

**“ATRAKSI BARONGSAI: DARI KLENTENG KE MALL”  
SEBUAH FENOMENA DESAKRALISASI SIMBOL  
RITUAL AGAMA\***

Amilda\*\*  
[amildasani@gmail.com](mailto:amildasani@gmail.com)

**Abstrak**

Dimana melihat ekspresi simbol-simbol agama di Indonesia? Maka jawabannya adalah Mall. Mall adalah ruang publik dimana setiap individu dapat mengaksesnya secara bebas dan memberi makna terhadap segala ekspresi yang muncul di ruang tersebut, salah satunya adalah diberikannya ruang untuk munculnya simbol-simbol keagamaan dengan tujuan yang sama yaitu komersialisasi dengan tujuan menarik keuntungan.

**PENDAHULUAN**

Keberadaan ritual dalam setiap kepercayaan menjadi satu hal yang sangat penting, karena ia menjadi media dalam mereproduksi kembali spirit religiusitas yang dimiliki oleh para penganutnya. Ritual sebagai suatu aktivitas keagamaan merupakan aktivitas simbolik yang sarat dengan makna, meminjam aksioma Geertz (1992), simbol adalah kunci dalam memahami kehidupan spiritual karena religion/agama dipandang sebagai sebab dari sesuatu sehingga ia bersifat independent, mempengaruhi kehidupan sosial, ekonomi, dan psikologi dari pemiliknya dan religiusitas tersebut hanya dapat dilihat melalui aktivitas keagamaan mereka. Tulisan ini akan membahas pergeseran ekspresi spirit keagamaan tersebut mengalami proses desakralisasi. Proses desakralisasi ini terjadi pada banyak ritual diberbagai agama dan kepercayaan, salah satunya terjadi pada ritual imlek, khususnya pada simbol Barongsai.

Fenomena Barongsai, menjadi fokus yang menarik karena keberadaannya tidak hanya dikaitkan dengan prosesi ritual imlek pada agama Kong Hu Cu/ Budha dan etnis Tionghoa, tetapi juga sangat diwarnai oleh konteks

---

\* Disampaikan pada “Forum Diskusi Dosen Fakultas Adab dan Humaniora UIN Raden Fatah, Palembang, 16 Mei 2018.

\*\* Dosen Antropologi Budaya, Fakultas Adab dan Humaniora UIN Raden Fatah Palembang

politik di Indonesia. Tulisan ini diharapkan dapat menjelaskan bahwa simbol dari ritual tidak hanya dipengaruhi oleh nilai dari ajaran agama atau kepercayaan saja namun juga dipengaruhi oleh banyak faktor yang berada di luar agama atau kepercayaan itu sendiri. Keberadaan Barongsai, umumnya, dikaitkan dengan atraksi kesenian yang dimiliki etnis Tionghoa, sehingga tulisan tentang Barongsai lebih banyak diulas dari aspek seni (Putro 2009). memfokuskan penelitiannya pada aspek seni pertunjukkan dari atraksi Barongsai pada masyarakat Tionghoa di Semarang. Aspek pertunjukan ini kemudian menjadikan Barongsai sebagai komoditas unggulan budaya bagi kepentingan pariwisata. Barongsai juga banyak dikaji sebagai simbol asimilasi budaya etnis Tionghoa dengan etnis asli Indonesia seperti dipaparkan oleh Shahab (2000). Perkembangan tradisi Barongsai di Jakarta juga tidak dapat dipisahkan dari kebijakan pemerintah Indonesia ketika melarang tradisi ini dilakukan karena dipandang akan membangun eksklusivitas masyarakat Tionghoa.

### **KOMODIFIKASI SIMBOL-SIMBOL AGAMA**

Durkheim (dalam Morris, 2003:140) membagi dunia menjadi profan dan sakral. Dunia yang sakral selalu dikaitkan dengan agama dan sistem kepercayaan, yaitu sesuatu yang terlarang, sedangkan profan berkaitan dengan segala hal yang bersifat keduniawian. Ketika “sakral” terkait dengan eksistensi manusia maka manusia tidak bisa lepas darinya, meminjam istilah Berger (1967) sebagai ‘The Sacred Canopy’, dimana di dalam agama menyediakan tatanan moral dan perlindungan spiritual kepada manusia dan masyarakatnya. Keberadaan eksistensi ini menjadikan manusia tidak dapat lari dan ‘keluar’ dari naungan canopy tersebut agar ia tidak masuk ke dalam dunia kegelapan, penuh dengan kekacauan, ataupun dunia yang penuh dengan kegilaan (Berger, 1969:134). *The sacred canopy* ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana suatu agama atau kepercayaan dipahami dan dipraktikkan, sehingga akan memunculkan beragam aturan-aturan bersama yang diyakini sebagai aturan yang suci (Berger, 1969:26).

Berdasarkan konsep tersebut maka agama telah memberikan pengaruh yang penting pada pribadi dan masyarakat modern dan agama pun tidak dapat

mengelak untuk berhadapan dan menerima pengaruh dari kepentingan keduniawian dari manusia dan masyarakat atau yang lebih dikenal dengan model dari sekulerisasi (Bryan Wilson, 1985). Pengaruh keduniawian ini, dikenal dengan teori *commodifications*. Berdasarkan teori komodifikasi tersebut, simbol dan ritual keagamaan didefinisikan kembali sebagai sebuah komoditas yang dipertukarkan di pasar spiritual, yang ditandai dengan terhubungnya pasar keagamaan tersebut melalui organisasi dan jaringan keagamaan yang ada dan berkembang. Menurut Strasser (2003), proses memasukkan simbol dan ritual agama ke dalam sistem pasar sejatinya bertentangan dengan nilai-nilai agama dan budaya dari pemiliknya, karena akan menempatkan kebudayaan dalam posisi yang sulit sehingga terjadi proses transformasi dari nilai normative menjadi bersifat material sebagai komoditas yang dijual di pasar dan berkaitan dengan kapital atau dikenal dengan istilah '*Religion for sale*' atau jual beli spiritual. Pada proses ini, kemudian memunculkan komersialisasi terhadap simbol dan ritual keagamaan. (Fealy & White, 2012:4). Di Barat, proses komodifikasi ini menjadikan agama kehilangan aura religiusitasnya hilang didominasi oleh kepentingan pasar atau mengalami proses sekulerisasi. Turner (2008) dan Weller (2008) menunjukkan hasil yang berbeda ketika komodifikasi agama terjadi di Asia. Ketika agama terkomodifikasi, agama tidak kehilangan kekuatan simbolisnya dimana agama masih mampu untuk tetap menempatkan dirinya sebagai suatu yang 'sakral dan suci', sehingga proses sekulerisasi tidak benar-benar berhasil.

### **SEKILAS TENTANG BARONGSAI**

Keberadaan Barongsai sangat identik dengan kehadiran etnis Tionghoa di Indonesia. Atraksi tari Barongsai akan muncul pada hari besar agama Budha terutama pada perayaan Imlek dan Cap Go Mek. Keberadaan Barongsai selalu dikaitkan dengan mitos yang dihubungkan dengan kekuatan dan kesaktian. Atraksi Barongsai memiliki makna religius sebagai penghubung manusia dengan alam gaib (supranatural). Ia merupakan bentuk tari ritual yang bersifat sakral, yaitu dilakukan pada waktu tertentu dan untuk tujuan tertentu pula. Barongsai

juga dipandang sebagai pembawa rezeki dan keselamatan (Ningsih, 2001). Sebelum melakukan atraksi Barongsai, para pemainnya harus melakukan serangkaian ritual yang ditujukan bagi si Barongsai itu sendiri maupun untuk para pemainnya. Barongsai yang akan digunakan diletakkan di atas altar yang telah disediakan sesajian berupa buah jeruk atau apel, dalam jumlah ganjil sebagai simbol kesejahteraan. Ritual ini bertujuan agar pertunjukan tersebut berjalan dengan lancar.

Para pemain Barongsai pun harus melaksanakan ritual dengan tujuan agar pada dewa datang menyaksikan atraksi mereka dan memberikan kekuatan dan keselamatan dalam melaksanakan atraksi. Sebelum atraksi dimulai, para pemain harus melakukan sembahyang, kemudian kertas mantra yang ditulis dengan 'darah' dari upacara 'potong lidah' pun ditempelkan pada kepala sang Barongsai oleh sang saman yang telah terlebih dahulu mengalami kerasukan roh leluhur (Malagina, 2010). Pentingnya peran atraksi Barongsai ini dalam ritual masyarakat Tionghoa, maka perkumpulan-perkumpulan Barongsai berada di bawah naungan klenteng.

## **RUANG PUBLIK DAN PROSES DESAKRALISASI**

Kehadiran Barongsai seolah hilang pasca dilarangnya atraksi ini dilarang oleh pemerintah Orde Baru karena dipandang akan menghambat proses asimilasi yang dicanangkan pemerintah melalui Inpres No. 14 Tahun 1967. Aturan tersebut juga mengatur pelarangan pembangunan, renovasi, ataupun mengembangkan klenteng, selain itu ada pula larangan untuk menghidupkan budaya yang dikembangkan oleh pemeluk agama To, termasuk atraksi Barongsai (Shahab, 2000). Barongsai hanya dimainkan secara sembunyi-sembunyi dikalangan tertentu masyarakat Tionghoa. Pasca 1998, ditandai dengan keluarnya Keppres No.6 Tahun 2000 yang memberikan ruang bagi berkembangnya agama dan budaya Tionghoa, maka atraksi Barongsai mulai kembali dipertunjukkan di ruang publik. Booming Barongsai sangat dirasakan oleh masyarakat Indonesia, atraksi Barongsai tidak hanya dapat disaksikan di Klenteng pada saat perayaan hari besar

agama masyarakat Tionghoa tetapi atraksi ini sangat mudah kita jumpai di sekitar kita.

Atraksi Barongsai tampil tidak hanya untuk kepentingan ritualitas keagamaan saja, Barongsai sudah menjadi seni pertunjukkan yang bersifat komersial. Religiusitas dari atraksi ini menjadi tidak tampak lagi digantikan dengan unsur utamanya yaitu menghibur penontonnya. Sejatinya, atraksi Barongsai ditampilkan di halaman atau lingkungan Klenteng dengan harapan para leluhur dan dewa bumi akan hadir menyaksikan atraksi tersebut. Kadangkala Barongsai dimainkan di luar wilayah Klenteng, misalnya pada upacara menempati rumah atau gedung baru, menyambut tamu agung, yang tujuannya meminta berkah dan mengusir roh jahat.

Ruang publik, dahulunya terlarang bagi atraksi Barongsai, menjadi arena yang terbuka lebar untuk mereka, seperti Mall, televisi, bahkan kegiatan yang berbau politik pun, Barongsai mulai ditampilkan. Atraksi Barongsai di ruang publik, menjadikan atraksi ini kehilangan simbol sakralnya, tidak ada lagi ritual penghormatan kepada dewa dengan melakukan sembahyang sebelum atraksi dimulai untuk memohon ijin dan kehadiran para dewa dan leluhur mereka. Atraksi di Mall, hanya bertujuan untuk menghibur, Barongsai hanya berfungsi untuk menghibur para penontonnya. Ia menjadi komoditas hiburan yang sangat menarik ketika masa perayaan Imlek tiba.

Ketika Barongsai menjadi bagian dari pertunjukan yang bertujuan untuk menghibur para penontonnya, maka ia telah masuk kepada pasar dunia hiburan, hukum ekonomi pun berlaku. Para pemain Barongsai harus selalu mengkreasikan penampilannya sehingga dipandang menarik agar mereka tidak ditinggalkan oleh para penggemarnya. Kompetisi di antara sesama kelompok atau perkumpulan Barongsai pun terjadi, semuanya berorientasi pada kepentingan komersial mereka akan tampil dan bermain sesuai dengan permintaan konsumen dengan imbalan tertentu. Komersialisasi atraksi Barongsai ini membuatnya kehilangan nilai sakral atau mengalami proses desakralisasi.

## **PENUTUP**

Sebagai sebuah simbol religius, atraksi Barongsai tidak dapat melepaskan dirinya dari pengaruh dan kepentingan di luar tujuan dan tuntutan keagamaan. Pengaruh dan kepentingan tersebut memberikan pengaruh yang sangat besar dalam mempertahankan makna religius dari eksistensi Barongsai. Konstruksi negara yang menjadikan Barongsai sebagai simbol kerukunan etnis di Indonesia menjadikan Barongsai menjadi milik publik, tidak hanya milik masyarakat Tionghoa saja. Ketika ia menjadi milik publik, Barongsai tidak dapat melepaskan diri dari kepentingan ekonomi, melalui komersialisasi dari simbol ritual tersebut. Kondisi ini menjadikan Barongsai mengalami proses desakralisasi, dimana makna dan fungsi religiusnya menjadi berkurang atau bahkan berlahan-lahan menjadi hilang digantikan dengan fungsi yang bersifat keduniawian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. Amin. 2010. "Religious Studies in Indonesia: Rethinking or Reinforced". Makalah pada Diskusi Publik "*Rethinking Religious Studies in Indonesia*". Diselenggarakan oleh Center for Religious and Cross-Culture Studies, UGM, Yogyakarta, 26 Juni.
- Berger, P.L. 1967. *The Sacred Canopy: Elements of a Sociology of Religion*. New York: Doubleday.
- Berger, P.L. 1967. *The Social Reality of Religion*. London: Faber and Faber.
- Fealy, Greg & Sally White. 2012. "Pendahuluan" dalam *Ustadz Seleb, Bisnis Moral, & Fatwa Online Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*. Greg Fealy & Sally White (ed.). Jakarta: Komunitas Bambu.
- Geertz, C. 1992. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Malagina, Agni. 2010. "Tarian Barongsai Nan Eksotis Dari Global Ke Lokal, Kembali Ke Global" dalam *Setelah Air Mata Kering Masyarakat Tionghoa*

- Pasca Peristiwa Mei 1998*. I. Wibowo & Thung Ju Lan (ed.). Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Morris, Brian. 2003. *Antropologi Agama Kritik Teori-teori Agama Kontemporer*. Yogyakarta: AK Group.
- Ningsih, Imelda. 2001. *Barongsai dan Masyarakat Etnis Cina di Kota Medan*. Skripsi tidak diterbitkan. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/14933> diakses 24 Mei 2012 jam 02:15.
- Putro, Bintang Hanggoro. 2009. "Fungsi dan Makna Kesenian Barongsai bagi Masyarakat Etnis Cina Semarang". *Harmonia Jurnal Pengetahuan dan Pemikiran Seni* Vol. 9. No. 1.
- Shahab, Yasmine Zaki. 2000. "Alih Fungsi Seni dalam Masyarakat Kompleks: Kasus Liang-Liong dan Barongsai" dalam *Antropologi Indonesia* No. 61. pp. 37-46.
- Strasser, S. (ed.), 2003. *Commodifying Everything: Relationship of the Market*. New York and London: Routledge.
- Turner, Bryan S. 2006. *Agama dan Teori Sosial Rangka-Pikir Sosiologi dalam Membaca Eksistensi Tuhan di antara Gelegar Ideologi-ideologi Kontemporer*. Cetakan II. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Turner, Bryan S. 2008. "New Spiritualities, The Media And Global Religion da Vinci Code and The Passion of Christ" dalam *Religious Commodifications in Asia Marketing Gods*. Pattana Kitiarsa. New York and Canada: Roudledge.
- Weller, Robert P. 2008. "Asia and The Global Economies of Charisma" dalam *Religious Commodifications in Asia Marketing Gods*. Pattana Kitiarsa. New York and Canada: Roudledge.
- Wilson, Bryan. 1966. *Religion in Secular Society*. Haemondsworth: Penguin.