

DINAMIKA PERKEMBANGAN SENI KARAWO GORONTALO

I Wayan Sudana

Program Studi Pendidikan Seni Rupa Jurusan Seni Rupa dan Desain
Fakultas Teknik Universitas Negeri Gorontalo
Email: iwayan@ung.ac.id

ABSTRAK

Seni Karawo merupakan seni ornamen tekstil tradisional yang unik dan berkembang dinamis. Dinamika perkembangan seni Karawo diduga terjadi melalui fase-fase tertentu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan mengungkap fase-fase perkembangan seni karawo serta faktor-faktor yang memengaruhi. Penelitian menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, telaah dokumen, dan studi pustaka. Data dianalisis secara interaktif melalui tahap reduksi data, display data serta pembahasan, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan, dinamika perkembangan seni karawo dengan berbagai faktor yang memengaruhi terjadi melalui lima fase, yaitu: 1) seni karawo sebagai aktivitas berkesenian dipengaruhi oleh daya kreativitas kreator, kebutuhan keindahan, dan sulam kristik; 2) seni karawo sebagai kegiatan adat dipengaruhi oleh kerumitan seni karawo, kehormatan keluarga dan legitimasi adat; 3) seni karawo sebagai komoditas dipengaruhi oleh keunikan dan keindahan seni karawo, desainer motif, dan kepentingan ekonomi; 4) seni karawo sebagai identitas budaya dipengaruhi oleh keunikan seni karawo dan rasa kesukuan; dan 5) seni karawo sebagai budaya massa (budaya populer) dipengaruhi oleh keunikan dan keindahan seni karawo, kebutuhan ekonomi, media massa, dan popularitas daerah.

Kata kunci: seni karawo, faktor internal dan eksternal, dinamika perkembangan.

ABSTRACT

Karawo Art is a unique and dynamic traditional textile ornament art. The dynamics of the development of Karawo's art are thought of occurred through certain phases and were influenced by various factors. This study aims to reveal the phases of the development of karawo art and the factors that influence it. The research uses qualitative methods. Data is collected through interviews, observation, document review, and literary study. The data are analyzed interactively through the stages of data reduction, data display and discussion, and drawing conclusions. The results show that the dynamics of karawo art development with the various influencing factors occurred through five phases, namely: 1) karawo art as an artistic activity is influenced by creator's creativity, the beauty needs, and cross stitching; 2) karawo arts as customary activities are influenced by the complexity of karawo art, family honor and customary legitimacy; 3) karawo art as a commodity is influenced by the uniqueness and beauty of karawo art, motives designer, and economic interests; 4) karawo art as a cultural identity is influenced by the uniqueness of karawo art and ethnicity; and 5) karawo art as a mass culture (popular culture) is influenced by the uniqueness and beauty of karawo art, economic needs, mass media, and regional popularity.

Keywords: karawo art, internal and external factors, development dynamics.

A. Pengantar

Karawo adalah sebuah teknik untuk membentuk ornamen pada tekstil, melalui proses pendesainan, pengirisan, dan pencabutan bagian tertentu serat tekstil untuk membuat bidang dasar, dan penyulaman kembali serat tekstil yang dicabut itu untuk membentuk motif-motif (Sudana, et.al., 2018: 1). Ornamen pada tekstil yang dibentuk dengan teknik karawo disebut seni ornamen karawo, namun penyebutannya sering disingkat dengan istilah "seni karawo" saja. Seni karawo tumbuh dan berkembang di Daerah Gorontalo, sehingga kerap disebut seni

karawo Gorontalo. Dengan penerapan teknik karawo bisa dibentuk beragam jenis ornamen pada tekstil dengan karakter yang unik dan estetik, sehingga memungkinkan seni karawo terus berkembang.

Khusus desainernya, keterampilan membuat seni karawo hanya dikuasai oleh kaum wanita yang diwariskan secara turun-temurun. Oleh karena itu, pekerjaan membuat seni karawo kerap dianggap sebagai simbol subordinasi kaum wanita Gorontalo (Niode, 2007: 162). Lebih dari 7.000 kaum wanita di Gorontalo bekerja memproduksi seni karawo untuk memenuhi kebutuhan keindahan masyarakat dan meningkatkan ekonomi keluarga (Domili, et al, 1996/

1997: 29). Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi seni karawo telah banyak berkontribusi bagi kehidupan masyarakat Gorontalo sehingga terus dikembangkan.

Seni karawo ditengerai muncul dari sekedar kreativitas dalam pemanfaatan waktu luang bagi kaum wanita di Gorontalo setelah mereka menjalankan tugas pokoknya dalam memenuhi kebutuhan primer. Meskipun demikian, kesenian ini kemudian mampu berkembang secara dinamis dari waktu ke waktu. Oleh karena itu dinyatakan, bahwa seni karawo adalah satu-satunya bidang kesenian di Gorontalo yang terselamatkan dan berkembang dinamis sampai hari ini di bawah basis sosial kaum wanita Niode (2007:162). Pernyataan ini menunjukkan bahwa seni karawo sebagai kesenian tradisional ternyata mampu berkembang secara dinamis dari masa ke masa.

Terjadinya dinamika perkembangan seni karawo dari masa ke masa diduga tidak berjalan linier atau alami, akan tetapi melalui fase-fase tertentu dan didukung berbagai faktor sebab-akibat yang saling memengaruhi. Berdasarkan dugaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dinamika perkembangan seni karawo dalam fase-fase tertentu beserta berbagai faktor yang memengaruhinya, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor dari dalam yang menjadi kekuatan seni karawo untuk dikembangkan. Faktor eksternal adalah faktor dari luar yang mempengaruhi seni karawo sehingga mengalami perubahan atau perkembangan, sebab sebuah kebudayaan termasuk kesenian tidak begitu saja mengalami perubahan tanpa adanya pengaruh faktor eksternal (Suparno 2009, 33). Penelitian ini urgen dilakukan karena keberadaan seni karawo selama ini hanya dimaknai sebagai komoditas untuk peningkatan ekonomi. Padahal, dinamika perkembangan seni karawo sebagai fenomena kesenian sangat penting dimaknai sebagai ilmu pengetahuan guna peningkatan apresiasi dan memperkaya diskursus kesenian tradisional Nusantara.

Penelitian menggunakan metode kualitatif karena data yang dibutuhkan tidak berupa angka-angka atau penjumlahan, tetapi tetapi data berupa pernyataan-pernyataan tentang nilai-nilai, kondisi, kategori, dan interaksi sosial, yang bersifat kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara mendalam (*depth interviews*), observasi terhadap aktivitas dan karya-karya seni karawo, telaah dokumen baik tulisan ataupun foto, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan secara interaktif dan perbandingan terus-menerus (perbandingan konstan) selama dan sesudah pengumpulan data, melalui proses reduksi (seleksi

data, pengkodean (*coding*) data, kategorisasi data), penyajian data serta pembahasan, dan penarikan kesimpulan (Huberman & Milles 2009, 592; Chamaz 2012, 4).

B. Dinamika Perkembangan Seni Karawo

Berdasarkan hasil penelitian terungkap, bahwa dinamika perkembangan seni karawo terjadi melalui beberapa fase dan didukung oleh berbagai faktor yang saling mempengaruhi. Fase-fase perkembangan seni karawo beserta berbagai faktor yang saling mempengaruhi itu dibahas lebih lanjut secara rinci sebagai berikut.

1. Seni Karawo Sebagai Aktivitas Berkesenian

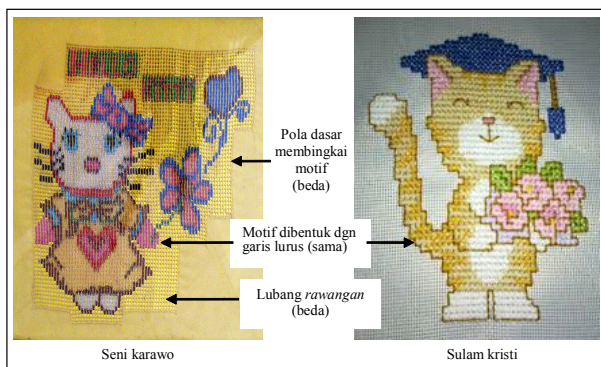
Keberadaan seni karawo sebagai kesenian tradisional bukanlah mula-mula diniatkan untuk kepentingan transaksional pasar komersial atau menjadi sebuah identitas budaya seperti yang dikenal sekarang. Seni karawo muncul dari kreativitas individu karena kebutuhan keindahan yang diartikulasikan dalam bentuk hiasan atau ornamen pada sapu tangan atau baju pribadi. Domili, et al. (1996/1997: 12-13) menyatakan, sulam kerawang (seni karawo) mulanya merupakan kegiatan pengisi waktu luang yang dilakukan para wanita, karena kaum wanita memerlukan hiasan (keindahan) untuk kain bajunya atau hiasan untuk sapu tangan yang pakainya. Pernyataan ini menunjukkan, bahwa seni karawo muncul karena dorongan untuk memenuhi kebutuhan keindahan yang bersifat pribadi.

Aktivitas pembuatan seni karawo awalnya hanya merupakan kegiatan sampingan sebagai pengisi waktu luang bagi kaum wanita, yang dilakukan setelah menyelesaikan pekerjaan pokok. Hal ini sangat wajar, karena seni karawo tidak tumbuh dan dilakoni oleh individu dari kalangan elit sekelas kaum bangsawan yang hidup dengan ekonomi berkecukupan. Berdasarkan hasil penelusuran, tidak ditemukan adanya indikasi atau jejak-jejak seni karawo dalam kehidupan kaum bangsawan Gorontalo, baik pada pakaian atau benda lainnya. Seni karawo muncul dari kalangan masyarakat miskin di pedesaan dari pemanfaatan sisa waktu dalam memenuhi kebutuhan primer untuk sekedar memenuhi kebutuhan psikis (keindahan). Kesenian (keindahan) bagi masyarakat miskin dianggap kebutuhan sekunder yang akan dipenuhi setelah terpenuhinya kebutuhan primer.

Seni karawo juga tidak tumbuh dari hasil adaptasi potensi sumber daya alam, seperti halnya

seni ukir yang tumbuh karena alam menyediakan kayu atau seni keramik muncul karena alam menyediakan tanah. Seni karawo muncul justru karena daya kreativitas individu dengan menginspirasi sulam kristik yang dibawa para wanita Belanda ketika mengikuti suaminya bertugas di Gorontalo pada masa pemerintahan kolonial. Hal ini terungkap dari penuturan budayawan Gorontalo, Farha Daulima (dalam Sumarauw, et al. 2010: 38-39), bahwa seni karawo berawal dari sulam kristik yang dibawa oleh wanita-wanita Belanda; kristik itu kemudian diikuti oleh wanita-wanita di daerah Tapa Gorontalo, dibuat pada sapu tangan dengan bahan kain-kain bekas, seratnya dipotong dengan sembilu, dan benang untuk membuat hiasan dipintal sendiri dari kapas; itulah asalnya seni karawo.

Hasil observasi menunjukkan, ternyata memang ada kemiripan antara bentuk seni karawo dengan sulam kristik, yakni motif-motif pada kedua tekstil tersebut dibentuk dengan garis-garis lurus yang bervariasi. Perbedaannya, pada seni karawo motif selalu dibingkai pola dasar serta ada lubang-lubang *rawang* akibat irisan dan cabutan serat tekstil yang diikat kembali, sedangkan pada sulam kristik ciri-ciri itu tidak ada. Lebih jelas persamaan dan perbedaan antara keduanya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Perbedaan dan persamaan seni karawo dengan sulam kristik (Sumber: Laylani Yahya, 2015; Foto: Sudana, 2015)

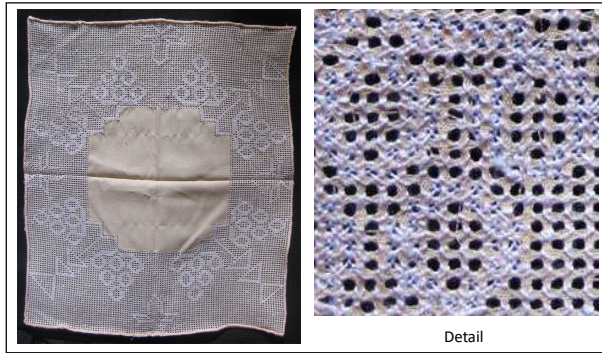
Motif-motif sulam kristik tidak bisa dibentuk secara langsung pada kain biasa karena kain biasa seratnya halus dan padat. Oleh karena itu, untuk membuat motif hias seperti pada motif sulam kristik pada kain biasa, maka sebagian serat kain tersebut harus diiris dan dicabut secara selang-seling agar tenunannya lebih jarang, baru kemudian bisa dibentuk

motif hias. Motif-motif ornamen pada tekstil yang terbentuk dengan cara seperti itulah kemudian disebut seni ornamen karawo atau seni karawo.

Informasi yang tidak bertentangan diungkapkan oleh Nihon Panigoro 67 th. “karawo ini dari kristik, dulu Tanto Nora bersama suaminya orang Barat, sering datang ke Gorontalo membawa buku-buku kristik, gambarnya seperti karawo tapi berbeda, lubangnya besar-besa, kasar kayak bordir. Itu yang diikuti dan dicoba-coba di Tapa sini pada *lenzo*, diperhalus, irisannya dikat biar kuat; lubangnya jadi kecil-kecil sehingga kelihatan bagus sekali” (wawancara, 9 April 2015). Informasi ini, selain menunjukkan asal mula seni Karawo dari sulam kristik dan produk pertamanya adalah *lenzo* (sapu tangan) untuk digunakan sendiri, juga menyiratkan bahwa seni Karawo halus yang dibuat oleh para wanita di Desa Huntu Kecamatan Tapa Gorontalo dengan cara mengikat irisan serat kain adalah jenis seni karawo ikat. Oleh karena itu, Domili, et al. (1996-1997: 12) meyakini, seni Karawo ikat merupakan jenis seni Karawo asli Gorontalo yang muncul pertama.

Seni Karawo ikat pada sapu tangan memang merupakan jenis Karawo paling awal di Gorontalo, seperti ungkapkan kolektor seni Karawo, Soeratinajo Botutihe 73 th. “dulu Karawo itu belum di baju tetapi hanya di sapu tangan, bentuknya sampai sekarang tidak berubah, kecuali bunga-bunganya (motifnya), Karawo ikat pada sapu tangan itulah Karawo yang paling lama kemudian baru berkembang di taplak meja. Dulu bukan untuk dijual tapi cuma dipakai sendiri saja” (Wawancara, 9 April 2015). Informasi ini juga menguatkan dugaan, bahwa munculnya seni Karawo pada mulanya memang sebagai kegiatan individu karena dorongan pemenuhan kebutuhan keindahan bagi kaum feminim di Gorontalo.

Jika diamati bentuknya, seni Karawo ikat pada sapu tangan memang tampak unik (*exotic*) dan rumit (*complex*). Motif-motif dibentuk dengan ikatan-ikatan benang saling mengait di dalam pola dasar yang berupa lubang-lubang simetris. Lubang-lubang pada pola dasar itu dihasilkan dari irisan dan cabutan benang serat kain secara proporsional dengan perbandingan tertentu, baik benang lusi (vertikal) maupun benang pakan (horizontal). Sementara itu, lubang-lubang yang tidak berisi motif diikat agar kuat dan rapi. Lubang-lubang itu sekaligus menjadi latar belakang agar motif-motif yang terbentuk tampak lebih menonjol. Jenis karawo inilah yang disebut seni karawo ikat, karena pembentukan motif-motifnya dilakukan dengan teknik ikatan. contohnya seperti gambar berikut.



Gambar 2. Seni karawo ikat pada sapu tangan (Sumber: Koleksi karawo Hadidjah S. Botutihe)

Keunikan dan keindahan karya seni Karawo tersebut mampu memenuhi kebutuhan keindahan bagi tiap individu pembuatnya. Keterampilan membuat seni Karawo pun kemudian diwariskan secara turun-temurun untuk mengartikulasikan ide-ide kreatif dan mengekspresikan nilai-nilai keindahan masyarakat Gorontalo. Oleh karena itu, seni Karawo dianggap sebagai simbol kreativitas dan ekspresi keindahan masyarakat Gorontalo yang berkembang bukan karena profit tetapi karena *sense of art* di dalamnya (Niode, 2007:162). Ini berarti, seni Karawo muncul dan dilestarikan di Gorontalo bukan mula-mula karena nilai ekonominya, tetapi karena nilai seni (kualitas estetik) yang terkandung di dalamnya mampu memenuhi hasrat keindahan masyarakat pendukungnya. Hal ini merupakan bukti, bahwa sebuah kesenian akan bertahan dan dilestarikan apabila kesenian bersangkutan mampu memenuhi hasrat keindahan para pendukungnya.

Dapat ditegaskan, bahwa seni Karawo muncul dari kreativitas pribadi yang didorong oleh hasrat untuk memenuhi kebutuhan keindahan. Ide kemunculan seni Karawo terinspirasi dari sulam kristik yang dibawa para wanita Belanda. Daya kreativitas kreator dan dorongan untuk memenuhi kebutuhan keindahan itu merupakan faktor internal yang mendukung munculnya seni Karawo, sedangkan kehadiran sulam kristik sebagai sumber inspirasi merupakan faktor eksternal yang menjadi pemicu kemunculannya. Munculnya seni karawo dengan keunikan dan proses pembuatannya yang rumit kemudian dimanfaatkan untuk mendukung keajaiban adat. Pembuatan seni karawo pun akhirnya dekat dengan kegiatan adat-istiadat Gorontalo.

2. Seni Karawo Sebagai Kegiatan Adat

Masyarakat Gorontalo dikenal sebagai masyarakat adat, sehingga Gorontalo termasuk salah satu dari 19 daerah adat di Indonesia. Di Gorontalo

terdapat berbagai macam kegiatan adat. Pada tahun 1985, sejumlah peneliti melakukan kajian terhadap adat daerah Gorontalo dan berhasil memetakan adat-istiadat Gorontalo menjadi empat aspek, yaitu: adat penyambutan, adat penobatan, adat perkawinan, dan adat pemakaman. Tata upacara adat-istiadat Gorontalo (*pohutu*) juga dipetakan menjadi empat, yakni *pohutu* hari-hari besar Islam, *pohutu* penobatan, *pohutu* perkawinan, dan *pohutu* kedukaan (Abdussamad, 1985: 35). Banyak kesenian tradisional Gorontalo yang terlibat langsung dalam kegiatan adat-istiadat tersebut.

Seni karawo bukanlah termasuk jenis kesenian tradisional yang terlibat langsung untuk mendukung pelaksanaan kegiatan adat-istiadat Gorontalo, namun seni karawo memiliki potensi untuk mendukung keajaiban adat. Salah satu potensi seni karawo dalam mendukung adat adalah kerumitannya dalam proses pengerjaan yang memerlukan ketekunan, kesabaran, ketelitian, dan waktu yang lama. Potensi inilah yang dimanfaatkan sebagai salah satu cara untuk membatasi pergaulan para gadis di luar rumah agar selalu dalam pengawasan orang tuanya. Cara pembatasan gadis seperti itu secara adat disebut pemingitan yang bertujuan menjaga kesucian (keperawanan) anak gadis sebelum menikah.

Dimanfaatkannya keterampilan membuat seni karawo sebagai salah satu sarana dalam memingit para gadis, akhirnya aktivitas pembuatan seni karawo juga dikenal sebagai bagian dari kegiatan adat. Domili, et al. (1996/1997: 27) menyatakan, semula kegiatan sulam kerawang (karawo) berkaitan dengan tradisi pemingitan anak gadis, ibu-ibu yang memiliki anak-anak gadis menanjak remaja, mengajarkan anaknya membuat sulam kerawang (*mokarawo*), setelah selesai mengerjakan pekerjaan di rumah; dengan kesibukan melakukan kegiatan ini, tanpa disadari waktu bergaul anak-anak gadis itu dengan lawan jenisnya semakin terbatas. Pernyataan tersebut menunjukkan, bahwa aktivitas pembuatan seni karawo lebih dimaknai sebagai sarana adat pemingitan para gadis.

Adat-istiadat masyarakat Gorontalo yang terkait dengan pemingitan gadis dan ditengarai mendukung eksistensi seni karawo adalah adat perkawinan. Salah satu rangkaian upacara dalam adat perkawinan adat Gorontalo disebut *turunani*. Upacara *turunani* diadakan di rumah pengantin pria bila gadis yang dinikahi masih suci (perawan), yang ditandai dengan adanya bercak darah dan lendir pada kain warna putih yang digunakan pengantin di malam pertama. Apabila tanda bercak merah itu tidak ada,

maka itu berarti gadis yang dinikahi sudah tidak suci (tidak perawan), sehingga upacara *turunani* tidak diadakan dan ditiadakannya upacara tersebut akan membuat malu kedua pihak keluarga, bahkan sampai keluarga besarnya (Abdussamad, 1985, 129).

Dalam konteks itu bisa dianalisis, meskipun keterampilan atau aktivitas membuat seni karawo dan produk seni karawo tidak dimanfaatkan secara langsung pada upacara adat *turunani*, akan tetapi antara kedua entitas tersebut ada hubungan yang saling menguntungkan. Di satu sisi, aktivitas membuat seni karawo bermanfaat dalam menjaga keajegan adat *turunani*, karena adat tersebut mensyaratkan pengantin wanita masih perawan yang dijaga melalui tradisi pemingitan, dan keterampilan seni karawo menjadi sarana pemingitan itu. Di sisi lain, keberadaan adat *turunani* berguna dalam melestarikan dan meningkatkan keterampilan membuat seni karawo, karena adanya adat *turunani* itulah para gadis dipingit dengan kesibukan membuat seni karawo.

Ketika aktivitas membuat seni karawo dimanfaatkan sebagai pendukung keajegan adat, maka kegiatan pembuatan seni karawo mengalami pembiakan fungsi, yaitu dari fungsi individu ke fungsi sosial secara bersamaan. Secara individu, aktivitas pembuatan seni karawo berfungsi sebagai media ekspresi seni untuk memenuhi kebutuhan keindahan, sedangkan secara sosial berfungsi sebagai sarana legitimasi sosial guna memperoleh kehormatan keluarga yang dikukuhkan oleh lembaga adat, khususnya adat perkawinan dalam rangkaian upacara adat *turunani*. Meskipun syarat upacara adat *turunani* itu kini telah memudar, namun pada masanya keberadaan adat tersebut sangat penting dalam menjaga kelestarian keterampilan membuat karawo di kalangan para wanita Gorontalo.

apat ditegaskan, bahwa kerumitan dalam proses pengerjaan seni karawo merupakan faktor internal yang mendorong faktor eksternal yaitu adat pemingitan gadis untuk memanfaatkannya sebagai sarana pemingitan. Keberadaan faktor eksternal tersebut berpengaruh dalam meningkatkan jumlah dan keahlian pekerja seni Karawo, karena keahlian membuat seni Karawo yang diperoleh saat menjalankan adat pemingitan, terus dilanjutkan setelah para gadis tersebut berumah-tangga (menikah), serta diwariskan secara turun-temurun pada anak-anak gadis berikutnya. Jumlah pekerja seni Karawo akhirnya kian bertambah dan keunikan serta keindahan produk-produk seni Karawo semakin dikenal dan diminati. Hal ini menimbulkan potensi dan peluang baru bagi seni Karawo ke arah kegiatan ekonomi komoditas.

3. Seni Karawo Sebagai Kegiatan Ekonomi Komoditas

Seni Karawo mulanya memang hanya sebagai ekspresi seni individu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan keindahan pribadi dan sebagai kegiatan adat untuk memperoleh legitimasi sosial, tanpa tujuan atau motivasi ekonomi. Namun dalam perkembangannya, nilai keindahan dan kekhasan seni Karawo yang didukung oleh jumlah pekerja semakin banyak akibat dari kegiatan membuat Karawo dimanfaatkan sebagai sarana adat pemingitan, disadari juga memiliki potensi sebagai kegiatan dan benda komoditas yang menjanjikan keuntungan ekonomi.

Potensi seni Karawo sebagai komoditas pertama-tama disadari oleh pedagang keturunan Cina yang bermukim di Gorontalo. Hal ini tersirat dari penuturan Nihon Panigoro 67 th., “tahun 1950an itu Karawo cuma di sapu tangan dan loper (taplak meja) dengan karawo ikat, tapi belum dijual, nanti tahun 1960an karawo baru dijual ke orang Cina, yang pertama kepada Chik Lian, kedua Chik Hok di toko Palapa untuk oleh-oleh dari Gorontalo” (Wawancara, 9 April 2016). Informasi ini mengindikasikan, bahwa sejak akhir tahun 1960an seni Karawo mulai menjadi produk komoditas yang diperdagangkan oleh orang Cina sebagai souvenir dari Gorontalo.

Meskipun seni Karawo telah menjadi benda komoditi, namun fungsinya masih terbatas sebagai ragam hias sapatangan dan benda-benda rumah tangga. Peluang seni Karawo sebagai ragam hias tekstil untuk bahan busana belum tergarap. Para pedang Cina kemudian mencari tukang gambar untuk mendesain motif-motif Karawo yang bisa diterapkan sebagai ragam hias busana. John Koraag, 54 th, desainer motif Karawo yang dicari itu, menuturkan sebagai berikut.

Saya membuat gambar motif-motif Karawo pertamanya ketika bertemu dengan pedagang Cina, namanya Chik Elymasa ... itu tahun 1977. Mungkin karena tahu saya bisa melukis, Chik Ely menyuruh saya membuat motif Karawo untuk baju, belum ada yang menggambar motif waktu itu. Saya contoh model motif di kain kristik, saya buat garis-garis di kertas seperti garis-garis kain kruistik itu Motif-motif yang saya gambar pertama kecil-kecil, diletakkan untuk hiasan pada bagian dada baju kemeja dan kebaya. Motif-motif itu dibuat sesuai yang diminta; ada motif kelapa, pala, dan cengkeh, karena akan di jual di Manado kata Chik Ely (wawancara, 5 April 2015).

Informasi ini menggambarkan, bahwa munculnya desainer motif Karawo dimotivasi oleh kepentingan pasar. Sumber ide desain (kelapa, pala, cengkeh) berasal dari pedagang (Chik Elymasa). Dalam konteks ini, desainer hanyalah menikmati kebebasan pada pengolahan bentuk-bentuk visual, sedangkan sumber idenya diperoleh dari informasi para pedagang yang diprediksi akan laku pasar. Ini adalah bukti seni Karawo diperlakukan sebagai komoditas. Komoditisasi seni Karawo memunculkan profesi baru yakni desainer motif Karawo, yang khusus mendesain motif-motif seni Karawo sebelum diwujudkan pada tekstil. Munculnya profesi desainer motif seni Karawo ini merupakan faktor internal yang sangat menentukan perkembangan seni Karawo selanjutnya. Terbukti, adanya desainer tersebut, motif-motif seni Karawo yang berkembang sekitar tahun 1980an makin bervariasi

Hasil observasi menunjukkan, ternyata tahun 1980-an motif-motif seni Karawo yang diterapkan pada busana telah berkembang dengan warna-warna bervariasi dan ukuran besar. Variasi warna ditampilkan dengan komposisi komplementer dalam pola semtris mengikuti bentuk baju. Variasi warna dan bentuk motif sangat mendominasi hampir memenuhi seluruh bagian depan baju. Motif-motif tersebut dibentuk dengan Karawo tisik.



Gambar 3. Model baju Karawo era 1980-an (Sumber: Koleksi Hadidjah S. Botutihe)

Meskipun motif-moti seni Karawo pada busana banyak dibentuk dengan teknik Karawo tisik, namun motif-motif seni Karawo pada sapu tangan atau lenan rumah tangga yang bentuk dengan teknik Karawo ikat juga tetap berkembang secara berdampingan. Hal ini menandakan adanya perubahan dan kontinuitas dalam perkembangan seni Karawo, sehingga produk seni Karawo makin bervariasi dan peluangnya untuk

menjangkau peminat atau pasar yang lebih ekstensif menjadi sangat terbuka, karena tersedia beragam produk yang menjadi pilihan konsumen.

Besarnya peluang produk-produk seni Karawo dalam menjangkau pasar memunculkan lembaga-lembaga pelindung (patrun) baru bagi seni Karawo yang memiliki kepentingan komersial, yaitu toko-toko penyalur produk seni karawo seperti Toko Palapa, Toko Matahari, Cahaya Kerawang, dan lain-lain. Lembaga-lembaga komersial tersebut, bukan menanggapi seni Karawo sebagai kenikmatan ekspresi keindahan berkesenian atau sarana keajaiban adat, akan tetapi sebagai produk-produk komoditas yang menjanjikan kenikmatan keuntungan ekonomi. Seni Karawo kemudian dikenal dan berkembang sebagai aktivitas ekonomi dan produknya dimaknai sebagai benda komoditas yang dimotori oleh lembaga-lembaga komersial.

Lembaga-lembaga komersial dalam prakteknya tidak hanya berperan menyalurkan produk seni Karawo dari perajin ke konsumen, tetapi juga menyerap informasi dari konsumen tentang kualitas dan corak produk seni Karawo yang diinginkan untuk disampaikan kepada pekerja seni Karawo. Informasi dari konsumen tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menggali sumber-sumber ide oleh desainer motif seni Karawo guna menciptakan bentuk-bentuk seni Karawo yang baru. Hal ini, di satu sisi memberi manfaat bagi pekerja seni Karawo karena hasil karyanya pasti diserap pasar, namun di sisi yang lain justru membatasi kebebasan kreativitasnya dalam menuangkan ide-ide baru yang bersifat pribadi. Fenomena ini terungkap dari penuturan John Koraag 54 th. sebagai berikut.

Saya sebenarnya punya ide-ide sendiri untuk membuat desain motif-motif Karawo baru yang gagah (bagus *pen.*) tapi saya simpan ... karena saya hidup dari menjual gambar-gambar motif Karawo kepada para pengusaha ... saya dahulukan buat sesuai permintaan mereka.... pernah ada juga isteri pejabat yang datang mengkritik motif-motif yang saya buat cuma itu-itu saja katanya, tapi setelah saya jelaskan masalahnya seperti itu tadi, beliau mengerti (wawancara 5 April 2015).

Informasi ini menggambarkan meskipun desainer memiliki ide-ide pribadi, tetapi karena faktor ekonomi akhirnya pengaruh pengusaha atau lembaga komersial sebagai faktor eksternal menjadi lebih kuat. Pengaruh tersebut tidak saja dalam mendistribusikan hasil karya, tetapi juga dalam menentukan nilai estetika

(motif dan warna) seni karawo bersama konsumen. Nilai estetik seni Karawo yang berkembang kemudian diukur secara komoditi, yaitu terserapnya produk-produk seni Karawo di pasar sesuai dengan selera konsumen. Fenomena ini mirip dengan pernyataan Walker (1989, 73), bahwa desain dan produksi ternyata memang sering ditentukan oleh konsumen.

Pemanfaatan seni Karawo sebagai komoditas juga didukung oleh lembaga pemerintah. Melalui proyek BIPIK, pemerintah melakukan berbagai upaya, yaitu: 1) pelatihan mendesain motif baru untuk seni karawo ikat; 2) program bantuan promosi dan pemasaran; 3) membantu mencari order dari perusahaan swasta dan instansi pemerintah; 4) merancang program pembinaan melalui sistem bapak angkat dari BUMN dan swasta; 5) program menumbuhkan rasa cinta pada seni karawo melalui kegiatan lomba, festival, dan acara serimonial kultural pada hari-hari besar (Departemen Perindustrian Kabupaten Gorontalo, 1993: 3). Data ini menunjukkan, bahwa keterlibatan pemerintah dalam pemanfaatan seni karawo sebagai komoditas juga sangat besar, mulai dari pembinaan para perajin, membantu modal kerja dan promosi, sampai berupaya mencari peluang pasar.

Pergeseran aktivitas pembuatan seni Karawo dari aktivitas berkesenian individu dan aktivitas adat ke aktivitas komoditas-ekonomi memunculkan kelompok-kelompok sosial antarpekerja seni Karawo, guna mempermudah melayani pesanan konsumen. Di dalam kelompok tersebut, mulai dilakukan pembagian kerja, yaitu sebagai pengiris atau pencabut serat tekstil dan sebagai penyulam atau pembuat motif. Curahan waktu untuk aktivitas membuat seni Karawo pun mengalami pergeseran, yaitu dari kerja sampingan menjadi pekerjaan pokok. Adanya sistem pembagian kerja dan curahan waktu secara penuh itu merupakan indikasi, bahwa aktivitas pembuatan seni Karawo sudah mengarah pada pola kerja industri dengan orientasi keuntungan ekonomi.

Dibentuknya kelompok-kelompok pekerja seni Karawo juga bertujuan untuk memudahkan mendapat akses dan bantuan, baik dari lembaga pemerintah maupun lembaga swasta atau BUMN. Bantuan-bantuan dari lembaga hanya dikucurkan pada kelompok, bukan kepada individu. Terbukti, setelah terbentuknya kelompok-kelompok perajin, sebuah perusahaan bernama PT. Tonasa Bhakti Sulawesi Utara Manado memberikan bantuan modal kerja dan bahan baku kepada 10 kelompok perajin dengan total Rp. 105.683.150, yang diberikan dengan sistem bapak angkat, yaitu pemberi modal mengambil 25% keuntungan dari unit usaha yang diberikan modal

(Departemen Perindustrian Kabupaten Gorontalo, 1993: 5). Data ini menunjukkan, bahwa lembaga pemberi modal sebagai faktor eksternal memandang seni Karawo sebagai komoditi prospektif yang menjanjikan keuntungan. Oleh karena itu, meskipun modal yang digulirkan diistilahkan dengan "bantuan", namun sejatinya adalah pinjaman dengan sistem bagi hasil (keuntungan).

Pemberian bantuan yang hanya ditujukan kepada kelompok (bukan individu) ternyata memiliki kelemahan dan dirasakan kurang adil. Seperti dikeluhkan oleh John Koraag 54 th. "Pemerintah kurang memperhatikan meskipun saya telah berkecimpung puluhan tahun di seni Karawo ini. Saya belum pernah mendapat bantuan, karena katanya saya tidak punya kelompok. Bantuan hanya dikasi kepada kelompok-kelompok itu saja. Saya harus membuat kelompok bagaimana, karena saya cuma sendiri yang membuat desain motif-motif Karawo ini" (wawancara, 5 April 2015).

Berdasarkan keluhan tersebut, nampaknya regulasi pemerintah dalam memberikan bantuan perlu dikaji ulang, karena memang sangat tidak adil bagi orang yang mengabdikan hidupnya pada kesenian tetapi luput dari perhatian (bantuan) pemerintah hanya karena tidak memiliki kelompok. Boleh jadi karena regulasi yang demikian itu, sehingga para seniman tua atau pekerja seni lainnya, meskipun telah mengabdikan seluruh hidupnya pada dunia kesenian, akan tetapi urung mendapat bantuan dari pemerintah hanya karena mereka tidak berkarya dalam sebuah kelompok. Selain itu, pemberian bantuan hanya pada kelompok juga sangat rawan terjadi manipulasi atau kelompok fiktif yang dibentuk hanya untuk mencairkan bantuan dari pemerintah.

Seni Karawo mengalami fase perkembangan dari aktivitas berkesenian dan aktivitas adat ke aktivitas ekonomi komoditas, yang diikuti perkembangan bentuk dari motif-motif geometris untuk benda rumah tangga bertambah dengan munculnya motif-motif tetumbuhan untuk ragam hias busana. Terjadinya perkembangan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mendukung adalah: keunikan dan keindahan seni Karawo yang diapresiasi pasar, munculnya desainer motif karawo, dan jumlah pekerja seni Karawo yang makin banyak. Faktor eksternal yang memengaruhi adalah: lembaga-lembaga komersial sebagai penyalur, BUMN sebagai pemberi modal, dan lembaga pemerintah yang membantu dalam pelatihan dan promosi. Dukungan dan pengaruh berbagai faktor tersebut menjadikan perlakuan terhadap seni Karawo sebagai komoditas

ekonomi sangat masif, sedangkan nilai seni yang menjadi esensinya larut dalam pusaran komoditas itu.

4. Seni Karawo Sebagai Simbol Identitas Budaya

Di tengah-tengah kemaruk wacana dan praktek-praktek seni Karawo sebagai komoditas ekonomi yang sangat masif, muncul juga keinginan dan upaya di kalangan masyarakat Gorontalo untuk mengangkat dan menjadikan seni Karawo sebagai simbol identitas budaya (*cultural identity*), yaitu sebuah identitas yang mencerminkan pengalaman historis dan kode budaya bersama yang dimiliki oleh orang-orang dengan sejarah dan keturunan yang sama (Hall 1990, 223).

Pada tataran wacana, upaya untuk mengangkat seni Karawo sebagai identitas budaya tampak dari adanya upaya dalam meluruskan istilah "karawo" dengan istilah "kerawang." Disebutkan dalam dokumen Dep. Perindustrian Kab. Gorontalo (1993: 3), bahwa istilah "kerawang" yang kerap digunakan masyarakat untuk mengganti istilah "karawo" telah menimbulkan salah pengertian, seolah-olah kesenian ini bukan dari Gorontalo. Oleh karena itu, dengan restu pemuka masyarakat dan pemuka adat, dibuat kesepakatan dengan pekerja seni Karawo yang tergabung dalam organisasi "Kerukunan Usaha Karawo Gorontalo", untuk menggunakan kata "karawo" kepada masyarakat Gorontalo dan ke seluruh Nusantara, agar setiap orang yang mendengar perkataan "Karawo" pasti berasal dari Gorontalo.

Pada ranah praktek, upaya untuk menjadikan seni karawo sebagai identitas budaya Gorontalo terindikasi dari munculnya motif-motif seni Karawo yang dikreasi dari simbol-simbol budaya lokal Gorontalo. Ikon atau simbol budaya lokal Gorontalo yang dikreasi menjadi motif karawo misalnya: rumah adat yang merupakan simbol kebesaran adat Gorontalo, *dulohpa* simbol musyawarah mufakat, dan *huyula* simbol budaya gotong-royong. Hasil dari upaya mengkreasi simbol-simbol budaya lokal Gorontalo itu melahirkan motif-motif karawo yang khas, antara lain: motif rumah adat Gorontalo, motif *dulohpa*, dan motif *huyula* (Usman, 2005: 3-10). Munculnya motif-motif lokal Gorontalo yang kaya dengan nilai adat bersifat simbolik itu bisa dimaknai sebagai upaya pencarian identitas, yang berpeluang untuk menjadikan seni Karawo sebagai identitas budaya suku Gorontalo. Dalam konteks ini, keberadaan seni Karawo tidak saja dimaknai sebagai komoditas yang diukur karena nilai ekonominya, akan tetapi juga sebagai simbol identitas budaya.

Upaya memperjuangkan seni Karawo sebagai identitas budaya suku Gorontalo memuncak ketika Gorontalo memisahkan diri dengan Sulawesi Utara dan menjadi provinsi baru, yang secara hukum diperkuat berdasarkan UU No. 38 tahun 2001 dan ditetapkan sebagai propinsi yang ke-32. Niode dan Elnino, (2003:63-65) menyatakan, munculnya niatan membentuk provinsi baru adalah karena rasa primordial, rasa kesukuan, serta rasa kekhawatiran akan hilangnya identitas kedaerahan; dengan menjadi provinsi sendiri, orang Gorontalo ingin mengembalikan legitimasi identitas kultural seperti kehormatan, kebanggaan, dan kepercayaan diri menuju kesetaraan dan kesederajatan suku bangsa. Pernyataan ini mengindikasikan, orang Gorontalo merasa hanya diberikan sedikit ruang untuk menunjukkan karya dan identitas seni budaya sukunya sebelum menjadi provinsi dan setelah menjadi provinsi mereka ingin mengangkat karya masyarakatnya sendiri sebagai simbol identitas budaya sukunya.

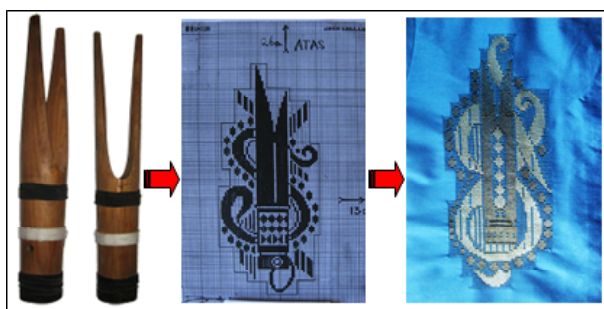
Di tengah kegairahan suasana meneriakkan identitas kesukuan itulah, seni Karawo yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat Gorontalo diperjuangkan menjadi simbol identitas budaya suku Gorontalo. Pada tataran birokrasi dan hukum, pemerintah mengajukan klaim terhadap metode pembentukan seni Karawo yang spesifik untuk dipatenkan. Tujuannya adalah menjadikan seni Karawo sebagai seni tradisonal khas Gorontalo (*Dokumen Paten Indonesia, Dirjen HKI, 18 Oktober 2005*). Ahimya, tanggal 18 Oktober 2005 seni karawo resmi meraih hak paten, dengan nomor paten: ID 0012784 yang dikeluarkan Dirjen HAKI, tanggal 20 Januari 2006, atas nama Gubernur Gorontalo Fadel Muhammad, (*Sertifikat Paten, Dokumen Disperindag Prov. Gorontalo, 2006*). Data ini menunjukkan besarnya peran pemerintah dalam mengokohkan seni karawo sebagai simbol identitas budaya Gorontalo.

Terbitnya hak paten untuk seni Karawo, yang berarti secara hukum (*de jure*) telah diakui bahwa seni Karawo sebagai kesenian khas Gorontalo, diharapkan segera menyudahi kebimbangan sebagian kecil masyarakat, terutama masyarakat dari luar daerah Gorontalo, yang kerap meragukan bahwa seolah-olah seni Karawo bukan dari Gorontalo, hanya karena pemasaran dan produksi seni Karawo banyak dilakukan di luar daerah Gorontalo. Hal itu disebabkan oleh diaspora orang-orang Gorontalo ke daerah lain yang turut serta membawa dan mempraktekkan tradisi seni Karawo di rantau, atau ahli seni karawo Gorontalo diminta untuk melatih penduduk suatu daerah

membuat seni Karawo, kemudian penduduk daerah tersebut mengembangkan sesuai budaya daerahnya.

Munculnya seni karawo sebagai simbol identitas dan kesenian khas Gorontalo mendapat dukungan luas dari masyarakat yang ditandai dengan makin populernya penggunaan produk-produk seni karawo, terutama di kalangan anak muda. Kolektor seni Karawo, Soeratinjo Botutihe, 73 th. menuturkan “Dulu anak-anak muda tidak ada yang suka memakai Karawo dan memang waktu itu kayaknya orang Gorontalo masih merasa rendah diri dan gengsi kalau memakai Karawo; hanya orang-orang tua yang memakai Karawo itu, tetapi sekarang Karawo sudah ada paten dari pemerintah, semua suka dan merasa bangga memakai baju Karawo” (Wawancara, 9 April 2015).

Pepularitas dan rasa bangga masyarakat Gorontalo terhadap seni Karawo sebagai simbol identitas suku Gorontalo menimbulkan optimisme yang makin kuat bagi para pekerja seni Karawo, karena profesi dan kreativitasnya merasa dihargai dan dibutuhkan. Adanya rasa optimisme yang makin kuat itu ternyata mampu memotivasi para pekerja seni Karawo untuk meningkatkan daya kreasinya. Akhirnya, tercipta produk-produk seni Karawo yang semakin bervariasi. Unsur-unsur budaya lokal Gorontalo pun makin inten dikreasi menjadi motif seni Karawo, seperti bentuk *pahangga*, ornamen Gorontalo, dan alat-alat musik tradisional. Salah satu contoh motif seni Karawo yang dikreasi dari alat musik tradisional Gorontalo yang disebut *polopalo* tampak seperti gambar berikut.



Gambar 4. Motif karawo dikreasi dari bentuk *polopalo*
(foto: Sudana, 2015)

Hadirnya motif-motif seni Karawo yang dikreasi dari ikon-ikon lokal itu, niscaya akan menambah kekhasan seni Karawo sehingga menguatkan citranya sebagai identitas budaya suku Gorontalo. Citra identitas ini juga kerap dijadikan daya

saing terhadap produk seni Karawo dalam meraih segmen pasar yang lebih luas.

Dapat ditegaskan, bahwa sejak Gorontalo menjadi provinsi seni Karawo mengalami fase perkembangan sebagai simbol identitas budaya suku Gorontalo. Perlakuan terhadap seni Karawo sebagai simbol identitas sangat menonjol karena bangkitnya rasa kesukuan orang-orang Gorontalo. Fase ini ditandai dengan munculnya motif-motif lokal khas Gorontalo, adanya pengakuan hukum atau hak paten (*de jure*) dan besarnya dukungan pemerintah dan seluruh masyarakat Gorontalo (*de facto*) pada seni Karawo sebagai kesenian khas Gorontalo. Hal ini dianggap sebagai realitas yang menempatkan seni Karawo sebagai simbol identitas budaya (*cultural identity*) suku Gorontalo, sekaligus sebagai salah satu kekuatan ekonomi. Adapun faktor internal yang mendukung adalah: daya kreativitas kreator yang makin peka dalam menggali ide-ide yang bersumber dari budaya lokal Gorontalo, kekhasan seni Karawo yang telah mengakar pada kehidupan masyarakat Gorontalo, keunggulan nilai seni Karawo makin meningkat dan bervariasi, jumlah pekerja makin banyak dan persebarannya makin luas. Faktor eksternal yang memengaruhi adalah: bangkitnya rasa kesukuan masyarakat Gorontalo, munculnya rasa bangga dan fanatisme dalam penggunaan tekstil Karawo, terbitnya hak paten untuk seni Karawo sebagai kesenian khas Gorontalo, dukungan lembaga pemerintah dan lembaga swasta yang semakin besar.

Seni Karawo Sebagai Budaya Massa

Eksistensi seni karawo sebagai identitas seni budaya Gorontalo dengan bentuk yang unik dan makin variatif serta potensi ekonomi yang dimiliki untuk pembangunan daerah sangat besar, menjadikan masyarakat dan pemerintah Gorontalo, termasuk perusahaan swasta atau BUMN yang ada di Gorontalo merasa memiliki kewajiban untuk mengembangkan dan memanfaatkan seni Karawo dalam berbagai kegiatan yang lebih masif. Salah satu kegiatan penting yang merepresentasikan gerakan masif dalam pengembangan dan promosi seni Karawo secara massal adalah penyelenggaraan Festival Karawo tahun 2011, yang dimotori pihak Kantor Bank Indonesia (KBI) Gorontalo.

Festival Seni Karawo dirancang dengan manajemen yang sangat profesional, diawali sosialisasi kepada seluruh elemen masyarakat seperti: Pemda provinsi dan kabupatæn/kota, BUMN/BUMD, semua instansi teknis (SKPD), akademisi, lembaga-lembaga pendidikan, kelompok-kelompok pekerja seni

Karawo, dan masyarakat umum. Sosialisasi itu dilakukan baik secara langsung maupun melalui media massa. Visi festival seni Karawo itu adalah "turut serta mewujudkan rakyat Gorontalo yang sejahtera melalui penguatan ekonomi dan pengembangan budaya daerah" (Bank Indonesia, 2011: 29).

Dilihat dari sasaran sosialisasi dan visi yang dibangun dalam festival tersebut bisa dianalisis dengan gamblang, bahwa muara dari even tersebut adalah nilai ekonomi dengan memanfaatkan dan membawa potensi seni Karawo untuk konsumsi dan apresiasi massa. Pengembangan seni budaya dengan orientasi ekonomi (profitabilitas) yang melibatkan konsumsi massa merupakan salah satu ciri dari budaya massa. Oleh karena itu, penyelenggaraan Festival Karawo itu bisa dimaknai sebagai wahana untuk menggiring atau merekayasa seni Karawo sebagai seni rakyat menjadi seni budaya massa, sebab salah satu konsep seni budaya massa adalah rekayasa budaya yang berorientasi dari perluasan kontinuitas pada seni rakyat (Dharsono, 2012: 145)

Kentalnya nuansa profitabilitas dan usaha menggiring seni Karawo ke dalam budaya massa atau budaya populer dalam konsep penyelenggaraan Festival Karawo itu juga terlihat dari misi dan tujuannya. Misi Festival Karawo 2011 antara lain, menjadikan event tersebut sebagai tradisi tahunan berupa pesta Karawo atau *liango lipu lo Karawo* (Bhs. Gorontalo) yang dikenal secara nasional dan menjadikan seni Karawo sebagai ikon Provinsi Gorontalo untuk memancing bergairahnya usaha-usaha mikro-kecil rakyat lainnya. Tujuan Festival Karawo adalah mendongrak pemberdayaan masyarakat, khususnya kaum wanita, untuk mengembangkan seni karawo karena memiliki nilai ekonomi tinggi dan menggugah kepedulian masyarakat Gorontalo menggunakan produk seni Karawo sebagai identitas budaya yang memiliki nilai seni tinggi (Bank Indonesia, 2011: 29).

Berdasarkan misi dan tujuannya itu tampak jelas, bahwa Festival Karawo bukan untuk pengembangan kualitas atau nilai keindahan seni Karawo, akan tetapi justru memanfaatkan nilai seni dan citra seni Karawo sebagai identitas untuk komoditas dan pondasi ekonomi kerakyatan (usaha mikro-kecil), dengan promosi dan konsumsi massa yang akan digerakkan melalui penyelenggaraan festival seni Karawo. Dengan demikian bisa diprediksi ukuran-ukuran keberhasilan festival itu, yaitu terserapnya produk-produk seni Karawo oleh masyarakat atau pasar yang seluas-luasnya. Hal ini identik dengan konsep budaya massa yaitu terterimanya produk-produk budaya secara ekstensif oleh pasar sehingga

produk budaya bersangkutan diproduksi secara massal.

Dilihat dari konsep dan rangkaian kegiatannya, Festival Karawo tidak hanya menampilkan parade busana yang difestivalkan, akan tetapi diintegrasikan dengan berbagai kegiatan lain. Misalnya, penganugrahan *Karawo Award* kepada pekerja seni Karawo, pameran foto Karawo, lomba pidato pengembangan Karawo tingkat SMA, lomba kreativitas produk Karawo, lomba busana Karawo, lomba desain motif Karawo, bazaar Karawo, hingga lomba mewarnai desain motif Karawo tingkat Taman Kanak-Kanak (Bank Indonesia, 2011: 30). Dari banyaknya kegiatan yang menggiring itu, tampaknya Festival Karawo memang dikonstruksi sedemikian massal layaknya infotainment, tujuannya agar seni Karawo muncul sebagai tren dengan basis massa makin luas.

Festival seni Karawo juga melibatkan dukungan media massa. Gorontalo Post yang merupakan koran paling populer di Gorontalo mendukung kegiatan tersebut, seperti diungkapkan oleh General Managernya M. Sirhan (*Gorontalo Post*, 2 Desember 2011), bahwa Gorontalo Post mendukung penuh festival seni Karawo melalui pemberitaan dengan berbagai topik terkait festival dan seni Karawo, termasuk pemberitaan tokoh-tokoh yang peduli seni Karawo dari masing-masing kabupaten/kota. Pelibatan media massa dengan pemberitaan yang masif tentang seni Karawo jelas dimaksudkan untuk membangun *brand image* untuk seni Karawo sebagai produk yang layak diapresiasi dan dikonsumsi.

Jika diukur dari terserapnya produk-produk seni Karawo oleh konsumen, ternyata Festival Karawo termasuk sukses. Hal ini diakui langsung oleh pengusaha produk seni Karawo, Harfa Hamid, 61 th. seperti berikut:

"kalo waktu festival karawo semua orang memakai Karawo, jadi banyak kain dan busana Karawo yang laku. Dari BNI, Mandiri, BRI, dan dinas-dinas semua ke sini untuk membeli Karawo, karena mereka diwajibkan ikut. Apalagi pada festival itu banyak juga kegiatan lain, ada mama mia Karawo, lomba menyanyi keluarga Karawo, lomba baju-baju Karawo. Jadi memang terasa sekali banyak Karawo saya yang laku. Bahkan, anak-anak muda yang dulunya tidak suka memakai Karawo karena dianggap Karawo itu hanya orang-orang tua, tapi pada festival itu banyak yang membeli Karawo, biar motif bagaimana *dorang mo* beli, mungkin karena disuruh

mewakili sekolah atau kampusnya itu” (wawancara, 17 Mei 2015)

Pengakuan tersebut menunjukkan, bahwa penyelenggaraan Festival Karawo ternyata memang mampu memobilisasi masyarakat dari berbagai kalangan umur, instansi pemerintah, pihak perbankan, dan lembaga pendidikan untuk mengapresiasi dan mengkonsumsi produk seni Karawo. Hal itu berdampak nyata bagi peningkatan kuantitas pemasaran produk-produk seni Karawo, setidaknya pada saat even festival itu. Tersirat juga dari pengakuan tersebut, bahwa konsumen yang membeli produk-produk seni Karawo bukan karena memang benar-benar suka, akan tetapi cenderung karena trend (populer). Semua orang pada waktu itu memakai Karawo secara massal dan tidak peduli bagaimanapun motif (nilai estetika) seni Karawo yang ditawarkan pasti dibelinya. Dalam konteks ini, jelas seni Karawo telah menjadi seni budaya massa atau seni budaya populer, yaitu budaya yang berasal dari rakyat yang diproduksi, didistribusikan, dan dipromosikan dalam skala massal (Smiers, 2009: 60-61).

Serangkaian festival seni Karawo juga diselenggarakan apa yang disebut *mama mia* Karawo, yaitu peragaan busana Karawo yang diikuti oleh para ibu-ibu pejabat pemerintah daerah. Bahkan, Wakil Gubernur Gorontalo, Idris Rahim yang dikenal sebagai birokrat disiplin, dengan rasa canggung bersedia berjalan di atas *catwalk* menjadi model dadakan memeragakan busana Karawo guna mempromosikan penggunaan seni Karawo (Hms/zam, 2012: 11). Rupanya keunikan dan nilai estetika seni Karawo belum cukup untuk menjadikannya komoditas yang digemari secara masif. Oleh karena itu, perlu dipaketkan figur atau ikon (wakil gubernur) sebagai “bintang” dalam promosi untuk mencitrakan bahwa Karawo juga dikonsumsi kaum elit. Hal ini sangat lazim dilakukan dalam estetika komoditas, karena dalam estetika komoditas yang dipaketkan tidak hanya produk yang dipromosikan tetapi juga figur bintang (Ibrahim, 2007: 163).

Sebagai budaya massa, ide-ide pembentukan seni Karawo akhirnya ditentukan pasar (konsumen) yang dijaring oleh para pengusaha, kemudian diserahkan dan diolah oleh pekerja seni Karawo. Hal ini terindikasi dari penuturan Harfa Hamid, 61 th. berikut.

“Produk saya yang banyak sekarang jilbab Karawo, karena jilbab banyak dicari, orang-orang di Gorontalo pada suka berjilbab, sementara Karawo di jilbab belum banyak.

Pertamanya saya jalan ke pasar-pasar ... ternyata jilbab di sana masih kain sifon, motifnya tetap kayak dulu-dulu, dan warnanya kurang cerah. Nah, ini kemudian saya ceritakan kepada desainer. Akhirnya kami memutuskan membuat jilbab seperti *bandana*, motifnya dibuat berbeda dengan toko-toko lain, dan warnanya cerah-cerah. Dan, ternyata banyak sekali yang suka. Jadi harus pintar-pintar melihat kebutuhan pasar yang lagi digemari” (wawancara, 17 Mei 2015).

Informasi ini menggambarkan, bahwa motif dan warna seni Karawo yang menjadi unsur estetikanya ternyata berangkat dari kebutuhan pasar. Artinya, sebagai budaya massa, nilai estetika seni Karawo berangkat dari pasar dan kembali ke pasar. Sementara itu, para pekerja seni Karawo hanya sebagai perantara yang ruang kreativitasnya didikte oleh kemauan trend pasar. Namun demikian, pasar tidak selalu menjerumuskan seni dan memandulkan kreativitas, akan tetapi pasar juga bisa memicu kreativitas dan memunculkan bentuk-bentuk kesenian baru.

Hasil observasi menunjukkan, ternyata karena kebutuhan pasar banyak muncul motif-motif seni Karawo populer, yaitu motif-motif yang diadaptasi dari simbol-simbol budaya populer, misalnya motif boneka, motif kartun, motif bentor (becak motir), dan sejenisnya. Motif-motif populer itu dibuat oleh para desainer muda yang kreatif. Contohnya seperti gambar berikut.



Gambar 5. Seni Karawo motif populer (foto: Sudana, 2017)

Kehadiran pasar dalam proses komoditisasi seni yang kerap dituduh sebagai penyebab merosotnya produk-produk kesenian tradisional sesungguhnya hanya berlaku bagi para pelaku kesenian yang bermalas “pasar”. Akan tetapi, bagi pelaku kesenian yang serius, pasar bisa menjadi ladang inspirasi yang sangat menantang keigrahan dalam berkreativitas atau berolah seni. Oleh karena itu, para pelaku kesenian tidak perlu anti dengan pasar. Keramaian pasar sama potensialnya dengan kesunyian lembah-

lembah dalam memanen ide-ide kreatif. Semua itu adalah pilihan bagi pelaku seni dalam menggali dan memberangkatkan ide-ide kreatifnya

Akhirnya dapat ditegaskan, bahwa seni karawo pada fase terakhir cenderung diperlakukan sebagai budaya massa yang digerakkan melalui penyelenggaraan festival seni karawo. Di situ seni karawo diproduksi, dipromosikan, dan dikonsumsi secara massal. faktor internal yang mendukung, selain jumlah dan keahlian pekerja yang telah ada sebelumnya, adalah: munculnya para desainer muda dengan ide-ide kreatif yang mengadaptasi simbol atau ikon budaya populer yang sedang tren sebagai objek desain motif karawo; keunikan dan keindahan bentuk seni karawo yang semakin beragam, sehingga peluang pasar semakin luas yang mendorong keinginan masyarakat untuk menjadi seni karawo sebagai pondasi ekonomi kerakyatan. Faktor eksternal yang mendukung selain pemerintah dan BUMN, adalah munculnya pengusaha karawo dari kalangan isteri pejabat yang memasarkan seni karawo di kalangan pejabat, peran masif media massa yang memproduksi wacana (berita) terkait keunggulan seni karawo dan disebarkan untuk memengaruhi publik, munculnya figur-figur publik (pejabat, artis, model) untuk mempromosikan seni karawo secara massal.

C. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan pembahasan dapat disimpulkan, bahwa dinamika perkembangan seni karawo dengan berbagai faktor yang mendukung dan memengaruhi terjadi melalui 5 fase yaitu: 1) seni karawo sebagai aktivitas berkesenian. Faktor internal yang mendukung adalah daya kreativitas dan dorongan untuk memenuhi kebutuhan keindahan, sedangkan faktor eksternal yang menjadi pemicu (inspirasi) adalah sulam kristik yang dibawa para wanita Belanda ketika ikut suaminya bertugas di Gorontalo; 2) seni karawo sebagai kegiatan adat. Faktor internal yang mendukung adalah kerumitan proses pengerjaan seni karawo serta keinginan mendapat kehormatan individu dan sosial (keluarga), sedangkan faktor eksternal memengaruhi adalah adanya dilegitimasi adat yaitu adat pemingitan gadis yang terkait dengan rangkaian upacara perkawinan adat *turunani*; 3) seni karawo sebagai kegiatan ekonomi komoditas. Faktor internal yang mendukung adalah: keunikan dan keindahan seni karawo yang diapresiasi pasar, munculnya desainer motif karawo, dan jumlah pekerja seni karawo yang makin banyak, sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi adalah: lembaga-lembaga komersial

sebagai penyalur, BUMN sebagai pemberi modal, dan lembaga pemerintah yang membantu dalam pelatihan dan promosi; 4) seni karawo sebagai simbol identitas budaya Gorontalo. Faktor internal yang mendukung adalah: daya kreativitas kreator yang makin peka dalam menggali ide-ide budaya lokal Gorontalo, kekhasan dan keindahan seni karawo yang telah mengakar pada kehidupan masyarakat Gorontalo, sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi adalah: bangkitnya rasa kesukuan masyarakat Gorontalo, terbitnya hak paten untuk seni karawo sebagai kesenian khas Gorontalo, munculnya rasa bangga dan fanatisme dalam penggunaan tekstil karawo, dukungan lembaga pemerintah dan lembaga swasta yang makin besar; 5) seni karawo sebagai budaya massa atau budaya populer. Faktor internal yang mendukung adalah munculnya para desainer muda yang kreatif, keunikan dan keindahan bentuk seni karawo yang semakin beragam, sedangkan faktor internal yang mendukung adalah: lembaga pemerintah, BUMN, lembaga swasta, media massa, dan figur-figur publik.

Terjadinya dinamikan perkembangan seni karawo dalam fase-fase yang berbeda itu tidak lepas dari keunikan dan keunggulan nilai keindahan (nilai estetik) dari seni karawo, yang diperlakukan (ditanggapi, dimaknai, difungsikan) secara berbeda-beda oleh masyarakat dalam fase-fase tertentu sesuai dengan tujuan dan kepentingannya. Berdasarkan fenomena tersebut dapat dinyatakan, bahwa keunikan dan keindahan bentuk sebuah kesenian, dalam hal ini seni karawo, adalah hulu dari munculnya perlakuan atau tanggapan yang berbeda-beda dari masyarakat sesuai kepentingannya pada tiap fase, dan interaksi dari keindahan bentuk dengan kepentingan masyarakat yang menanggapi pada tiap fase memungkinkan kesenian bersangkutan berkembang secara dinamis.

Kasus dinamika perkembangan seni karawo sebagai kesenian tradisional yang diselidiki ini membuktikan, bahwa kesenian tradisional dapat berkembang dengan dinamis dan para pekerja seni tradisional yang terlibat di dalamnya merupakan insan-insan kreatif yang sangat produktif dalam melahirkan ide-ide dan bentuk-bentuk baru. Kasus ini menepis anggapan masyarakat umum yang kerap mencitrakan seni-seni tradisional sebagai kesenian statis dengan perkembangan sangat lambat, yang memosisikan pekerja seni tradisional sebagai insan-insan kurang kreatif dan hanya mengulang-ulang bentuk-bentuk lama yang telah ada secara turun-temurun.

KEPUSTAKAAN

- Abdussamad, Kadir. *Empat Aspek Adat Daerah Gorontalo*. Gorontalo: Pemda Tingkat II Gorontalo Bekerja Sama Dengan FKIP Univ. Sam Ratulangi di Gorontalo, 1985.
- Bank Indonesia Kantor Gorontalo. "Pengembangan Kerajinan Sulaman Karawo." *Dokumen*, KBI Gorontalo, 2011.
- Chamaz, Kathy. "The Power and Potential of Grounded Theory." *A Journal of the BSA MedSoc Group* 6, No. 3: 1-15, 2012.
- Departemen Perindustrian Kabupaten Gorontalo. "Apa Itu Sulaman Karawo Gorontalo." *Dokumen*, Kandep Perindustrian Kabupaten Gorontalo, 1993.
- Dharsono. "Pencitraan Seni: Produk Kreatif Pada Lembaga Pendidikan Seni sebagai Modal/ Aset untuk Membangun "Brand Image." *Prosiding Seminar Nasional* Perguruan Tinggi Seni dalam Era Ekonomi Kreatif, Surakarta: ISI Press Bekerja Sama dengan Program Pascasarjana ISI Surakarta, 2012.
- Disperindag Provinsi Gorontalo. "Berkas Pengajuan Hak Paten Seni Karawo." *Dokumen* Kantor Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo, 2006.
- Domili, Burhanudin, Domili, Burhanudin, Maria E. Tangklisan, dan Agustinus Walukow.. *Kerajinan Sulaman Kerawang Masyarakat Sulawesi Utara*. Manado: Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya Sulawesi Utara, 1996/1997.
- Hall, Stuart. "Cultural Identity and Diaspora." Dalam *Identity : community, culture, difference*, diedit oleh Jonathan Rutherford, 222-237. London: Lawrence & Wishart, 1990.
- Hms/zam. "Promosikan Karawo Idris Berjalan Di Catwalk", *Gorontalo Post*, Senin 20 Februari 2012.
- Huberman, Michael A. dan Matthew B. Miles. "Manajemen Data dan Metode Analisis." Dalam *Handbook of Qualitative Research*, diedit oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. Terj. Darianto, Badrus S. Fata, Abi, J. Rinaldi, 591-609. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Niode, Alim S. dan Elnino. *Abad Besar Gorontalo*. Gorontalo: Presnas Publising, 2003.
- Niode, Alim S. *Gorontalo: Perubahan Nilai-Nilai Budaya dan Pranata Sosial*. Jakarta: PT Pustaka Indonesia Press, 2007.
- Smiers, Joost. *Arts Under Pressure*. Terj. Umi Haryati. Yogyakarta: Insist Press, 2009.
- Sudana, I Wayan, T. Slamet Suparno, Dharsono, Guntur. "Aesthetic Values of Ornaments in Karawo Textile in Gorontalo." *Arts and Design Studies*, Vol 68, 1-9, 2018.
- Sumarauw, Magdalena J., Salmin Djakaria, dan Lily E.N. Saud. *Keberadaan dan Fungsi Seni Karawo Pada Masyarakat Gorontalo*. Manado: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2010.
- Suparno, T. Slamet *Pakeliran Wayang Purwa Dari Ritus Sampai Pasar*. Surakarta: ISI Press Solo, 2009.
- Usman, Azhari. "Motif dan Warna Khas Gorontalo." *Dokumen* Disperindag Kab. Gorontalo, 2005.
- Walker, John A. *Design History and the History of Design*. London: Pluto Press, 1989.

Narasumber:

- Hadidjah Soeratinajo Botutihe, 73 th. : Kolektor Seni Karawo
- Harfa Hamid, 61 th. : Pengusaha karawo
- John Koraag, 54 th. : Desainer Karawo.
- Nihon Panigoro, 67 th. : Perajin seni karawo