

Bantul

Jurnal Riset Daerah
Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
(BAPPEDA) Kabupaten Bantul

ISSN : 1412-8519 (media cetak)

ISSN : 2829-2227 (media online)

JRD

Komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa Sebagai Souvenir: Studi Kasus Ghriya Ukir Kulit Sagio

Abimanyu Putra Pratama¹✉

¹Pengkajian Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia, Yogyakarta

✉abimanyusagio@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Submitted : July 2026

Revised : Augst 2026

Published : Sept 2026

KEYWORDS

Komodifikasi Budaya

Wayang Kulit Cina Jawa

Souvenir Budaya

Warisan Budaya

Pariwisata Budaya

ABSTRAK

Pariwisata budaya mendorong transformasi warisan budaya menjadi produk ekonomi kreatif tanpa menghilangkan identitas budayanya. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir di Ghriya Ukir Kulit Sagio, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi, kemudian diuji menggunakan triangulasi teknik serta dianalisis dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi Wacinwa berlangsung melalui transformasi visual, transformasi fungsi, reproduksi budaya, serta negosiasi antara tradisi dan pasar. Transformasi visual dilakukan dengan memperkecil ukuran wayang dari sekitar 40 cm menjadi sekitar 17 cm tanpa mengubah penggunaan kulit perkamen, tangkai berbahan tanduk, maupun teknik tatah sungging tradisional. Fungsi Wacinwa bergeser dari media pertunjukan dan artefak museum menjadi souvenir, koleksi, dan elemen dekoratif, sementara reproduksi budaya dilakukan dengan menjadikan koleksi Museum Negeri Sonobudoyo sebagai acuan visual. Temuan ini menunjukkan bahwa komodifikasi tidak menyebabkan degradasi nilai budaya, tetapi menjadi strategi pelestarian melalui adaptasi selektif yang tetap mempertahankan autentisitas dalam mendukung pariwisata budaya dan ekonomi kreatif.

ABSTRACT

Cultural tourism has encouraged the transformation of cultural heritage into creative economic products while maintaining their cultural identity. This study aims to analyze the commodification process of Chinese-Javanese Shadow Puppets (Wayang Kulit Cina Jawa/Wacinwa) as cultural souvenirs produced by Ghriya Ukir Kulit Sagio in Bantul, Special Region of Yogyakarta. A qualitative approach with a single case study design was employed. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentation, validated using technique triangulation, and analyzed through the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings reveal that the commodification of Wacinwa involves visual transformation, functional transformation, cultural reproduction, and negotiation between tradition and market demands. Visual transformation is achieved

by reducing the puppet size from approximately 40 cm to 17 cm while preserving the use of parchment leather, buffalo horn handles, and the traditional *tatah sungging* technique. Wacinwa has shifted from a performance medium and museum artifact into a souvenir, collectible, and decorative object, while cultural reproduction is maintained by using the Sonobudoyo Museum collection as the primary visual reference. The study concludes that commodification does not necessarily degrade cultural values but instead functions as a preservation strategy through selective adaptation that maintains authenticity while supporting cultural tourism and the creative economy.

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap warisan budaya dalam konteks pariwisata dan industri kreatif mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan ini ditandai oleh semakin banyaknya penelitian yang menempatkan produk budaya, khususnya kerajinan tradisional dan souvenir, bukan lagi sekadar sebagai komoditas ekonomi, tetapi sebagai media representasi identitas budaya, pelestarian pengetahuan lokal, serta penghubung antara masyarakat, wisatawan, dan suatu tempat. Duan dan kawan-kawan [1] menunjukkan bahwa souvenir berbasis kerajinan tradisional mampu membangun keterikatan antara manusia, benda, dan tempat (*souvenir-person-place bonding*) sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan warisan budaya. Temuan tersebut diperkuat oleh He dan Timothy [2] yang menjelaskan bahwa wisatawan tidak hanya mempertimbangkan nilai fungsional suatu souvenir, tetapi juga mengaitkannya dengan representasi tempat, kreativitas, estetika, kualitas, dan makna simbolik yang dikandungnya. Bahkan, penelitian Chiengkul dan Kumjorn [3] membuktikan bahwa autentisitas budaya merupakan atribut yang paling berpengaruh dalam membentuk identitas budaya suatu souvenir sekaligus meningkatkan niat wisatawan untuk membeli dan kembali mengunjungi destinasi tersebut. Dengan demikian, souvenir budaya kini dipandang sebagai salah satu instrumen penting dalam memperkuat citra destinasi sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal melalui mekanisme ekonomi kreatif.

Di sisi lain, meningkatnya perhatian terhadap souvenir budaya juga diikuti oleh kesadaran bahwa keberhasilan pelestarian warisan budaya sangat bergantung pada keberlangsungan kerajinan tradisional yang menjadi fondasi utama pembentuk identitas budaya suatu daerah. Yang dan kawan-kawan [4] menjelaskan bahwa berbagai negara berkembang menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan keberlanjutan kerajinan tradisional akibat berkurangnya regenerasi perajin, meningkatnya biaya produksi, keterbatasan bahan baku, serta perubahan preferensi pasar. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai bentuk inovasi agar produk kriya tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Namun demikian, inovasi pada produk kerajinan tidak dapat dilakukan secara bebas karena harus tetap mempertahankan autentisitas budaya yang melekat pada material, teknik produksi, motif, maupun nilai-nilai tradisional yang dikandungnya. Penelitian Ariffin dan kawan-kawan [5] menunjukkan bahwa inovasi dalam kerajinan tradisional dapat dilakukan melalui adaptasi bentuk, fungsi, material, teknik, maupun pemanfaatannya, selama perubahan tersebut tetap menjaga identitas budaya yang menjadi ciri khas produk. Dalam konteks yang lebih luas, Patel [6] juga menempatkan kerajinan tradisional sebagai bagian penting dari industri kreatif yang tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya, keterampilan lokal, dan keberlanjutan pengetahuan tradisional. Oleh karena itu, pengembangan produk kriya saat ini tidak lagi hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi semata, melainkan sebagai proses negosiasi antara pelestarian budaya dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar.

Perkembangan tersebut berjalan beriringan dengan meningkatnya peran pariwisata budaya sebagai salah satu sektor strategis dalam pembangunan daerah. Arumugam dan kawan-kawan [7] menjelaskan bahwa pengembangan *heritage tourism* sangat dipengaruhi oleh kemampuan suatu destinasi dalam membangun identitas budaya, reputasi destinasi, pengalaman wisatawan, serta strategi pemasaran berbasis warisan budaya. Dalam konteks tersebut, souvenir budaya berfungsi sebagai representasi nyata yang memungkinkan wisatawan membawa pulang sebagian pengalaman budaya yang mereka peroleh selama berkunjung. Park dan kawan-kawan [8] bahkan menunjukkan bahwa persepsi autentisitas memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi warisan budaya. Sejalan dengan itu, Zhang dan kawan-kawan [9] menemukan bahwa produk warisan budaya

takbenda yang diproduksi secara *handmade* memiliki nilai kelangkaan yang lebih tinggi sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen, terutama ketika didukung oleh identitas budaya dan pengetahuan konsumen terhadap produk tersebut. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pelestarian budaya, keberlanjutan kerajinan tradisional, dan pengembangan pariwisata budaya bukan merupakan tiga bidang yang berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dalam membentuk ekosistem ekonomi kreatif berbasis warisan budaya.

Dalam konteks Indonesia, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta, keterkaitan antara warisan budaya, kerajinan tradisional, dan pariwisata budaya tampak berkembang secara nyata. Yogyakarta dikenal sebagai salah satu pusat kebudayaan Jawa yang memiliki kekayaan seni tradisi, baik dalam bentuk seni pertunjukan maupun seni kriya. Keberadaan berbagai produk budaya yang berakar dari tradisi Keraton Yogyakarta tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya masyarakat, tetapi juga menjadi modal budaya yang mendukung perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif daerah. Salah satu bentuk warisan budaya tersebut adalah wayang kulit yang telah diakui UNESCO sebagai *Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* karena nilai historis, artistik, filosofis, dan budayanya. Dalam perkembangannya, wayang tidak hanya dipahami sebagai media pertunjukan, tetapi juga mengalami berbagai bentuk transformasi fungsi mengikuti dinamika masyarakat kontemporer. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa), yaitu hasil akulturasi budaya Jawa dan Tionghoa yang mengadaptasi kisah-kisah klasik Tiongkok ke dalam medium wayang kulit Jawa melalui penggunaan teknik tatah sungging, bentuk visual, serta sistem pertunjukan yang khas. Kehadiran Wacinwa menunjukkan bahwa seni tradisi mampu berkembang melalui dialog budaya yang panjang sehingga menghasilkan bentuk ekspresi budaya baru yang memperkaya khazanah seni pertunjukan maupun seni kriya di Yogyakarta.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa souvenir budaya berperan penting dalam mendukung pelestarian warisan budaya, penguatan identitas destinasi, dan keberlanjutan industri kreatif, fenomena tersebut masih menyisakan persoalan ketika diterapkan pada objek budaya yang memiliki nilai historis, material, dan identitas visual yang kuat seperti Wacinwa. Dalam perkembangannya, Wacinwa tidak lagi hanya hadir sebagai media pertunjukan maupun artefak koleksi museum, tetapi juga mulai diproduksi sebagai souvenir budaya oleh Ghriya Ukir Kulit Sagio di Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Produk tersebut mereproduksi figur-figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo ke dalam ukuran yang lebih kecil agar lebih mudah dibawa wisatawan sebagai cendera mata, namun tetap mempertahankan penggunaan kulit perkamen sebagai material utama, tangkai berbahan tanduk, serta teknik tatah sungging tradisional yang menjadi identitas visualnya. Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi fungsi Wacinwa dari artefak budaya menjadi produk ekonomi kreatif yang dipasarkan dalam industri pariwisata. Di satu sisi, transformasi tersebut membuka peluang baru bagi pelestarian Wacinwa melalui mekanisme ekonomi kreatif, memperluas akses masyarakat terhadap objek budaya yang sebelumnya hanya dapat dijumpai dalam ruang museum, serta mendukung keberlanjutan praktik kriya tradisional. Di sisi lain, perubahan tersebut juga memunculkan persoalan mengenai bagaimana proses komodifikasi berlangsung tanpa menghilangkan karakter budaya yang melekat pada Wacinwa, khususnya terkait fungsi, makna, material, teknik produksi, dan identitas visualnya. Persoalan ini menjadi penting untuk dikaji karena hingga kini belum banyak diketahui bagaimana pelaku kriya menegosiasikan kepentingan ekonomi dengan upaya mempertahankan autentisitas budaya ketika suatu artefak warisan budaya direproduksi menjadi souvenir wisata.

Sejauh ini, penelitian mengenai Wacinwa lebih banyak diarahkan pada pembahasan sejarah kemunculannya, proses akulturasi budaya Jawa dan Tionghoa, karakteristik visual, maupun fungsinya sebagai seni pertunjukan [10], [11], [12], [13], [14], [15]. Sementara itu, kajian mengenai komodifikasi budaya umumnya membahas transformasi seni tradisional, festival budaya, maupun produk kerajinan dalam konteks pariwisata secara luas, tanpa menjelaskan secara spesifik bagaimana proses komodifikasi berlangsung pada objek budaya yang memiliki keterkaitan langsung dengan koleksi museum serta tetap mempertahankan material dan teknik produksi tradisionalnya [16], [17], [18]. Kajian mengenai souvenir budaya dan kerajinan tradisional juga lebih banyak menyoroti aspek autentisitas, inovasi, perilaku konsumen, dan keberlanjutan kerajinan [1], [3], [4], [5], [19], sehingga masih terdapat celah keilmuan mengenai bagaimana sebuah artefak budaya direproduksi menjadi souvenir tanpa melepaskan identitas visual, material, dan nilai budaya yang menjadi penanda autentisitasnya.

Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis proses komodifikasi Wacinwa sebagai produk souvenir budaya di Ghriya Ukir Kulit Sagio melalui perspektif komodifikasi budaya. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menjelaskan bahwa komodifikasi tidak selalu berimplikasi pada

degradasi nilai budaya, melainkan dapat menjadi ruang negosiasi antara pelestarian tradisi dan kebutuhan pasar melalui upaya mempertahankan material kulit perkamen, penggunaan tangkai berbahan tanduk, teknik tatah sunging tradisional, serta kemiripan karakter visual dengan artefak Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo. Berdasarkan celah keilmuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komodifikasi Wacinwa sebagai produk souvenir di Ghriya Ukir Kulit Sagio serta menjelaskan bagaimana transformasi fungsi, bentuk, material, dan teknik produksinya berlangsung dalam konteks pariwisata budaya. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi bentuk-bentuk negosiasi yang dilakukan perajin dalam mempertahankan identitas budaya Wacinwa di tengah tuntutan pasar wisata. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai komodifikasi budaya pada bidang seni kriya, khususnya yang berkaitan dengan transformasi warisan budaya menjadi produk ekonomi kreatif tanpa menghilangkan nilai budaya yang melekat padanya. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi perajin, pelaku industri kriya, pengelola museum, pemerintah daerah, serta pemangku kepentingan pariwisata budaya dalam mengembangkan produk souvenir berbasis warisan budaya yang mampu menjaga autentisitas sekaligus memiliki daya saing dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

2. BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus [20], [21]. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam proses komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir wisata serta menafsirkan perubahan fungsi, makna, dan praktik produksi yang terjadi di Ghriya Ukir Kulit Sagio Bantul. Desain studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu kasus spesifik yang memiliki karakteristik unik, yaitu produksi souvenir Wacinwa yang tetap mempertahankan material dan teknik tradisional di tengah tuntutan pasar wisata [21]. Penelitian dilaksanakan di Ghriya Ukir Kulit Sagio yang terletak di Dusun Gendeng RT 04, Kelurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu unit usaha kriya yang secara aktif memproduksi replika Wacinwa sebagai souvenir wisata, sehingga dinilai dapat memberikan informasi yang kaya dan relevan terkait fenomena yang diteliti. Selain memiliki relevansi langsung dengan fokus penelitian, lokasi ini juga memungkinkan peneliti mengamati proses produksi, penggunaan material, serta praktik pemasaran produk secara langsung di lapangan. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Juni tahun 2026.

Objek penelitian ini adalah komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir yang diproduksi dan dipasarkan oleh Ghriya Ukir Kulit Sagio. Fokus penelitian diarahkan pada proses perubahan fungsi Wacinwa dari artefak budaya dan media pertunjukan menjadi komoditas yang berorientasi pada kebutuhan pasar wisata, yang ditandai oleh berbagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan konsumen tanpa sepenuhnya meninggalkan identitas budaya yang melekat pada produk. Analisis juga mencakup perubahan ukuran, pemilihan material, penerapan teknik tatah sunging, serta upaya mempertahankan karakter visual Wacinwa dalam proses reproduksi sebagai souvenir. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena penelitian ini memerlukan narasumber yang memiliki pengetahuan, pengalaman, kewenangan, dan keterlibatan langsung terhadap keseluruhan proses produksi maupun pemasaran souvenir Wacinwa [22]. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menetapkan Sagio selaku pemilik Ghriya Ukir Kulit sebagai informan utama. Dalam penelitian kualitatif, penggunaan key informant dimungkinkan apabila informan memiliki penguasaan yang mendalam, kewenangan pengambilan keputusan, serta keterlibatan langsung terhadap keseluruhan fenomena yang diteliti [22], [23]. Pemilihan owner didasarkan pada perannya sebagai pengambil keputusan utama yang menentukan desain produk, pemilihan material, teknik produksi, strategi pemasaran, hingga arah pengembangan souvenir Wacinwa. Selain itu, proses produksi yang dilakukan oleh para perajin pada Ghriya Ukir Kulit dilaksanakan berdasarkan arahan dan standar kerja yang telah ditetapkan oleh owner, sehingga informasi mengenai keseluruhan proses komodifikasi dapat diperoleh secara komprehensif melalui informan tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik utama dalam penelitian kualitatif. Wawancara menggunakan pedoman semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang produksi souvenir Wacinwa, pertimbangan desain, pemilihan material, strategi pemasaran, serta pandangan *owner* mengenai pelestarian nilai budaya dalam proses produksi. Menurut Creswell dan Creswell [23] wawancara semi-terstruktur memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menggali informasi secara lebih mendalam tanpa kehilangan fokus

penelitian. Observasi dilakukan secara langsung pada aktivitas produksi di Ghriya Ukir Kulit untuk mengamati penggunaan material, tahapan pengerjaan, teknik tatah sungging, serta karakteristik visual produk yang dihasilkan. Dokumentasi digunakan untuk merekam bentuk produk, proses produksi, alat dan bahan, serta lingkungan kerja yang mendukung interpretasi hasil penelitian. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data dapat saling melengkapi dan memverifikasi temuan penelitian sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono [22].

Penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan secara sistematis. Tahap pertama dilakukan melalui studi pustaka mengenai Wacinwa, komodifikasi budaya, kriya tradisional, dan pariwisata budaya sebagai landasan konseptual penelitian. Selanjutnya dilakukan observasi pendahuluan ke Ghriya Ukir Kulit untuk memahami kondisi lapangan sekaligus mengenali proses produksi souvenir Wacinwa. Tahap berikutnya berupa pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan informan utama, observasi langsung terhadap aktivitas produksi, dan dokumentasi visual. Seluruh data kemudian diorganisasikan, diklasifikasikan, dan dipersiapkan untuk proses analisis sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai komodifikasi Wacinwa sebagai produk souvenir. Tahapan penelitian ini mengikuti prinsip penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell dan Creswell [23], yaitu pengumpulan data dilakukan secara bertahap dan berlangsung secara fleksibel sesuai dinamika di lapangan.

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña [24] yang meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Pada tahap kondensasi, hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, serta dikelompokkan sesuai fokus penelitian. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengorganisasikan temuan ke dalam kategori-kategori yang memudahkan identifikasi hubungan antardata. Selanjutnya, data diinterpretasikan menggunakan teori komodifikasi budaya untuk menjelaskan transformasi Wacinwa dari artefak budaya menjadi produk souvenir dalam konteks industri pariwisata. Analisis dilakukan berdasarkan indikator komodifikasi budaya yang meliputi perubahan fungsi budaya menjadi fungsi ekonomi, adaptasi produk terhadap kebutuhan pasar, reproduksi budaya dalam sistem produksi, pergeseran makna budaya, serta negosiasi antara tradisi dan pasar sebagaimana dirumuskan oleh Irianto [16].

Proses pengelolaan data dilakukan secara manual melalui teknik pengkodean (*coding*) dan kategorisasi terhadap hasil wawancara, catatan observasi, serta dokumentasi visual. Seluruh data ditranskripsikan kemudian dianalisis secara berulang untuk mengidentifikasi kode-kode awal yang selanjutnya dikembangkan menjadi tema-tema penelitian. Menurut Saldaña [25], proses *coding* merupakan tahapan penting dalam penelitian kualitatif karena membantu peneliti menemukan pola, hubungan, dan makna yang muncul dari data empiris. Tema-tema tersebut kemudian dipetakan berdasarkan indikator komodifikasi budaya sebagai kerangka interpretasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami hubungan antara praktik produksi, perubahan fungsi, strategi pemasaran, serta upaya mempertahankan identitas budaya Wacinwa sebagai satu kesatuan proses komodifikasi. Dengan demikian, analisis tidak hanya mendeskripsikan fakta empiris, tetapi juga menjelaskan dinamika transformasi Wacinwa dalam konteks industri kriya dan pariwisata budaya di Bantul.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan data lapangan yang diperoleh secara komprehensif mengenai fenomena komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) di Ghriya Ukir Kulit Sagio, yang dilanjutkan dengan analisis kritis menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Penyajian hasil temuan ini dibagi ke dalam dua lini utama, yaitu pemaparan data deskriptif-objektif mengenai profil unit usaha kriya dan karakteristik produk, serta pembahasan analitis yang menginterpretasikan transformasi fungsi, bentuk visual, dan dinamika reproduksi budaya objek dalam logika pasar pariwisata. Melalui kerangka indikator teori komodifikasi budaya, seluruh data yang bersumber dari wawancara semi-terstruktur bersama informan kunci, observasi langsung terhadap aktivitas tatah sungging, serta dokumentasi visual akan ditafsirkan secara mendalam. Pendekatan interaktif ini tidak hanya bertujuan mendeskripsikan realitas fisik produk kriya yang dihasilkan, melainkan mengungkap ruang negosiasi strategis yang dilakukan oleh produsen dalam menjaga keseimbangan antara idealisme pelestarian nilai tradisi dan tuntutan ekonomi pasar wisata kontemporer.

3.1 Hasil

Penelitian ini dilaksanakan di Ghriya Ukir Kulit Sagio yang berlokasi di Dusun Gendeng, RT 04, Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ghriya Ukir Kulit merupakan salah satu bengkel kriya yang telah beroperasi sejak awal tahun 1960-an dan memproduksi berbagai jenis wayang kulit Gagrak Yogyakarta beserta produk kriya berbahan kulit. Lokasi penelitian berada di Dusun Gendeng yang dikenal sebagai salah satu sentra kerajinan tatah sungging di Kabupaten Bantul. Tradisi pembuatan wayang kulit di wilayah ini telah berkembang sejak sebelum kemerdekaan Indonesia dan diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi sehingga membentuk komunitas perajin yang masih bertahan hingga saat ini. Selain memproduksi wayang untuk kebutuhan pertunjukan dan koleksi, para perajin juga mengembangkan berbagai produk kriya berbasis wayang sesuai kebutuhan pasar.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan utama mengenai proses komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir di Ghriya Ukir Kulit Sagio. Temuan-temuan tersebut meliputi transformasi visual produk, perubahan fungsi budaya menjadi produk souvenir, proses reproduksi budaya melalui praktik produksi kriya, serta bentuk negosiasi antara pelestarian tradisi dan kebutuhan pasar. Keempat aspek tersebut disajikan pada subbagian berikut. Berdasarkan hasil observasi, Ghriya Ukir Kulit tidak hanya memproduksi wayang kulit ukuran pertunjukan, tetapi juga berbagai produk kriya berbahan kulit seperti lukisan kulit, gantungan kunci, pembatas buku, miniatur wayang, serta souvenir wisata. Salah satu produk yang dikembangkan adalah souvenir Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa). Produk tersebut diproduksi menggunakan kulit perkamen sebagai media utama dan tanduk kerbau pada bagian gapit. Seluruh proses pengerjaan masih dilakukan secara manual melalui teknik tatah sungging tradisional. Pada tahap pewarnaan, pemilik menyediakan contoh visual tokoh sebagai acuan sehingga karakter visual setiap produk tetap seragam sesuai desain yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sagio selaku pemilik Ghriya Ukir Kulit, ide memproduksi souvenir Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) mulai muncul sekitar tahun 2019 ketika terdapat upaya untuk memperkenalkan ragam koleksi wayang yang dimiliki kepada pengunjung. Menurut informan, figur Wacinwa dipilih karena memiliki karakter visual yang berbeda dibandingkan wayang kulit Jawa yang lebih umum dijumpai di pasaran. Pada tahap awal, souvenir diproduksi dalam jumlah terbatas sebagai produk pelengkap yang dipajang di ruang pamer bersama produk wayang lainnya. Seiring meningkatnya minat konsumen, produksi kemudian dilakukan secara berkelanjutan sebagai salah satu varian souvenir yang dipasarkan oleh Ghriya Ukir Kulit. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa fungsi Wacinwa mengalami perubahan setelah diproduksi sebagai souvenir. Apabila figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo lebih berfungsi sebagai artefak budaya yang disimpan dan dipamerkan, maka souvenir Wacinwa diproduksi untuk berbagai kebutuhan konsumen. Menurut Sagio, produk tersebut banyak dimanfaatkan sebagai benda koleksi pribadi, elemen dekorasi interior, cendera mata (souvenir), maupun buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Meskipun demikian, mekanisme persendian pada kedua lengan tetap dipertahankan sehingga souvenir masih dapat digerakkan sebagaimana wayang kulit ukuran pertunjukan.

Selain digunakan oleh wisatawan, hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen souvenir Wacinwa juga berasal dari kalangan kolektor, masyarakat keturunan Tionghoa, pelaku usaha, serta pembeli dari luar daerah yang tertarik terhadap karakter visual maupun latar belakang budaya Wacinwa. Menurut informan, beberapa pelanggan melakukan pemesanan secara berulang sehingga produk tersebut menjadi salah satu varian souvenir yang memiliki pangsa pasar tersendiri dibandingkan jenis wayang lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, proses pembuatan souvenir Wacinwa diawali dengan menentukan figur yang akan diproduksi menggunakan referensi visual koleksi Wayang Kulit Cina Jawa yang terdapat di Museum Negeri Sonobudoyo. Referensi tersebut digunakan sebagai acuan untuk menjaga kesesuaian bentuk tokoh, atribut busana, komposisi warna, dan karakter visual pada setiap produk yang dihasilkan.

Seluruh proses produksi dilakukan secara manual menggunakan teknik tatah sungging tradisional. Berdasarkan hasil observasi, pemilik menyediakan contoh visual setiap tokoh kepada perajin sebagai pedoman selama proses penataan maupun pewarnaan. Dengan adanya contoh tersebut, setiap souvenir yang diproduksi memiliki karakter visual yang seragam serta tetap mengacu pada figur Wacinwa yang menjadi referensi. Hasil dokumentasi menunjukkan bahwa reproduksi yang dilakukan tidak mengubah karakter dasar tokoh Wacinwa. Bentuk wajah, atribut busana, ornamen, komposisi warna, serta struktur visual tetap dipertahankan mengikuti referensi yang digunakan. Perubahan yang dilakukan hanya berupa

pengecilan ukuran agar produk lebih sesuai dengan kebutuhan souvenir, sedangkan identitas visual tokoh tidak mengalami perubahan yang berarti.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penyesuaian utama yang dilakukan dalam produksi souvenir Wacinwa terletak pada ukuran produk. Wayang yang semula diproduksi dalam ukuran pertunjukan dibuat dalam ukuran yang lebih kecil sehingga lebih mudah dibawa, dikemas, dan dipasarkan sebagai souvenir wisata. Menurut Sagio, ukuran yang lebih ringkas memudahkan konsumen membawa produk ke luar daerah maupun ke luar negeri menggunakan koper tanpa memerlukan ruang penyimpanan yang besar.

Meskipun ukuran produk mengalami perubahan, hasil observasi menunjukkan bahwa material utama yang digunakan tetap berupa kulit perkamen sebagai media utama dan tanduk kerbau pada bagian gapit. Seluruh proses pengerjaan juga masih menggunakan teknik tatah sungging tradisional secara manual tanpa mengganti metode produksi dengan teknik yang lebih sederhana. Dengan demikian, perubahan yang dilakukan hanya terbatas pada dimensi fisik produk, sedangkan bahan dan teknik produksi tetap dipertahankan. Berdasarkan hasil wawancara, pengecilan ukuran juga berpengaruh terhadap harga jual produk. Souvenir Wacinwa dipasarkan dengan harga yang lebih rendah dibandingkan wayang kulit ukuran pertunjukan sehingga lebih mudah dijangkau oleh wisatawan. Menurut informan, pertimbangan tersebut dilakukan agar produk dapat berfungsi sebagai buah tangan yang praktis tanpa mengurangi kualitas pengerjaan maupun karakter visual yang menjadi ciri khas Wacinwa.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir tidak hanya berkaitan dengan perubahan fungsi ekonomi, tetapi juga melibatkan transformasi visual, reproduksi budaya, serta berbagai bentuk negosiasi antara pelestarian tradisi dan kebutuhan pasar. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa proses komodifikasi berlangsung secara kompleks karena setiap perubahan yang dilakukan terhadap produk tetap mempertimbangkan identitas budaya yang melekat pada Wacinwa sebagai warisan budaya hasil akulturasi Jawa dan Tionghoa. Oleh karena itu, pembahasan ini disusun ke dalam beberapa aspek utama yang meliputi transformasi visual, transformasi fungsi, reproduksi budaya, negosiasi antara tradisi dan pasar, serta implikasinya terhadap pelestarian warisan budaya.

3.2.1 Transformasi Visual Wacinwa Menjadi Souvenir

Perubahan fungsi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) menjadi produk souvenir turut diikuti oleh proses transformasi visual yang memungkinkan objek budaya tersebut menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar tanpa kehilangan identitas utamanya. Transformasi visual tidak hanya berkaitan dengan perubahan ukuran fisik, tetapi juga menyangkut keputusan mengenai material, teknik produksi, struktur bentuk, serta karakter estetis yang dipertahankan maupun diadaptasi selama proses reproduksi. Oleh karena itu, pembahasan pada subbab ini difokuskan untuk menjelaskan bagaimana Ghriya Ukir Kulit Sagio mentransformasikan Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo menjadi produk souvenir yang tetap merepresentasikan identitas visual aslinya, meskipun diproduksi dalam konteks industri pariwisata budaya.

Gambar 1 memperlihatkan perbandingan antara figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo dengan souvenir Wacinwa yang diproduksi oleh Ghriya Ukir Kulit Sagio yang terletak pada

Gambar 2. Perbandingan tersebut menunjukkan unsur-unsur visual yang dipertahankan maupun bentuk adaptasi yang dilakukan selama proses reproduksi menjadi produk souvenir.



Gambar 1. Wacinwa Koleksi Museum Sonobudoyo Yogyakarta

Hasil observasi menunjukkan bahwa souvenir Wacinwa yang diproduksi oleh Ghriya Ukir Kulit Sagio memiliki tingkat kemiripan visual yang tinggi dengan figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo. Kemiripan tersebut tampak pada proporsi anatomi tokoh, bentuk wajah, atribut busana, ornamen, komposisi warna, serta penerapan teknik tatah sungging yang tetap mengacu pada karakter visual artefak aslinya. Material utama yang digunakan juga tidak mengalami perubahan, yaitu kulit perkamen sebagai media utama serta tanduk kerbau pada bagian gapit. Dengan demikian, proses reproduksi tidak diarahkan untuk menciptakan desain baru, melainkan merepresentasikan kembali karakter visual Wacinwa ke dalam format yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar souvenir.

Perubahan paling menonjol ditemukan pada aspek ukuran. Berdasarkan hasil pengukuran, figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo memiliki tinggi sekitar 40 cm, sedangkan versi souvenir diproduksi dengan tinggi sekitar 17 cm atau sekitar 27 cm apabila dihitung bersama gapit. Meskipun mengalami miniaturisasi, sistem persendian pada kedua lengan tetap dipertahankan sehingga souvenir masih dapat dimainkan sebagaimana wayang kulit berukuran standar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sagio selaku pemilik Ghriya Ukir Kulit, pengecilan ukuran dilakukan agar produk lebih mudah dibawa wisatawan, lebih efisien dalam proses pengemasan dan distribusi, serta memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan wayang pertunjukan. Dengan demikian, adaptasi visual yang dilakukan lebih diarahkan pada efisiensi penggunaan tanpa mengubah karakter visual yang menjadi identitas utama Wacinwa.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi visual pada souvenir Wacinwa berlangsung secara selektif. Adaptasi hanya dilakukan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan kebutuhan praktis konsumen, sedangkan unsur-unsur yang dianggap merepresentasikan identitas budaya tetap dipertahankan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa proses reproduksi budaya tidak selalu menghasilkan perubahan bentuk secara menyeluruh, melainkan dapat berupa proses penyederhanaan skala yang tetap mempertahankan karakter visual, material, dan teknik produksi tradisional. Dalam konteks ini, miniaturisasi berfungsi sebagai strategi adaptasi terhadap kebutuhan pasar tanpa menghilangkan keterkaitan visual antara souvenir dengan artefak budaya yang menjadi referensinya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Yang dan kawan-kawan [4] yang menjelaskan bahwa pelestarian kerajinan tradisional di negara berkembang tidak dapat dilepaskan dari kemampuan perajin dalam menyesuaikan produk dengan perkembangan pasar. Menurut Yang dan kawan-kawan, inovasi diperlukan agar kerajinan tradisional tetap memiliki nilai ekonomi dan mampu bertahan di tengah perubahan preferensi konsumen. Namun demikian, inovasi tersebut harus tetap menjaga kesinambungan keterampilan tradisional, penggunaan material yang sesuai, serta pewarisan pengetahuan budaya antargenerasi. Pada kasus Wacinwa di Ghriya Ukir Kulit Sagio, prinsip tersebut

diwujudkan melalui keputusan untuk hanya mengubah ukuran produk tanpa mengubah material kulit perkamen, penggunaan tangkai berbahan tanduk, maupun teknik tatah sungging yang menjadi identitas utama proses produksinya. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi adaptasi pasar tidak selalu diwujudkan melalui perubahan desain secara radikal, melainkan dapat dilakukan melalui perubahan skala yang tetap mempertahankan autentisitas visual dan teknis produk budaya.

Temuan penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Ariffin dan kawan-kawan [5] mengenai inovasi kerajinan tradisional di Malaysia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa inovasi pada produk kerajinan dapat dilakukan melalui perubahan bentuk, fungsi, material, teknik, motif, maupun pemanfaatannya selama perubahan tersebut tidak menghilangkan autentisitas budaya yang melekat pada produk. Akan tetapi, kasus Wacinwa menunjukkan karakteristik yang lebih spesifik dibandingkan temuan Ariffin dan kawan-kawan. Alih-alih mengembangkan motif atau menciptakan bentuk visual baru, Ghriya Ukir Kulit justru mempertahankan hampir seluruh karakter visual figur Wacinwa koleksi museum dan hanya melakukan miniaturisasi ukuran. Dengan kata lain, inovasi yang dilakukan bukan berupa penciptaan desain baru, melainkan reproduksi visual yang berorientasi pada pelestarian identitas budaya sekaligus penyesuaian terhadap kebutuhan pasar wisata.

Lebih lanjut, Patel [26] menjelaskan bahwa kerajinan tradisional merupakan bagian penting dari industri kreatif karena tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai media transmisi identitas budaya, keterampilan lokal, dan pengetahuan tradisional. Hasil penelitian ini memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa souvenir Wacinwa tidak diposisikan semata-mata sebagai barang dagangan, tetapi juga sebagai representasi visual warisan budaya Jawa–Tionghoa. Penggunaan material tradisional, teknik tatah sungging yang diwariskan secara turun-temurun, serta upaya mempertahankan karakter visual figur Wacinwa menunjukkan bahwa nilai budaya tetap menjadi pertimbangan utama dalam proses produksi. Dengan demikian, transformasi visual pada souvenir Wacinwa tidak hanya menghasilkan produk ekonomi kreatif, tetapi juga menjadi media yang memperluas akses masyarakat terhadap representasi budaya yang sebelumnya lebih banyak hadir dalam ruang museum maupun pertunjukan.

Secara keseluruhan, transformasi visual Wacinwa menjadi souvenir menunjukkan bahwa proses komodifikasi pada tahap awal tidak diwujudkan melalui perubahan identitas visual objek budaya, melainkan melalui adaptasi yang bersifat fungsional terhadap kebutuhan pasar. Miniaturisasi ukuran menjadi bentuk inovasi utama, sedangkan material, teknik tatah sungging, struktur visual, dan karakter estetis tetap dipertahankan sebagai penanda autentisitas Wacinwa. Temuan ini memperlihatkan bahwa reproduksi artefak budaya ke dalam bentuk souvenir dapat berlangsung melalui mekanisme adaptasi yang tetap menjaga kontinuitas identitas budaya, sehingga transformasi visual tidak identik dengan hilangnya nilai tradisional, tetapi justru menjadi strategi untuk memperluas keberlanjutan warisan budaya dalam konteks industri pariwisata dan ekonomi kreatif.



Gambar 2. Wacinwa souvenir karya Ghriya Ukir Kulit

3.2.2 Transformasi Fungsi Wacinwa dari Artefak Budaya menjadi Souvenir

Transformasi fungsi merupakan salah satu bentuk perubahan paling nyata yang ditemukan pada souvenir Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) di Ghriya Ukir Kulit Sagio. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sagio selaku pemilik Ghriya Ukir Kulit, Wacinwa yang semula dikenal sebagai artefak budaya dan media pertunjukan kemudian direproduksi menjadi produk souvenir sejak sekitar tahun 2019 sebagai respons terhadap munculnya peluang pasar wisata. Perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan perubahan ukuran produk, tetapi juga mengubah fungsi sosial Wacinwa. Jika sebelumnya Wacinwa lebih banyak hadir sebagai media pertunjukan ataupun koleksi museum yang hanya dapat diamati oleh pengunjung, maka dalam bentuk souvenir Wacinwa dapat dimiliki secara pribadi, dijadikan koleksi, dekorasi interior, maupun buah tangan bagi wisatawan. Berdasarkan hasil observasi, produk souvenir tersebut tetap mempertahankan mekanisme gerak pada bagian lengan sehingga masih memungkinkan untuk dimainkan sebagaimana wayang kulit pada umumnya, meskipun fungsi utamanya telah bergeser menjadi produk kriya yang diperjualbelikan.

Perubahan fungsi tersebut menunjukkan bahwa Wacinwa mengalami perluasan makna dari objek budaya menjadi objek ekonomi. Namun demikian, transformasi tersebut tidak menghilangkan seluruh fungsi budaya yang melekat pada Wacinwa. Berdasarkan hasil wawancara, setiap konsumen yang membeli souvenir Wacinwa umumnya memperoleh penjelasan mengenai asal-usul tokoh, keterkaitannya dengan koleksi Museum Negeri Sonobudoyo, serta latar belakang budaya Tionghoa-Jawa yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, proses transaksi tidak hanya menghasilkan pertukaran ekonomi, tetapi juga menjadi media penyampaian informasi budaya kepada konsumen.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep komodifikasi budaya yang dikemukakan oleh Cohen [27]. Cohen menjelaskan bahwa perkembangan industri pariwisata menyebabkan berbagai ekspresi budaya mengalami transformasi menjadi komoditas yang dapat diproduksi, dipasarkan, dan dikonsumsi oleh wisatawan tanpa harus kehilangan seluruh nilai budayanya. Dalam pandangan Cohen, komodifikasi tidak selalu identik dengan hilangnya autentisitas budaya karena masyarakat lokal masih memiliki ruang untuk menentukan unsur-unsur budaya yang dipertahankan maupun yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar [27]. Kondisi tersebut tampak pada kasus Wacinwa di Ghriya Ukir Kulit Sagio. Adaptasi memang dilakukan melalui pengecilan ukuran dan perubahan orientasi penggunaan menjadi souvenir, tetapi karakter visual, material kulit perkamen, tangkai berbahan tanduk, serta teknik tatah sungging tetap dipertahankan sehingga identitas budaya Wacinwa tidak mengalami perubahan secara mendasar.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Irianto [16] yang menyatakan bahwa komodifikasi budaya merupakan konsekuensi yang tidak terhindarkan dalam perkembangan ekonomi global dan industri pariwisata. Menurut Irianto, seni tradisional pada era pariwisata tidak dapat sepenuhnya dipisahkan dari mekanisme pasar karena keberadaannya juga menjadi sumber ekonomi bagi masyarakat pendukungnya. Namun demikian, komodifikasi tidak selalu berarti eksploitasi budaya apabila pelaku budaya mampu membangun strategi yang menyelaraskan kepentingan ekonomi dengan pelestarian identitas budaya. Strategi tersebut tampak pada Ghriya Ukir Kulit Sagio yang memilih mempertahankan teknik produksi tradisional dan karakter visual Wacinwa meskipun produk tersebut dipasarkan sebagai souvenir wisata. Dengan demikian, orientasi ekonomi dalam kasus ini justru menjadi salah satu cara untuk memperluas keberlanjutan produksi Wacinwa melalui pasar pariwisata.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan sekaligus perbedaan dengan penelitian Ulum [17] mengenai komodifikasi kesenian jaranan. Ulum menemukan bahwa komodifikasi menyebabkan terjadinya pergeseran makna dari fungsi magis-religius menuju fungsi hiburan dan ekonomi sehingga unsur-unsur sakral mengalami reduksi akibat tuntutan industri pariwisata. Pada kasus Wacinwa, perubahan fungsi menuju produk ekonomi memang juga terjadi. Akan tetapi, Wacinwa sejak awal lebih dikenal sebagai media pertunjukan dan karya seni kriya daripada sebagai objek ritual yang bersifat sakral. Oleh karena itu, transformasi fungsi yang ditemukan dalam penelitian ini lebih banyak berupa perubahan konteks penggunaan dari media pertunjukan menjadi produk koleksi dan souvenir, bukan perubahan dari fungsi sakral menuju fungsi profan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dampak komodifikasi sangat dipengaruhi oleh karakter budaya dari objek yang dikomodifikasi.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Febriyanto, Riawanti, dan Gunawan [28] mengenai komodifikasi mitos rambut gimbal di Dataran Tinggi Dieng. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komodifikasi budaya tidak selalu menghapus identitas budaya, melainkan justru dapat memperkuat identitas tersebut melalui proses representasi dalam aktivitas pariwisata. Pada kasus Wacinwa, souvenir berfungsi sebagai media representasi budaya Tionghoa-Jawa kepada masyarakat yang sebelumnya tidak mengenal keberadaan Wacinwa. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian konsumen

baru mengetahui sejarah dan karakteristik Wacinwa setelah melihat produk yang dipajang di showroom Ghriya Ukir Kulit dan memperoleh penjelasan dari pemilik. Dengan demikian, souvenir tidak hanya menjadi produk ekonomi, tetapi juga menjadi media interpretasi budaya yang memperkenalkan kembali warisan Wayang Kulit Cina Jawa kepada publik yang lebih luas.

Berdasarkan dialog dengan berbagai penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa transformasi fungsi Wacinwa merupakan bentuk komodifikasi budaya yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan berbagai kasus komodifikasi seni tradisional lainnya. Pada kasus ini, orientasi ekonomi tidak diwujudkan melalui perubahan substansi budaya, melainkan melalui perubahan konteks pemanfaatan objek budaya. Wacinwa tidak lagi hanya berfungsi sebagai media pertunjukan maupun artefak museum, tetapi berkembang menjadi souvenir budaya yang dapat dimiliki, dibawa pulang, dan dipajang oleh wisatawan. Meskipun demikian, unsur-unsur utama yang membentuk identitas budaya Wacinwa tetap dipertahankan sehingga komodifikasi yang terjadi lebih tepat dipahami sebagai proses negosiasi antara pelestarian budaya dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar daripada sebagai bentuk degradasi nilai budaya.



Gambar 3. Display souvenir Wacinwa karya Ghriya Ukir Kulit

3.2.3 Reproduksi Budaya melalui Souvenir

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa proses produksi souvenir Wacinwa di Ghriya Ukir Kulit Sagio tidak dilakukan melalui penciptaan desain baru, melainkan melalui reproduksi visual terhadap figur Wayang Kulit Cina Jawa yang telah menjadi koleksi Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. Berdasarkan hasil observasi di lokasi penelitian, figur-figur Wacinwa yang diproduksi sebagai souvenir memiliki kemiripan yang tinggi dengan koleksi museum, baik pada bentuk tokoh, atribut busana, komposisi warna, maupun karakter visual setiap figur. Seluruh proses produksi diawali dengan penyediaan contoh visual oleh pemilik Ghriya Ukir Kulit yang kemudian dijadikan acuan oleh perajin selama proses penataan maupun pewarnaan. Dengan demikian, reproduksi yang dilakukan tidak bertujuan menciptakan interpretasi visual baru, tetapi mempertahankan identitas visual Wacinwa sebagaimana direpresentasikan pada koleksi museum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sagio, referensi utama yang digunakan dalam proses produksi berasal dari dokumentasi figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo. Setiap tahap produksi, mulai dari penentuan pola, penataan, hingga pewarnaan dilakukan dengan mengacu pada contoh visual tersebut agar karakter setiap tokoh tetap sesuai dengan bentuk aslinya. Bahkan pada proses pewarnaan, pemilik secara langsung memberikan contoh gambar kepada perajin sehingga warna, motif busana, dan detail ornamen yang dihasilkan memiliki tingkat keseragaman yang tinggi. Adaptasi yang dilakukan hanya terbatas pada pengecilan ukuran produk agar sesuai dengan kebutuhan souvenir, sedangkan struktur visual tokoh, penggunaan kulit perkamen, tangkai berbahan tanduk, serta teknik tatah sungging tetap dipertahankan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa reproduksi budaya pada souvenir Wacinwa tidak dilakukan melalui proses penyederhanaan identitas budaya, melainkan melalui reproduksi representasi visual artefak budaya ke dalam skala yang lebih kecil. Dengan kata lain, perubahan yang terjadi bersifat dimensional, bukan konseptual. Souvenir yang dihasilkan tetap membawa identitas visual Wayang Kulit Cina Jawa sehingga fungsi reproduksi dalam penelitian ini tidak sekadar menggandakan bentuk fisik suatu objek, tetapi juga mempertahankan kontinuitas representasi budaya yang melekat pada artefak aslinya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Larkin [29] yang menjelaskan bahwa souvenir museum bukan hanya berfungsi sebagai produk komersial, melainkan sebagai media representasi budaya yang memperpanjang pengalaman pengunjung setelah meninggalkan museum. Menurut Larkin, museum shop merupakan titik temu antara warisan budaya, pendidikan, dan aktivitas ekonomi karena produk yang dijual mampu membawa representasi koleksi museum ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada kasus Wacinwa, fungsi tersebut tampak melalui proses reproduksi figur-figur koleksi Museum Negeri Sonobudoyo ke dalam bentuk souvenir yang dapat dimiliki oleh masyarakat. Dengan demikian, souvenir tidak sekadar menjadi benda yang diperjualbelikan, tetapi juga menjadi medium yang memperluas akses publik terhadap representasi visual koleksi museum tanpa harus berinteraksi langsung dengan artefak aslinya.

Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar antara temuan penelitian ini dengan konteks yang dijelaskan oleh Larkin [29]. Larkin lebih banyak membahas souvenir yang diproduksi dan dipasarkan secara langsung melalui museum shop sebagai bagian dari strategi interpretasi museum. Sebaliknya, souvenir Wacinwa dalam penelitian ini diproduksi oleh bengkel kriya independen di luar institusi museum. Meskipun demikian, proses produksinya tetap menjadikan koleksi museum sebagai referensi utama sehingga museum tetap berperan sebagai sumber legitimasi visual, sedangkan Ghriya Ukir Kulit berperan sebagai pihak yang mereproduksi dan mendistribusikan representasi budaya tersebut kepada masyarakat yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa reproduksi budaya tidak selalu harus berlangsung di dalam institusi museum, tetapi juga dapat dilakukan oleh pelaku industri kriya melalui reproduksi visual yang bertanggung jawab terhadap sumber budayanya.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Toepler [30] mengenai komersialisasi museum. Toepler menjelaskan bahwa aktivitas komersial yang berkaitan dengan koleksi museum tidak selalu bertentangan dengan fungsi pelestarian budaya. Sebaliknya, reproduksi artefak dalam bentuk merchandise dapat menjadi salah satu strategi untuk memperluas pemanfaatan koleksi museum sekaligus meningkatkan keberlanjutan ekonomi budaya. Temuan penelitian ini memperlihatkan kondisi yang serupa. Reproduksi Wacinwa dalam bentuk souvenir tidak mengurangi keberadaan artefak asli yang tersimpan di Museum Negeri Sonobudoyo, tetapi justru memperluas eksistensi visual Wacinwa kepada masyarakat yang sebelumnya belum mengenalnya. Berdasarkan hasil wawancara, tidak sedikit konsumen yang baru mengetahui keberadaan Wayang Kulit Cina Jawa setelah melihat souvenir yang dipajang di showroom Ghriya Ukir Kulit, kemudian memperoleh penjelasan mengenai sejarah serta koleksi museum yang menjadi rujukan pembuatannya.

Meskipun demikian, reproduksi budaya pada penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan konsep museum merchandising yang dijelaskan Toepler [30]. Dalam kasus Metropolitan Museum of Art, aktivitas komersial berkembang sebagai bagian dari strategi institusi museum dalam memperoleh sumber pendanaan. Sebaliknya, pada kasus Wacinwa, proses reproduksi dilakukan oleh pelaku kriya lokal yang memanfaatkan koleksi museum sebagai sumber referensi visual untuk mempertahankan keberlanjutan produksi seni tradisional. Dengan demikian, orientasi ekonomi yang muncul bukan diarahkan untuk kepentingan institusi museum, melainkan menjadi bagian dari keberlanjutan praktik kriya tradisional yang dilakukan oleh masyarakat.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, reproduksi budaya yang terjadi pada souvenir Wacinwa menunjukkan bahwa proses komodifikasi dalam penelitian ini tidak dilakukan melalui penciptaan bentuk baru ataupun penyederhanaan identitas budaya, melainkan melalui reproduksi visual yang tetap mempertahankan karakter artefak aslinya. Koleksi Museum Negeri Sonobudoyo berfungsi sebagai referensi utama dalam menjaga konsistensi bentuk visual, sedangkan Ghriya Ukir Kulit berperan sebagai agen yang mentransformasikan representasi budaya tersebut ke dalam produk souvenir yang lebih mudah diakses masyarakat. Dengan demikian, reproduksi budaya pada Wacinwa tidak hanya memperluas distribusi objek budaya, tetapi juga memperpanjang keberadaan representasi budaya Jawa-Tionghoa di luar ruang museum melalui media souvenir.

3.2.4 Negosiasi Tradisi dan Pasar

Transformasi Wacinwa menjadi produk souvenir menunjukkan bahwa proses komodifikasi tidak selalu diikuti oleh perubahan menyeluruh terhadap karakter budaya suatu objek. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penyesuaian yang dilakukan Ghriya Ukir Kulit Sagio terhadap kebutuhan pasar hanya terbatas pada aspek ukuran produk. Wayang yang semula memiliki tinggi sekitar 40 cm direproduksi menjadi souvenir berukuran sekitar 17 cm agar lebih mudah dibawa, dikemas, dipajang, dan memiliki harga yang lebih terjangkau bagi wisatawan. Namun demikian, berbagai unsur yang dianggap

merepresentasikan identitas Wacinwa tetap dipertahankan. Material utama masih menggunakan kulit perkamen, tangkai tetap dibuat dari tanduk kerbau, teknik tatah sungging masih dikerjakan secara manual, sedangkan bentuk tokoh, atribut busana, motif ornamen, serta komposisi warna tetap mengacu pada figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo. Dengan demikian, adaptasi terhadap pasar dilakukan secara selektif tanpa mengubah karakter budaya yang menjadi identitas utama produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sagio, keputusan untuk mempertahankan material dan teknik tradisional dilakukan secara sadar karena kedua aspek tersebut dipandang sebagai ciri utama yang membedakan Wacinwa dengan produk souvenir lainnya. Menurutnya, penggunaan material sintetis atau penyederhanaan teknik produksi memang dapat menekan biaya produksi, tetapi akan mengurangi kualitas artistik sekaligus nilai budaya yang melekat pada produk. Oleh karena itu, perubahan diarahkan pada aspek yang tidak memengaruhi identitas visual maupun kualitas kriya, yaitu ukuran produk. Strategi tersebut memungkinkan Ghriya Ukir Kulit tetap memenuhi kebutuhan wisatawan tanpa menghilangkan karakter tradisional yang menjadi daya tarik utama Wacinwa.

Temuan ini menunjukkan bahwa proses komodifikasi pada Wacinwa berlangsung melalui mekanisme negosiasi antara dua kepentingan yang berbeda. Di satu sisi, terdapat tuntutan pasar wisata yang menghendaki produk berukuran lebih kecil, mudah dibawa, praktis disimpan, dan memiliki harga yang relatif terjangkau. Di sisi lain, terdapat komitmen perajin untuk mempertahankan autentisitas produk melalui penggunaan material tradisional, teknik tatah sungging, dan karakter visual yang sesuai dengan artefak aslinya. Dengan demikian, perubahan yang terjadi bukan merupakan bentuk penggantian nilai budaya oleh nilai ekonomi, melainkan proses kompromi yang memungkinkan keduanya berjalan secara bersamaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Yang dan kawan-kawan [4] yang menjelaskan bahwa keberlanjutan kerajinan tradisional sangat bergantung pada kemampuan perajin dalam menyesuaikan produknya terhadap perubahan pasar tanpa menghilangkan identitas budaya yang dimiliki. Yang dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa berbagai sentra kerajinan tradisional menghadapi tantangan berupa meningkatnya biaya produksi, terbatasnya regenerasi perajin, perubahan preferensi konsumen, serta persaingan dengan produk industri. Dalam kondisi tersebut, inovasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari agar kerajinan tetap memiliki nilai ekonomi. Temuan pada Ghriya Ukir Kulit Sagio memperlihatkan kondisi yang serupa. Adaptasi dilakukan melalui pengecilan ukuran dan penyesuaian fungsi produk menjadi souvenir, tetapi inovasi tersebut tidak diarahkan pada perubahan material maupun teknik produksi sehingga keberlanjutan ekonomi tetap berjalan seiring dengan pelestarian identitas budaya.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini sangat sejalan dengan penelitian Ariffin dan kawan-kawan [5] yang menyatakan bahwa inovasi pada kerajinan tradisional tidak selalu berarti menciptakan bentuk baru, melainkan dapat berupa penyesuaian terhadap fungsi, ukuran, maupun pemanfaatan produk selama identitas budaya yang menjadi karakter utamanya tetap dipertahankan. Ariffin dan rekan-rekannya menekankan bahwa keberhasilan inovasi pada produk kriya bergantung pada kemampuan menjaga keseimbangan antara nilai tradisional dan kebutuhan konsumen kontemporer. Kondisi tersebut terlihat secara nyata pada produksi souvenir Wacinwa. Perubahan ukuran dilakukan sebagai bentuk inovasi agar produk sesuai dengan kebutuhan wisatawan, sedangkan bentuk visual, teknik tatah sungging, material kulit perkamen, serta tangkai berbahan tanduk tetap dipertahankan sebagai elemen utama yang merepresentasikan identitas budaya Wacinwa. Dengan demikian, inovasi pada penelitian ini bersifat adaptif, bukan transformasional.

Temuan penelitian ini juga mendukung pandangan Patel [26] yang menempatkan kerajinan tradisional sebagai bagian penting dari industri kreatif berbasis budaya. Patel menjelaskan bahwa produk kriya tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi, tetapi juga membawa pengetahuan tradisional, keterampilan lokal, identitas budaya, serta memori kolektif masyarakat pembuatnya. Oleh karena itu, pengembangan produk kriya perlu diarahkan pada model yang mampu mengintegrasikan keberlanjutan ekonomi dengan keberlanjutan budaya. Pada kasus Wacinwa, integrasi tersebut tampak melalui keputusan Ghriya Ukir Kulit untuk tetap mempertahankan proses produksi manual, penggunaan material tradisional, dan standar estetika tatah sungging meskipun produk yang dihasilkan dipasarkan sebagai souvenir wisata. Dengan demikian, aktivitas ekonomi yang dilakukan tidak menggantikan fungsi budaya Wacinwa, tetapi justru menjadi sarana untuk menjaga keberlangsungan praktik kriya tradisional di tengah berkembangnya industri pariwisata.

Jika dibandingkan dengan berbagai penelitian terdahulu mengenai komodifikasi budaya yang umumnya menyoroiti terjadinya penyederhanaan bentuk, penggunaan material alternatif, maupun hilangnya unsur tradisional akibat tekanan pasar, temuan penelitian ini menunjukkan karakteristik yang berbeda. Pada kasus Wacinwa, orientasi pasar tidak mendorong perubahan terhadap unsur-unsur utama yang membentuk identitas budaya, tetapi hanya memengaruhi aspek-aspek yang bersifat praktis bagi konsumen, seperti ukuran, kemudahan distribusi, dan keterjangkauan harga. Hal tersebut menunjukkan bahwa negosiasi antara tradisi dan pasar tidak selalu menghasilkan dominasi salah satu pihak, melainkan dapat melahirkan bentuk adaptasi yang tetap menghormati nilai-nilai budaya sekaligus menjawab kebutuhan pasar wisata.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa strategi yang diterapkan Ghriya Ukir Kulit Sagio merupakan bentuk negosiasi budaya yang menempatkan tradisi dan pasar sebagai dua unsur yang saling melengkapi, bukan saling meniadakan. Tradisi dipertahankan melalui konsistensi material, teknik, dan representasi visual Wacinwa, sedangkan pasar diakomodasi melalui penyesuaian ukuran, fungsi, dan harga produk. Model negosiasi seperti ini memperlihatkan bahwa komodifikasi budaya tidak selalu identik dengan degradasi nilai budaya, tetapi dapat menjadi mekanisme adaptif yang memungkinkan warisan budaya tetap hidup, diproduksi, dan diapresiasi oleh masyarakat kontemporer.



Gambar 4. Display Wacinwa Koleksi Museum Sonobudoyo

3.2.5. Implikasi terhadap Pelestarian Warisan Budaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa produksi souvenir Wacinwa di Ghriya Ukir Kulit Sagio tidak hanya menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi, tetapi juga memperluas akses masyarakat terhadap warisan budaya yang sebelumnya hanya dapat dijumpai dalam ruang pertunjukan maupun koleksi museum. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sebagian besar konsumen mengenal Wacinwa setelah melihat produk yang dipajang di ruang pamer Ghriya Ukir Kulit. Setelah memperoleh penjelasan mengenai sejarah singkat Wacinwa dan keterkaitannya dengan koleksi Museum Negeri Sonobudoyo, konsumen kemudian membeli souvenir tersebut sebagai bentuk kenang-kenangan sekaligus representasi identitas budaya yang mereka temui selama berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa souvenir berfungsi sebagai media yang memperluas distribusi pengetahuan budaya kepada masyarakat di luar lingkungan museum.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Petrelli dan kawan-kawan [31] yang menjelaskan bahwa souvenir museum bukan sekadar benda koleksi, melainkan media yang menghubungkan pengalaman seseorang selama mengunjungi suatu situs budaya dengan ingatan yang terus dibawa setelah kunjungan berakhir. Menurut Petrelli dan kawan-kawan [31], souvenir berperan sebagai *bridge* antara pengalaman fisik dengan memori budaya sehingga nilai budaya suatu objek tetap dapat diingat dan diakses kembali meskipun pengunjung telah meninggalkan lokasi. Pada penelitian ini, fungsi tersebut juga terlihat pada souvenir Wacinwa. Produk yang dibawa pulang tidak hanya menjadi hiasan rumah, tetapi juga menjadi pengingat terhadap pengalaman mengenal Wacinwa sebagai hasil akulturasi budaya Jawa dan Tionghoa di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian Kang dan kawan-kawan [32] mengenai *hybrid tangible museum souvenirs*. Kang dan koleganya menunjukkan bahwa souvenir mampu membangun hubungan jangka panjang antara pengunjung dengan pengalaman budaya melalui proses personalisasi dan interaksi terhadap objek koleksi museum. Walaupun penelitian ini tidak menggunakan teknologi Augmented Reality sebagaimana dikembangkan Kang dan kawan-kawan [32], keduanya menunjukkan kesamaan pada fungsi souvenir sebagai media yang memperpanjang pengalaman budaya setelah kunjungan selesai. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Jika Kang dan kawan-kawan mengembangkan pengalaman digital, maka Ghriya Ukir Kulit justru mempertahankan pendekatan kriya tradisional melalui penggunaan kulit perkamen, tanduk, serta teknik tatah sungging sehingga hubungan antara pengunjung dan warisan budaya dibangun melalui kehadiran benda fisik yang autentik.

Temuan penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian Trabskaia dan kawan-kawan [33] yang menyatakan bahwa souvenir museum dapat menjadi instrumen penting dalam memperkuat identitas budaya sekaligus membangun citra suatu daerah (*city branding*). Menurut Trabskaia dan kawan-kawan [33], produk souvenir yang memiliki keterkaitan kuat dengan koleksi museum mampu memperluas representasi budaya kepada masyarakat karena wisatawan membawa pulang sebagian identitas tempat yang dikunjunginya. Kondisi serupa ditemukan pada souvenir Wacinwa. Meskipun diproduksi oleh perajin di luar museum, desain visualnya tetap mengacu pada figur Wacinwa koleksi Museum Negeri Sonobudoyo sehingga keberadaan souvenir tersebut secara tidak langsung memperluas representasi koleksi museum ke ruang-ruang domestik masyarakat. Dengan demikian, fungsi museum tidak berhenti sebagai tempat penyimpanan artefak, tetapi juga berlanjut melalui reproduksi budaya yang dilakukan oleh perajin lokal.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi Wacinwa melalui produk souvenir tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi bagi perajin, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pelestarian warisan budaya melalui penyebaran pengetahuan, perluasan akses masyarakat terhadap artefak budaya, serta penguatan identitas budaya lokal. Dalam konteks ini, souvenir tidak lagi dipahami sebagai produk pelengkap kegiatan wisata, melainkan sebagai media representasi budaya yang memungkinkan warisan budaya tetap hadir, dikenali, dan diapresiasi oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

3.3 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki sejumlah implikasi praktis bagi pengembangan industri kriya budaya, khususnya di Ghriya Ukir Kulit Sagio. Temuan mengenai komodifikasi Wacinwa menunjukkan bahwa figur wayang yang sebelumnya lebih dikenal sebagai artefak budaya dan koleksi museum memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk souvenir yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Bagi Ghriya Ukir Kulit, temuan ini dapat menjadi dasar dalam pengembangan lini produk Wacinwa secara lebih sistematis, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun pengemasan narasi budaya yang menyertainya. Kehadiran souvenir Wacinwa juga memperkuat identitas Ghriya Ukir Kulit sebagai produsen kriya wayang yang tidak hanya memproduksi wayang kulit klasik Jawa, tetapi juga mengembangkan warisan budaya hibrida yang merepresentasikan pertemuan budaya Jawa dan Tionghoa. Selain itu, karakter historis dan visual yang dimiliki Wacinwa membuka peluang bagi pengembangan pasar wisata budaya yang tidak hanya menawarkan produk kerajinan, tetapi juga pengalaman edukatif mengenai sejarah dan keberagaman budaya di Yogyakarta.

Bagi perajin, produksi souvenir Wacinwa memberikan peluang diversifikasi produk di tengah perubahan kebutuhan pasar yang semakin dinamis. Keberadaan produk ini memungkinkan perajin untuk mengembangkan keterampilan yang telah dimiliki tanpa harus meninggalkan teknik tradisional tatah sungging yang selama ini menjadi ciri khas kerajinan wayang kulit. Dengan tetap menggunakan material kulit perkamen, tangkai tanduk, serta teknik pewarnaan tradisional, proses produksi souvenir Wacinwa secara tidak langsung turut menjaga keberlangsungan pengetahuan dan keterampilan kriya yang diwariskan secara turun-temurun. Di sisi lain, produksi souvenir juga berpotensi menjadi sumber pendapatan tambahan yang dapat menopang keberlanjutan usaha perajin, terutama ketika permintaan terhadap wayang kulit pertunjukan mengalami fluktuasi.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini menunjukkan bahwa souvenir Wacinwa memiliki potensi untuk memperkaya ragam produk wisata budaya yang berasal dari Bantul. Kehadiran produk tersebut dapat memperkuat citra Bantul sebagai salah satu sentra kriya wayang yang tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga mampu beradaptasi dengan kebutuhan industri pariwisata kontemporer. Selain berfungsi sebagai cendera mata, souvenir Wacinwa juga berpotensi menjadi media

yang menghubungkan berbagai elemen ekosistem budaya, mulai dari museum sebagai ruang pelestarian artefak, sentra kriya sebagai ruang produksi budaya, hingga destinasi wisata sebagai ruang distribusi dan apresiasi budaya. Melalui hubungan tersebut, Wacinwa tidak hanya hadir sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai medium yang memperpanjang narasi sejarah dan kebudayaan kepada masyarakat yang lebih luas secara berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa komodifikasi budaya tidak selalu identik dengan degradasi nilai budaya. Temuan menunjukkan bahwa proses komodifikasi dapat berlangsung melalui mekanisme negosiasi yang memungkinkan unsur-unsur autentik tetap dipertahankan. Dalam kasus Wacinwa, adaptasi dilakukan pada aspek ukuran untuk memenuhi kebutuhan pasar, sedangkan material, teknik produksi, dan karakter visual tetap dipertahankan sebagai representasi identitas budaya. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi kajian komodifikasi budaya dengan menunjukkan bahwa hubungan antara tradisi dan pasar tidak selalu bersifat antagonistik, melainkan dapat menghasilkan bentuk adaptasi yang relatif seimbang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil dan ruang lingkup temuan yang diperoleh. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada satu lokasi, yaitu Ghriya Ukir Kulit Sagio, sehingga hasil penelitian lebih merepresentasikan kondisi dan praktik komodifikasi Wacinwa yang terjadi pada konteks tersebut dan belum dapat menggambarkan fenomena yang lebih luas. Kedua, sumber data utama penelitian berfokus pada pemilik usaha dan perajin yang terlibat dalam proses produksi, sehingga sudut pandang yang diperoleh lebih banyak berasal dari pihak produsen. Ketiga, penelitian ini belum melibatkan konsumen atau wisatawan sebagai informan secara langsung, sehingga pemahaman mengenai persepsi, pengalaman, dan motivasi pembelian souvenir Wacinwa masih diperoleh secara tidak langsung melalui pengamatan dan pengalaman yang disampaikan oleh pemilik usaha. Selain itu, penelitian ini tidak melakukan perbandingan dengan produsen Wacinwa lainnya karena keterbatasan akses dan minimnya informasi mengenai keberadaan produsen yang secara khusus memproduksi Wacinwa sebagai souvenir. Penelitian ini juga belum mengukur persepsi wisatawan secara sistematis terhadap aspek autentisitas, nilai budaya, maupun daya tarik visual produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu dipahami sebagai kajian yang berfokus pada proses komodifikasi Wacinwa dari perspektif produsen dalam konteks studi kasus tunggal.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian lanjutan masih memiliki peluang yang luas untuk mengembangkan kajian mengenai Wacinwa dalam berbagai perspektif. Penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada persepsi wisatawan terhadap autentisitas souvenir Wacinwa guna memahami bagaimana produk tersebut diterima dan dimaknai oleh konsumen sebagai representasi budaya. Kajian mengenai strategi pemasaran Wacinwa dalam industri pariwisata budaya Yogyakarta juga menarik dilakukan untuk melihat bagaimana narasi sejarah, identitas budaya, dan keunikan visual dimanfaatkan dalam membangun nilai jual produk. Selain itu, penelitian komparatif antara souvenir Wacinwa dan souvenir wayang klasik Jawa dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perbedaan strategi komodifikasi dan preferensi pasar terhadap kedua jenis produk tersebut. Dari perspektif ekonomi kreatif, penelitian lanjutan dapat diarahkan pada analisis kontribusi produksi Wacinwa terhadap keberlanjutan usaha kriya dan kesejahteraan perajin. Kajian mengenai jaringan distribusi, pasar kolektor, dan pola konsumsi Wacinwa di luar Yogyakarta juga berpotensi memperluas pemahaman mengenai peredaran produk budaya dalam konteks yang lebih luas. Di samping itu, penelitian mengenai peran souvenir sebagai media edukasi budaya juga penting dilakukan untuk melihat sejauh mana produk Wacinwa dapat berfungsi sebagai sarana pengenalan sejarah, identitas, dan keberagaman budaya kepada masyarakat maupun wisatawan. Dengan demikian, penelitian tentang Wacinwa tidak hanya berhenti pada persoalan komodifikasi budaya, tetapi juga dapat berkembang ke arah kajian pariwisata, ekonomi kreatif, pelestarian budaya, dan pendidikan budaya secara lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa (Wacinwa) sebagai produk souvenir di Ghriya Ukir Kulit Sagio berlangsung melalui proses adaptasi yang tetap mempertahankan identitas budaya. Transformasi dilakukan dengan mengubah ukuran figur dari sekitar 40 cm menjadi sekitar 17 cm (± 27 cm termasuk tangkai) sehingga lebih praktis sebagai produk wisata, sementara material kulit perkamen, tangkai berbahan tanduk, mekanisme persendian, serta teknik tatah sungging tradisional tetap dipertahankan. Selain mengalami perubahan visual, Wacinwa juga mengalami transformasi fungsi dari artefak budaya dan media pertunjukan menjadi benda dekoratif, koleksi, dan souvenir budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa proses komodifikasi tidak dilakukan melalui

perubahan menyeluruh terhadap objek budaya, melainkan melalui adaptasi selektif yang mempertahankan unsur-unsur utama sebagai penanda autentisitas sekaligus menyesuaikannya dengan kebutuhan pasar pariwisata.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan menunjukkan bahwa komodifikasi budaya tidak selalu berimplikasi pada degradasi nilai budaya, tetapi dapat menjadi ruang negosiasi antara pelestarian tradisi dan kebutuhan pasar melalui strategi adaptasi yang tetap mempertahankan material, teknik produksi, dan karakter visual warisan budaya. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi referensi bagi perajin, museum, dan pengelola pariwisata budaya dalam mengembangkan souvenir berbasis warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai edukatif. Penelitian ini terbatas pada studi kasus tunggal di Ghriya Ukir Kulit Sagio sehingga belum merepresentasikan praktik komodifikasi Wacinwa secara lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan mengkaji persepsi wisatawan terhadap autentisitas souvenir Wacinwa, efektivitasnya sebagai media edukasi budaya, serta strategi pengembangannya dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Sagio selaku pemilik (*owner*) Ghriya Ukir Kulit Sagio Wayang yang berlokasi di Dusun Gendeng, Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, atas kebaikan, kerja sama, bimbingan, serta izin akses data lapangan yang diberikan secara penuh selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh jajaran perajin di Ghriya Ukir Kulit Sagio yang telah meluangkan waktu dan membagikan pengetahuan serta pengalamannya berharga terkait proses pengerjaan tatah sungging Wacinwa, sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- [1] Z. Duan, S. Tan, and S. W. Choon, "Crafting a Place-Based Souvenir for Sustaining Cultural Heritage," *Heliyon*, vol. 9, 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e19308.
- [2] L. He and D. J. Timothy, "Tourists' Perceptions of Cultural and Creative Souvenir Products and Their Relationship with Place," *J. Tour. Cult. Chang.*, vol. 22, no. 2, pp. 143–163, 2024, doi: 10.1080/14766825.2023.2293287.
- [3] W. Chiengkul and P. Kumjorn, "Cultural Souvenir Attributes and Identity-Based Intentions in Heritage Tourism: Scale Development and Validation," *J. Qual. Assur. Hosp. & Tour.*, pp. 1–21, 2026, doi: 10.1080/1528008X.2026.2634775.
- [4] Y. Yang, M. Shafi, X. Song, and R. Yang, "Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries: A Case Study of Pakistani Handicraft Industry," *Sustainability*, vol. 10, no. 5, p. 1336, 2018, doi: 10.3390/su10051336.
- [5] W. J. Ariffin, S. Shahfiq, F. Ahmad, A. Ibrahim, and F. S. Ghazalli, "Handicraft Innovations: A Strategic Approach to Preserving Intangible Cultural Heritage of Malaysia," *ISVS e-Journal*, vol. 10, no. 7, pp. 137–146, 2023.
- [6] D. Ashton and K. Patel, "'People don't buy art, they buy artists': Robot artists – work, identity, and expertise," *Convergence*, vol. 30, no. 2, pp. 790–806, 2024, doi: 10.1177/13548565231220310.
- [7] A. Arumugam, S. Nakkeeran, and R. Subramaniam, "Exploring the Factors Influencing Heritage Tourism Development: A Model Development," *Sustainability*, vol. 15, no. 15, p. 11986, 2023, doi: 10.3390/su151511986.
- [8] E. Park, B.-K. Choi, and T. J. Lee, "The Role and Dimensions of Authenticity in Heritage Tourism," *Tour. Manag.*, vol. 74, pp. 99–109, 2019, doi: 10.1016/j.tourman.2019.03.001.
- [9] M. Zhang, X. Guo, X. Guo, and A. Jolibert, "Consumer Purchase Intention of Intangible Cultural Heritage Products (ICHP): Effects of Cultural Identity, Consumer Knowledge and Manufacture Type," *Asia Pacific J. Mark. Logist.*, vol. 35, no. 3, pp. 726–744, 2023, doi: 10.1108/APJML-11-2021-0831.
- [10] Soelarto B and I. Albiladiyah, *Yogyakarta Wayang Cina-Jawa*. DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN . DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, 1980.
- [11] H. B. Prasetya, "Khai So Bun Lena," Yogyakarta, 2021.
- [12] H. B. Prasetya, "The Head Iconography of the Chinese - Javanese Shadow Puppet (Wacinwa)

- Collection of the Sonobudoyo State Museum of Yogyakarta , Indonesia,” no. Iconarties 2019, pp. 308–313, 2020, doi: 10.5220/0008764003080313.
- [13] H. B. Prasetya, “Reconstruction of Chinese-Japanese shadow puppet Theatre,” 2014.
 - [14] F. Ferdiani, *Wayang Cina-Jawa: Sie Djin Koei Tjeng Tang*. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020.
 - [15] H. Kurniawan, N. Supriatna, A. Mulyana, and L. Yulifar, “Public History of Chinese-Japanese Harmony in Yogyakarta for History Learning with Diversity Insights,” vol. 33, no. 1, pp. 139–149, 2023.
 - [16] A. M. Irianto, “Komodifikasi Budaya di Era Ekonomi Global terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah,” *J. Theol.*, vol. 27, no. 1, pp. 212–236, 2016, doi: 10.21580/teo.2016.27.1.935.
 - [17] M. S. Ulum, “Kesenian Tradisional di Era Komodifikasi Budaya: Pergeseran Makna Magis-Religius dalam Kesenian Jaranan,” *Empirisma J. Pemikir. dan Kebud. Islam*, vol. 29, no. 2, pp. 87–102, 2020, doi: 10.30762/empirisma.v29i2.169.
 - [18] F. Saptodewo, “Kajian Karakter Wayang Jabang Tetuka melalui Metode Penelitian Artistik,” *J. Desain*, vol. 4, no. 03, pp. 184–197, 2017, doi: 10.30998/jurnaldesain.v4i03.1133.
 - [19] L. He and D. J. Timothy, “Souvenirs and place: suppliers’ perspectives,” *Curr. Issues Tour.*, vol. 27, no. 24, 2024, doi: 10.1080/13683500.2023.2277391.
 - [20] J. W. Creswell and C. N. Poth, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2016.
 - [21] R. K. Yin, *Case study research and applications: Design and methods*, 6th ed. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2018.
 - [22] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2023.
 - [23] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2018.
 - [24] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*, 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2014.
 - [25] J. Saldaña, *The coding manual for qualitative researchers*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2021.
 - [26] K. Patel, *Craft as a Creative Industry*, 1st ed. London: Routledge, 2024. doi: 10.4324/9781003301714.
 - [27] E. Cohen, “Authenticity and Commoditization in Tourism,” *Ann. Tour. Res.*, vol. 15, no. 3, pp. 371–386, 1988.
 - [28] A. Febriyanto, S. Riawanti, and B. Gunawan, “Mitos Rambut Gimbal: Identitas Budaya dan Komodifikasi di Dataran Tinggi Dieng,” *Umbara Indones. J. Anthropol.*, vol. 2, no. 1, 2017, doi: 10.24198/umbara.v2i1.15670.
 - [29] J. Larkin, ““All Museums Will Become Department Stores”: The Development and Implications of Retailing at Museums and Heritage Sites,” *Archaeol. Int.*, vol. 19, no. 1, pp. 109–121, 2016, doi: 10.5334/ai.1917.
 - [30] S. Toepler, “Caveat Venditor? Museum Merchandising, Nonprofit Commercialization, and the Case of the Metropolitan Museum in New York,” *Volunt. Int. J. Volunt. Nonprofit Organ.*, vol. 17, no. 2, pp. 99–113, 2006, doi: 10.1007/s11266-006-9012-6.
 - [31] D. Petrelli, M. T. Marshall, S. O’Brien, and others, “Tangible Data Souvenirs as a Bridge Between a Physical Museum Visit and Online Digital Experience,” *Pers. Ubiquitous Comput.*, vol. 21, no. 2, pp. 281–295, 2017, doi: 10.1007/s00779-016-0993-x.
 - [32] Y. Kang, Z. Zhang, M. Zhao, X. Yang, and X. Yang, “Tie Memories to E-souvenirs: Hybrid Tangible AR Souvenirs in the Museum,” in *Adjunct Proceedings of the 35th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology*, in UIST ’22 Adjunct. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2022. doi: 10.1145/3526114.3558722.
 - [33] I. Trabskaia, I. Shuliateva, R. Abushena, V. Gordin, and M. Dedova, “City Branding and Museum Souvenirs: Towards Improving the St. Petersburg City Brand: Do Museums Sell Souvenirs or Do Souvenirs Sell Museums?,” *J. Place Manag. Dev.*, vol. 12, no. 4, pp. 529–544, 2019, doi: 10.1108/JPMDD-06-2017-0049.

BIODATA PENULIS

Nama : Abimanyu Putra Pratama, S.Sn
Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 15 Desember 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Riwayat Pendidikan : S1 Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Mahasiswa S2 Program Pascasarjana, Pengkajian
Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia,
Yogyakarta
Instansi : -
Alamat : Mundon RT 06, Babadan, Kelurahan Bantul,
Kapanewon Bantul, Kab. Bantul, Daerah Istimewa
Yogyakarta
HP/WA : 081904272174
Email : abimanyusagio@gmail.com
Judul Artikel : Komodifikasi Wayang Kulit Cina Jawa Sebagai
Souvenir: Studi Kasus Ghriya Ukir Kulit Sagio

