

Diversifikasi Bahan dan Teknik Penciptaan Perhiasan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Gaya Hidup Masyarakat di Era Postmodern

**I KETUT SIDA ARSA,¹
I NYOMAN LABA.²**

^{1, 2}Program Studi Kriya Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mencari bahan baku baru yang dapat digunakan untuk memproduksi perhiasan. Pada konteks ini, diversifikasi bahan baku perhiasan dengan menggunakan kuningan telah menghasilkan perhiasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam menciptakan produk kerajinan berupa perhiasan, ada tiga tahapan yang dilakukan pada penelitian ini yakni tahap eksplorasi, perancangan, dan perwujudan. Observasi lapangan dan eksperimen terhadap bahan baku dilakukan dengan tujuan mengetahui kebutuhan konsumen serta campuran yang tepat untuk menghasilkan perhiasan yang berkualitas. Harga perhiasan berbahan baku kuningan yang murah akhirnya menjadi pilihan bagi masyarakat, tidak saja masyarakat kelas menengah ke bawah, tetapi kelas atas pun menyukainya. Pada penelitian ini juga dipelajari jenis-jenis perhiasan yang beredar di pasaran serta yang paling diminati oleh konsumen. Berdasarkan temuan di lapangan, perhiasan jenis bros paling laris karena selain bentuknya yang relatif menonjol juga karena aman karena tidak tersentuh kulit, dalam hal ini bros di pasang di baju. Memahami tingginya permintaan konsumen terhadap perhiasan berbahan baku kuningan, membuat pengrajin emas dan perak kini memproduksi perhiasan berbahan baku kuningan dengan teknik casting. Bahkan limbah kuningan yang di campur dengan kuningan murni pun bisa menghasilkan kualitas perhiasan yang bagus dengan campuran 1:10. Dengan demikian diversifikasi perhiasan berbahan baku kuningan tidak saja memberikan keuntungan bagi produsen, tetapi juga memberi kesempatan bagi masyarakat untuk bergaya serta limbah kuningan yang diolah menjadi perhiasan dapat mengurangi pencemaran lingkungan dari logam.

Diversification of Raw Materials and Jewelry Creating Techniques for Consumer Demand in Postmodern Era

This study aims to find a new material that can be used to produce the jewelry. The In this context, the diversification of raw materials of jewelry by using brass has produced a jewelry according to the consumer needs.. There are three steps to create the handmade products such as jewelry, that is exploration, designing, and to make a prototype. Field observations and experiments needed in order to know a good quality of raw materials to produce a good jewelry. In this case the cheap jewelry will be selected by consumers who have a lower economic. This research also studied the favorite jewelry in the market. Based on the research, brooch is the most in demand because it convenient to use. Understanding the high consumer demand for jewelry made from brass, made the gold's craftsmen or silver's craftsmen choose to produce the jewelry made from brass by casting techniques. To produce a good quality of jewelry, need to mixing the brass waste and pure brass by comparison is 1:10. Finally, the diversification of jewelry made from brass give the benefits to producers, every people can be stylish and reduce environmental pollution from metal.

Keyword: diversification, jewelry, raw material, and brass

Perhiasan bukanlah sekedar sebuah barang yang bisa membuat orang terlihat lebih cantik dan menarik atau untuk bergaya, namun lebih dari itu perhiasan dimaknai sebagai status seseorang di dalam masyarakat. Dalam hal ini jika seseorang menggunakan perhiasan, apapun bentuknya maka orang tersebut akan dipahami sebagai orang berada pada status kelas tertentu. Memahami bahwa perhiasan dapat menunjukkan status sosial seseorang di dalam masyarakat, maka tidak mengherankan jika menggunakan perhiasan kini menjadi gaya hidup masyarakat. Dengan demikian, perhiasan merupakan sarana seseorang untuk menunjukkan gaya hidupnya khususnya oleh kaum hawa, bahkan seolah menjadi sesuatu yang wajib untuk dikenakan dalam keseharian terlebih lagi pada saat bekerja.

Meminjam pemikiran gaya hidup yang dikemukakan oleh Pambudy (2012) dan David Bell dan Joanne Hollow (2005) bahwa gaya hidup kini telah berubah menjadi hal terpenting dalam budaya konsumen (*consumer culture*) kontemporer, yang mana gaya hidup menjadi cara identitas dimediasi, diproduksi dan dihidupi. Dengan demikian, maka dapat dipahami bahwa perhiasan akan tetap diburu oleh masyarakat dengan tujuan memenuhi gaya hidupnya. Namun, apakah perhiasan yang kini digunakan oleh masyarakat hanya berasal dari emas? Mahalnya harga emas yang beredar di pasaran saat ini telah mengubah pola pikir masyarakat untuk menggunakan perhiasan dengan bahan apapun asalkan terlihat indah dan menarik. Hal ini sesuai dengan teori postmodern yang mana orang hanya melihat seseorang dari permukaannya, yang mana pada kesan pertama orang cenderung kurang memperdulikan apakah perhiasan yang digunakan oleh seseorang itu merupakan perhiasan mahal atau murah. Namun, asal berhias orang akan dianggap sebagai orang yang memahami gaya hidup masa kini.

Memahami kondisi tersebut, pengrajin yang bergerak di bidang pembuatan perhiasan mulai mengembangkan idenya untuk membuat perhiasan berbahan baku selain emas. Bahkan ketika harga perak sudah mulai meningkat, pengrajin pun mulai memproduksi perhiasan berbahan baku kuningan. Perhiasan berbahan dasar kuningan kini banyak diproduksi karena selain dapat memberikan warna yang mirip dengan emas, harga perhiasan berbahan baku kuningan harganya relatif murah sehingga

dapat dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah. Hal ini mengingat gaya hidup bergaya dan berhias tidak saja dilakukan oleh kalangan atas namun juga mereka yang berada di kelas menengah bahkan kelas bawah yang notabena mereka adalah buruh serabutan. Pada konteks ini, kebutuhan pasar terhadap perhiasan berbahan baku kuningan yang cukup banyak, maka sejak tahun 2010 banyak pengrajin yang memproduksi berbagai jenis perhiasan berbahan baku kuningan. Dan hingga saat ini kebutuhan masyarakat terhadap perhiasan berbahan baku kuningan masih sangat banyak, sehingga produksi perhiasan dengan menggunakan kuningan sebagai bahan baku pun terus dilakukan oleh pengrajin.

Tulisan ini menjelaskan tentang bahan baku alternatif dalam menciptakan produk perhiasan yang dapat dijual dengan harga murah, sehingga konsumen yang memiliki ekonomi menengah ke bawah mampu membelinya. Dalam menciptakan produk kerajinan berupa perhiasan, ada tiga tahapan yang dilakukan pada penelitian ini yakni tahap eksplorasi, perancangan, dan perwujudan. Guna menghasilkan produk yang berkualitas dan diterima pasar, penggalan sumber referensi mencakup data material, alat, teknik, konstruksi, metode, bentuk, unsur estetis, aspek filosofis dan fungsi sosio kultural diperlukan pada proses eksplorasi, perancangan dan perwujudan.

KAJIAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Pilliang dalam buku-bukunya telah banyak memberi kita pandangan betapa manusia kini hidup dalam kesemuan yang bertujuan hanya untuk memenuhi hasrat (*nafsu*). Dalam bukunya yang berjudul *Dunia Yang Dilipat*, Pilliang mendeskripsikan dunia budaya melalui kacamata posmodernisme dengan menggunakan metafora dunia yang dilipat untuk melukiskan suatu fenomena yang hiperrealitas. Lipatan ruang, waktu dan tanda berujung pada lipatan budaya yang menuntaskan penggambaran tentang dunia yang dilipat (Mahzar, 2007:301). Posmodernitas diartikan sebagai bentuk realitas sosial masyarakat postindustri dan posmodernisme ditekankan oleh kapitalisme bukan lagi pada produksi melainkan konsumsi (Adian, 2005: 63-78). Dengan demikian ketika konsumsi masyarakat terhadap perhiasan tinggi, maka produsen akan terus berkreatifitas untuk menghasilkan perhiasan yang diterima oleh masyarakat secara luas.

Pemikiran postmodern tentang gaya hidup diulas Adian (2005: 65-78) yang menjelaskan bahwa beberapa tokoh seperti Daniel Bell, Jean Baudrillard, dan David Harvey melihat posmodernitas adalah kondisi dimana masyarakat tidak lagi diatur oleh prinsip produksi dan reproduksi informasi dimana sektor jasa menjadi faktor yang paling menentukan, yakni masyarakat adalah masyarakat konsumen yang bekerja tidak lagi demi memenuhi kebutuhan, melainkan demi memenuhi hasrat gaya hidup yang akhirnya melahirkan ekonomi hasrat (*libidinal economy*). Kebutuhan suatu produk yang mendukung gaya hidup seseorang akan terus diproduksi oleh para kapitalis untuk meraih keuntungan yang maksimum, sehingga trend perhiasan pun akan diterjunkan ke pasar secara bertahap guna meraih konsumen serta keuntungan tanpa mengenal waktu.

DIVERSIFIKASI BAHAN BAKU PERHIASAN

Kebutuhan masyarakat terhadap perhiasan yang semakin meningkat di masyarakat, membuat para pengrajin melakukan berbagai inovasi untuk memproduksi perhiasan dengan berbagai varian harga dengan tujuan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara luas. Diversifikasi bahan baku dilakukan agar perhiasan yang diproduksi tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas atas, namun juga kelas menengah ke bawah yang ingin tampil cantik, menarik dan bergaya.

Dari Bahan Emas ke Limbah Kuningan

Emas dan perak merupakan bahan baku perhiasan yang harganya cukup mahal, yakni emas Rp. 500.000,- sedangkan perak Rp. 10.000,- per gram. Sehingga ketika dibuat menjadi berbagai bentuk perhiasan harganya cukup mahal seperti bros jika berbahan baku emas rata-rata nilai jualnya diatas Rp. 2.500.000,- sementara perak Rp. 250.000,- per satu bros. Harga ini termasuk mahal, khususnya jika dikonsumsi oleh masyarakat menengah ke bawah yang memiliki upah harian Rp. 25.000,- per hari. Mereka akan mengalami kesulitan untuk membeli produk yang harganya seperempat atau lebih dari pendapatan yang mereka terima per bulannya. Memahami kondisi ini, maka pengrajin perhiasan berlomba untuk mencari bahan baku lain dalam memproduksi perhiasan. Alpaka dan kuningan pun digunakan sebagai alternatif bahan baku untuk membuat perhiasan, yang mana harga perhiasan

dengan menggunakan bahan baku tersebut dimulai dengan harga Rp. 25.000,- per satu produk hingga Rp. 350.000,-

Diversifikasi bahan baku perhiasan sudah cukup lama dilakukan oleh pengrajin, berdasarkan temuan di lapangan penggunaan alpaka dan kuningan sebagai bahan baku perhiasan dilakukan secara massif sejak tahun 2010. Alasan mendasar diversifikasi bahan baku ini adalah tingginya permintaan perhiasan dengan harga murah, bahkan pasarnya tidak saja di Bali namun juga di luar Bali yang mana perhiasan dijual dengan cara grosiran di pasar, supermarket hingga hypermarket. Menyikapi kebutuhan pasar tersebut, maka para pengrajin perak kini juga memproduksi perhiasan berbahan baku kuningan tersebut. Dalam memproduksi perhiasan berbahan baku kuningan, dibutuhkan pengetahuan tentang campuran kuningan agar menghasilkan produk perhiasan yang tampak indah dan menarik. Terlebih lagi ketika kuningan yang digunakan merupakan limbah pabrikan yang dikumpulkan dari tempat penampungan rongsokan atau barang bekas. Pada eksperimen yang dilakukan selama satu tahun, campuran yang baik guna menghasilkan produk perhiasan berbahan baku kuningan murni (batangan) dengan kuningan dari limbah adalah 1 : 10 (satu kilogram kuningan batangan murni dicampur dengan sepuluh kilogram limbah kuningan).

Bentuk Perhiasan Berbahan Baku Kuningan

Perhiasan berbahan baku kuningan telah beragam bentuknya seperti kalung, cincin, liontin, gelang, bros hingga pernak pernik lainnya yang digunakan sebagai aksesoris dalam merias diri. Bentuk-bentuk tersebut dibuat menyerupai perhiasan yang telah beredar di pasar sebelumnya, namun pada setiap periode dibuat bentuk-bentuk baru yang digunakan sebagai tren. Beredarnya permata-permata yang dibuat dari fiberglas yang diberikan sentuhan berbagai warna, telah membuat perhiasan berbahan baku kuningan menjadi tampil lebih menarik. Permata-permata yang terbuat fiberglas sangat cocok untuk diaplikasikan pada perhiasan yang terbuat dari kuningan karena harganya murah sehingga harga jualnya pun murah. Pada konteks ini, tampilan yang menarik merupakan hal yang terpenting dalam memproduksi perhiasan sebelum menentukan harga. Berikut beberapa bentuk perhiasan berbahan baku kuningan yang telah di planted dengan perak.



Gambar 1. Beberapa Contoh Perhiasan Berbahan Baku Kuningan yang Sudah di-plated

Perhiasan berbahan baku kuningan yang beredar di pasar telah *diplanted* dengan perak atau emas agar tampilannya lebih menarik. Meskipun *diplanted* dengan perak atau emas, harga perhiasan-perhiasan tersebut masih tergolong murah karena penggunaan emas rata-rata 2 mikron sementara perak rata-rata 5 mikron. Penggunaan kedua logam ini didasarkan atas pertimbangan agar perhiasan tampil menarik dan terlihat berkelas, sehingga perhiasan-perhiasan tersebut tidak saja diterima oleh masyarakat kelas menengah ke bawah namun juga kelas atas pun menyukai perhiasan tersebut untuk digunakan sehari-hari. Pada temuan di lapangan, perhiasan semacam ini sering digunakan oleh kaum perempuan pada saat ada upacara keagamaan di Bali.

Berhias dan Bergaya, Sebuah Kebutuhan di Era Posmodern

Berpenampilan menarik, terlihat cantik dan menawan merupakan harapan setiap manusia khususnya kaum perempuan. Terlebih lagi ketika ada sebuah kegiatan yang menuntut seseorang untuk terlihat cantik.

Tampil menarik pada setiap kegiatan khususnya pada saat upacara keagamaan di pura kini telah menjadi pilihan dan gaya hidup masyarakat khususnya kaum perempuan. Widana (2011:27-28) memaparkan temuannya di lapangan dalam bukunya yang berjudul “Menyoroti Etika Umat Hindu Ke Pura Berpenampilan Selebritis” memaparkan bahwa saat ini umat Hindu lebih mengutamakan penampilan pada saat melaksanakan upacara persembahyangan. Bahkan ditegaskan olehnya bahwa umat Hindu yang awalnya ke pura berpegang pada kaidah etis-filosofis kini lebih menekankan pada tampilan yang estetik bahkan menjelma menjadi trend mode. Dikemukakan olehnya bahwa pengaruh globalisasi, ideologi pasar, materialisme, konsumerisme dan media massa merupakan faktor yang mempengaruhi

umat Hindu tampil gaya pada saat melaksanakan kegiatan di pura.

Chaney, 2009 dalam bukunya yang berjudul *Lifestyle* menekankan bahwa jika seseorang mampu tampil bergaya maka dia akan diakui keberadaannya. Bergaya mengikuti gaya hidup yang beredar di masyarakat tidak lepas dari budaya ikut-ikutan. Bisa jadi, trend yang beredar di masyarakat justru dibentuk oleh kapitalis dengan mengambil peluang gaya hidup masyarakat yang senantiasa ingin tampil bergaya, bukan atas kreatifitas sendiri tetapi lebih pada budaya ikutan yang menyertainya.

Kondisi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Suyanto (2013:108) bahwa masyarakat konsumen niscaya akan merasa ketinggalan zaman dan minder ketika mereka tidak memiliki dan membeli produk-produk terbaru, yang dipersepsi sebagai bagian dari identitas atau simbol status masyarakat postmodern. Konsumen, di era post-industrial umumnya selalu ditekan oleh dua hal. Pertama, mereka ditekan oleh kebutuhan terus menerus untuk selalu berbelanja maupun untuk menunjukkan gaya hidup, agar selalu tampak menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Kedua, mereka ditekan oleh perusahaan-perusahaan atau kekuatan industri komersial yang selalu memproduksi dan sekaligus mendefinisikan bagaimana seseorang harus hidup dan tampil di tengah perkembangan zaman yang makin global dan post-modern.

Bros Berbahan Baku Kuningan

Kuningan sebagai bahan baku perhiasan dalam tahap akhirnya di *planted* dengan menggunakan emas atau perak sehingga tampilannya menjadi menarik bahkan terkesan mewah. Hal ini dilakukan juga dengan tujuan untuk memberikan keamanan ketika perhiasan tersentuh kulit. Meskipun perhiasan di *planted* dengan emas atau perak



Gambar 2. Aneka Bentuk Bros

perhiasan berbahan baku kuningan yang telah di *planted* perlahan warnanya akan memudar dan harus di *planted* lagi agar kembali terlihat bagus dan aman bagi kulit. Memahami kondisi tersebut, banyak hal yang harus diperhatikan oleh produsen dalam menciptakan perhiasan berbahan baku kuningan tersebut. Berdasarkan temuan di lapangan, perhiasan berupa bros yang paling banyak diminati oleh masyarakat dengan alasan (1) bentuknya besar sehingga bagus di pasang di baju untuk menampilkan kesan estetik, (2) dipasang di baju sehingga aman karena tidak tersentuh langsung di kulit. Bros yang dijual di pasar di pasang dengan giwang yang berukuran besar sehingga menambah kesan cantik ketika digunakan di anting. Namun, meskipun hanya bros yang digunakan si pengguna tetap dapat terlihat menarik terlebih ketika bentuk dan warna bros selaras dengan pakaian yang digunakan.

SIMPULAN

Perhiasan sebagai sarana seseorang untuk menunjukkan gaya hidupnya khususnya oleh kaum hawa, saat ini seolah menjadi sesuatu yang wajib untuk dikenakan dalam keseharian terlebih lagi pada saat bekerja. Hal ini sesuai dengan pemikiran gaya hidup yang dikemukakan oleh Pambudy (2012) dan David Bell dan Joanne Hollow (2005) bahwa gaya hidup kini telah berubah menjadi hal terpenting dalam budaya konsumen (*consumer culture*) kontempore, yang mana gaya hidup menjadi cara identitas dimediasi, diproduksi dan dihidupi. Dengan demikian, maka dapat dipastikan bahwa perhiasan akan tetap laku selama seseorang ingin bergaya dan berhias. Namun, mahalnya harga emas yang beredar di

pasaran saat ini telah mengubah pola pikir masyarakat untuk menggunakan perhiasan dengan bahan apapun asalkan terlihat indah dan menarik. Memahami kondisi tersebut, maka perhiasan berbahan dasar kuningan pun diproduksi karena selain dapat memberikan warna yang mirip dengan emas, harga perhiasan berbahan baku kuningan harganya relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah. Hal ini mengingat gaya hidup bergaya dan berhias tidak saja dilakukan oleh kalangan atas namun juga mereka yang berada di kelas menengah bahkan kelas bawah yang notabene mereka adalah buruh serabutan. Dengan diciptakannya perhiasan berbahan baku kuningan yang di *planted* dengan emas atau perak sehingga memberikan kesan mewah dan aman bagi kulit, telah memberikan kesempatan bagi masyarakat khususnya menengah ke bawah untuk tampil bergaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Adian, Donny Gahral. (2005), *Percik Pemikiran Kontemporer*, tanpa penerbit, Yogyakarta.
- Chaney, David. (2009), *Lifestyle, Sebuah Pengantar Komprehensif*, Jalasutra, Bandung.
- Pambudy, Ninuk Mardiana. (2012), "Gaya Hidup Suka Mengonsumsi dan Meniru: Beranikah Berinovasi?" dalam *Prisma*, LP3ES, Yogyakarta.
- Pilliang, Yasraf Amir. (2006), "Imagologi dan Gaya Hidup: Membingkai Tanda dan Dunia", dalam Alfathri Aldin, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*, Jalasutra, Bandung.

Suyanto, Bagong. (2013), *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Prenada Media Group, Jakarta.

Widana, I Gusti Ketut. (2011), *Menyoroti Etika Umat Hindu: Ke Pura Berpenampilan Selebritis*, Pustaka Bali Post, Denpasar.