure of Scientific Revolutions: Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kumbara, A.A. Ngr Anom. 2011. *Pergulatan Elite Lokal Representasi Relasi Kuasa dan Identitas*. Denpasar: Universitas Hindu Indonesia (UNHI) dan Insitute for Multikulturalism (IMPULSE).
- Maquet, Jaques. 1979. *Introoduction to Aesthetic Anthropology (Second Edition)*. Malibu: Udena Publications.
- Martyn, J. Lee. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali: Arah baru Modernitas dalam Kajian Modal, Konsumsi, dan Kebudayaan (Consumer Culture Reborn: The Culture Politics of Consumption)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Mc Kean, P. F. 1973. *Cultural Involution: Tourist, Balinese, and the Process of Modernization in An Anthropological Perspective. (Dissertation)*. Departement of Anthropology, Brown University Press.
- Miles, Matthew B. dan A Micheael Huberman. 2007. *Analisis data Kualitatif* (Tjetjep Rohedi, Pentj). Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. 1995. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Tragia Gae Remaja Rosda Karya.
- Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Muelder, Eaton Marcia. 2010. *Persoalan-Persoalan Dasar Estetika*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muriati, Ni Nyoman, 1994. *Seni Lukis Wayang Kamasan (Skripsi)*. Denpasar: Program Studi Seni Rupa dan Desain Universitas Udayana.
- Naisbitt, John. 1987. *Gelobal Paradoks. Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Piliang, Y.A. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Malenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Picard Michel. 2006. *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta: KPG Kepustakaan Populer Gramedia.
- Profil Pembangunan Desa Kamasan Tahun 2007. Desa Kamasan Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung.
- Polanyi, Karl. 2003. *Tranformasi Besar: Asal-Usul Politik dan Ekonomi Zaman Sekarang (The Greet Transformation: The Political and Social Origins of Our Time)*. (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratna, Kutha Nyoman. 2007. *Estetika sastra dan Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer. George, 2010. *Teori Sosial Postmodern (The Postmodern Social Theory)*. Kreasi Wacana.
- Ricard, Jenkins. 2010. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu (Pierre Bourdieu)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sachari, Agus. 2002. *Estetika. Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: Penerbit ITB.

- Spillane, J. 1987. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius.
- Storey, John. 1993. *Teori Budaya dan Budaya Pop. Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.
- Steger, M.B. 2005. *Globalisme Bangkitnya Ideologi Pasar*. (Terjemahan Heru Prasetya). Yogyakarta: Lafadl Pustaka.
- Strinati, Dominic. *Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, Bambang. 1996. *Postmodernisme: Tantangan Bagi Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutarjo, Adisusilo R. 2013. *Sejarah Pemikiran Barat: Dari yang Klasik Sampai yang Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tabrani, Primadi. 2006. *Kreativitas & Humanitas: Sebuah Studi Tentang Peranan Kreativitas dalam Prikehidupan Manusia*. Bandung & Yogyakarta: Jalasutra.
- Tester, Keith. 2003. *Media, Budaya dan Moralitas (Media, Culture and Morality): Seri Cultural Studies*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Tim Penyusun Monografi Daerah Bali. 1985. *Monografi Daerah Bali*, Proyek Pemerintah Daerah Tingkat I Propinsi Bali, Denpasar.
- Warsika, I Gst. Made. (1986). *Kertha Gosa, Selayang Pandang* (Booklet). Klungkung: Pemda Klungkung.
- Weber, Max. 2006. *Etika Protestan & Spirit Kapitalisme (The protestan Ethicspirit of Capitalism): Sejarah Kemunculan dan Ramalan tentang Perkembangan Kultur Industrial Kontemporer secara Menyeluruh*. (Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zulaikha, Elly. 2009. "Industri Kreatif Berbasis Tradisi dalam Era Globalisasi", dalam Seminar Internasional Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Tradisi dalam Menghadapi Globalisasi, Institut Seni Indoneia. Surakarta: Surakarta Press.