

Industri Kreatif *Ulos* pada Masyarakat Pulau Samosir

Mangihut Siregar*

Universitas Udayana

Info Artikel

Sejarah artikel:

Dikirim 7 Mei 2016

Direvisi 22 Oktober 2016

Diterima 11 November 2016

Kata Kunci:

Industri

Budaya

Kreatif

Ulos

Batak

Abstrak

Ulos identik dengan Orang Batak, di mana ada Orang Batak di situ ada *ulos*. Segala upacara adat selalu menggunakan perlengkapan *ulos*. Karena keperluannya yang sangat penting sehingga mereka berusaha menenun untuk keperluan masing-masing. Dulu hampir semua Orang Batak dapat menenun *ulos*.

Masuknya modernisasi menggeser produksi *ulos* dari tenunan tangan (tradisional) ke tenunan mesin. *Ulos* menjadi industri budaya, di mana komoditi ini diproduksi secara massal dan kegunaannya untuk dijual. Hasil tenunan mesin semakin kreatif dan lebih murah sehingga tradisi menenun secara tradisional semakin hilang.

Produksi *ulos* yang dilakukan secara massal berimplikasi terhadap banyaknya *ulos* di pasaran dan menyebabkannya bukan lagi barang langka atau sakral. Dari segi pembuatannya memang tidak ada upacara khusus untuk menenun *ulos*, namun karena kegunaannya untuk keperluan ritual adat sehingga menjadikan benda ini menjadi benda sakral.

Banyaknya *ulos* di pasaran menjadikan suatu peluang bagi Orang Batak untuk *mengkreasikan ulos* sebagai industri kreatif. Fungsi komoditi *ulos* semakin berkembang yang awalnya dimaknai sebagai penghangat badan lalu menjadi industri budaya. Dari industri budaya lalu dikembangkan menjadi industri kreatif. Hal ini mereka lakukan untuk menambah pendapatan dari segi ekonomi.

© 2017 Komunitas Studi Kultural Indonesia. Diterbitkan oleh An1mage. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Ulos sangat identik dengan Suku Batak, di mana ada Orang Batak di situ ada *ulos*. *Ulos* menjadi sarana adat dalam *dalihan na tolu* yang mengikat hubungan kekerabatannya. Hampir semua upacara adat-istiadat yang terdapat pada Suku Batak harus mempergunakan *ulos* sehingga wujud adat-istiadatnya ditunjukkan dalam *ulos*.

Secara harfiah *ulos* mempunyai arti selimut atau kain yang dapat diselimutkan untuk menghangatkan badan. Kehangatan pada struktur kekerabatan (*dalihan na tolu*) di daerah asal sangat penting sebab di daerah mereka mempunyai suhu yang sangat dingin.

Kehangatan yang diperoleh melalui *ulos* diyakini dapat menghangatkan jiwa. Kehangatan jiwa akan diperoleh setelah pihak yang lebih tinggi strukturnya dalam *dalihan na tolu* memberi *ulos* kepada seseorang [1].

Menurut pemahaman Orang Batak, sumber kehangatan (panas) terdiri dari tiga unsur atau elemen, yaitu matahari sebagai sumber kehangatan dalam kehidupan manusia dengan alam semesta.

Api, yaitu sumber kehangatan dalam kehidupan tubuh jasmani; dan *ulos* sebagai sumber kehangatan dalam hubungan spiritual kekerabatan Batak yaitu *dalihan na tolu*. *Ulos* selalu dimunculkan dalam acara adat budaya dengan penuh makna [2].

2. Lokasi Pembahasan

Lokasi pembahasan ini berada di Pulau Samosir Kabupaten Samosir. Masyarakat masih mempertahankan produksi *ulos* sampai saat ini untuk keperluan upacara adat dan juga cinderamata bagi wisatawan.

Wisatawan banyak yang berkunjung karena Pulau Samosir merupakan destinasi wisata bagi Provinsi Sumatera Utara khususnya dan Indonesia umumnya. Para pengrajin mendapat keuntungan dari wisatawan melalui penjualan hasil kerajinan yang mereka jual.

Pada awalnya *ulos* dibuat hanya untuk keperluan sendiri, sehingga hampir setiap keluarga dapat menenun *ulos*. Dengan bahan yang ada di sekitarnya yaitu kapas atau benang rami, *ulos* ditunen dengan alat yang sangat sederhana yang digerakkan dengan kedua tangan dan kaki.

Proses pembuatan *ulos* tidak mempunyai upacara khusus, tetapi karena kegunaannya yang bersifat sakral sehingga cara

* Peneliti koresponden: Universitas Udayana. Kampus Bukit Jimbaran, Badung-Bali 80361
 Mobile: +628568094162| E-mail: msiregar22@yahoo.com

pembuatannya terikat dengan tatacara yang sudah ditentukan.

Untuk menghasilkan selembar *ulos* dapat memerlukan waktu berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan tergantung kesulitan *ulos* yang akan ditenun. Pekerjaan menenun memerlukan kesabaran, ketekunan, citra rasa seni, bahkan rasa pengabdian.

Pertama-tama benang dikeraskan memakai alat sejenis lem/perekat dengan menggunakan alat yang dinamakan *unggas* dan *pengunggasan*. Setelah selesai *diunggas*, kemudian benang dikeringkan lalu digulung. Proses selanjutnya adalah bertenun dalam bahasa daerah disebut *martonun*, yaitu dengan cara memasukkan benang ke dalam alat tenun yang terbuat dari kayu.

Adapun jenis alat tenun yang digunakan: *hasoli* yaitu gulungan benang pada sebatang lidi sepanjang kira-kira 30 cm; *turak* yaitu alat untuk memasukkan benang dari celah-celah benang yang ditenun. Alat ini terbuat dari bambu kecil menyerupai seruling yang ke dalamnya dimasukkan *hasoli*.

Hatudungan yaitu alat untuk mengendorkan tenunan agar *turak* bisa dimasukkan; *baliga* yaitu alat untuk merapatkan benang yang telah dimasukkan dengan cara menekan sampai beberapa kali, terbuat dari batang pohon enau yang telah dihaluskan;

Pamungung, yaitu alat yang berbentuk busur panah, pada sisi kanan dan kiri terdapat tali untuk ditarik-tarik saat menenun. Bagian-bagian dari alat tenun itu merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisah-pisahkan selama proses menenun [3].

Selembar *ulos* membutuhkan ribuan benang dengan aneka warna yang nantinya masing-masing benang telah digulung dalam *hasoli*. *Hasoli-hasoli* itu kemudian masuk ke dalam *turak* kemudian *turak* keluar masuk di antara benang-benang yang sudah direntangkan sebagai bakal *ulos*.

Begitu terus-menerus proses mengerjakan *ulos* hingga rentangan benang-benang itu sedikit demi sedikit berubah menjadi selembar kain. Selama masa bertenun tubuh si penenun terikat dengan peralatan tenun, sehingga tidak dapat bergerak dengan leluasa. Biasanya alat-alat tenun itu akan dilepaskan kalau si penenun hendak istirahat atau mau melakukan pekerjaan yang lain.

Ketekunan seorang penenun menentukan lama-tidaknya sebuah *ulos* selesai dibuat. Di bawah ini merupakan sekilas gambaran proses membuat *ulos*.



Citra 1. Proses membuat bahan berwarna *ulos* dari tumbuh-tumbuhan
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client, diunduh, 28 April 2016>)



Citra 2. Benang dicelup untuk membuat warna bahan *ulos*
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client, diunduh, 28 April 2016>)



Citra 3. Penenun sedang menenun *ulos* di halaman rumah secara gotong royong
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client, diunduh, 28 April 2016>)

3. Potensi Sosial Budaya Masyarakat Pulau Samosir

Ulos sebagai penghangat badan fungsinya hampir sama dengan selimut. Fungsi *ulos* sebagai penghangat diganti oleh baju produksi mesin. Pada siang hari Suku Batak sudah menggunakan baju yang terbuat dari tekstil dan pada malam hari dengan selimut.

Pergantian ini terjadi akibat globalisasi. Seperti yang dikatakan Piliang [4], proses globalisasi yang merambah

segala aspek kehidupan sehingga unsur budaya antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya semakin mirip secara kultural.

Walaupun fungsi *ulos* sebagai penghangat digantikan oleh produksi modernisasi (baju dan selimut), *ulos* tidaklah secara otomatis hilang. Perkembangan selanjutnya fungsi *ulos* bertambah selain sebagai penghangat, *ulos* juga berfungsi sebagai wujud kasih sayang atau hadiah dari pihak *hula-hula* kepada pihak *boru* yang diekspresikan dalam setiap aktivitas ritual di Adat Batak.

Kebutuhan akan *ulos* bagi Suku Batak dari hari ke hari semakin bertambah hal ini disebabkan segala ritual adat-istiadat umumnya memerlukan sarana *ulos*.

Melihat peluang ini, kapitalis memanfaatkan unsur budaya ini menjadi suatu industri yaitu industri *ulos*. Pembuatan *ulos* tidak perlu lagi menggunakan waktu yang lama, bahkan dalam satu hari mesin penenun dapat memproduksi ratusan *ulos*.

Industri budaya seperti yang diutarakan Adorno yaitu kebudayaan yang diproduksi berdasarkan prinsip-prinsip dasar industri dan komoditi, untuk membedakannya dengan budaya massa, yang lebih bermakna umum.

Lebih jauh menurut Adorno, industri budaya adalah kebudayaan massa yang diatur dan dikendalikan oleh sekelompok elit dari atas. Dengan demikian, industri budaya merupakan budaya massa dalam pengertian khusus dan sifatnya dikendalikan dari atas [4].

Produksi *ulos* dalam perkembangannya sesuai dengan keinginan kapitalis. Warna *ulos* yang awalnya hanya tiga macam yaitu merah, hitam, dan putih [2], pada masa sekarang warnanya sudah bervariasi sesuai dengan ciptaan kapitalis.

Seperti yang dikatakan Adorno, industri budaya secara sengaja memadukan para konsumennya dari atas. Konsumen bukanlah raja, sebagaimana yang diyakinkan oleh industri budaya, konsumen bukan subjek melainkan sebagai objek [5].

Ulos yang awalnya merupakan budaya di mana individu mempunyai kebebasan dan kreativitas individu, berubah menjadi industri budaya.

Dalam industri budaya seperti yang diutarakan Adorno, bahwa teknologi pada gilirannya mendorong kecenderungan untuk lebih memperlakukan manusia sebagai sarana atau menjadi suatu komoditas daripada sebagai tujuan [6]. Masyarakat yang menggunakan *ulos* menjadi suatu pasar yang menggiurkan bagi kaum kapitalis.

Model, ukuran dan warna-warni *ulos* sudah banyak variasinya. Proses pembuatannya semakin cepat karena dikerjakan dengan menggunakan mesin. Masyarakat menerima produksi yang dihasilkan oleh mesin karena massa tidak berdaya mempertahankan ideologinya.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Adorno bahwa produk-produk kapitalis mendorong terjadinya konformitas dan kesepahaman yang menjamin adanya kepatuhan pada pihak yang berwenang maupun stabilitas sistem kapitalis [7]. Model, warna, ukuran dan lain-lain menjadi haknya kapitalis, hal ini dapat kita lihat seperti di bawah ini:



Citra 4. *Ulos* diproduksi dengan menggunakan mesin
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client>, diunduh, 28 April 2016)



Citra 5. *Ulos* hasil produksi mesin
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client>, diunduh, 28 April 2016)

4. Industri Kreatif dalam Bentuk Ulos

Setelah *ulos* diproduksi secara massal, komoditi ini menjadi suatu industri kreatif. Fungsi *ulos* yang awalnya sebagai penghangat, lalu berkembang menjadi hadiah pemberian dari pihak *hula-hula* ke pihak *boru*, kemudian menjadi suatu industri kreatif yang mempunyai banyak fungsi. Kreasi baru dari *ulos* berupa baju, tas, sepatu, dan lain-lain.

Produksi *ulos* menjadi *komodifikasi* di mana fungsi utama dari *ulos* adalah penghangat yang diberikan pihak yang lebih tinggi ke pihak yang lebih rendah (pihak *hula-hula* ke pihak *boru*). Perkembangan selanjutnya, *Ulos* bukan hanya lambang kasih sayang melainkan menjadi komoditi.

Komoditi seperti yang dikatakan Piliang [4] adalah segala sesuatu yang diproduksi yang ditukar dengan yang lain biasanya dengan uang. Pertukaran itu dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak.

Komoditi mempunyai hubungan yang sangat dekat dengan *komodifikasi*. Produksi yang dikelola melalui proses pertukaran adalah komoditi. Komoditi diproduksi bukan hanya untuk keperluan produsen sendiri tetapi tujuan utamanya adalah untuk dijual di pasar. Dengan demikian komoditi lebih bermakna sebagai nilai tukar daripada nilai guna [8].

Komoditi adalah objek sedangkan *komodifikasi* merupakan proses dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global. *Komodifikasi* merupakan proses transformasi dari hubungan yang awalnya bukan untuk dijual (komoditas) tetapi menjadi hal yang sifatnya komersil.

Dalam kapitalisme, segala hasil produksi merupakan komoditi yaitu untuk dijual di pasar dengan maksud mendapatkan keuntungan. Produksi dilakukan bukan untuk mencari nilai guna melainkan mencari nilai lebih melalui nilai tukar. Menurut Adorno [9], menjadikan objek-objek menjadi sesuatu yang memiliki nilai tukar merupakan satu bentuk nyata pencerahan palsu kapitalisme.

Pengertian komoditas dalam wilayah ekonomi kapitalis mempunyai arti yang sangat luas. Seperti yang dikatakan Fairclough [10], komoditas bukan hanya barang nyata tetapi juga termasuk barang yang tidak teraba: kursus pendidikan, liburan, asuransi kesehatan, dan masalah pemakaman.

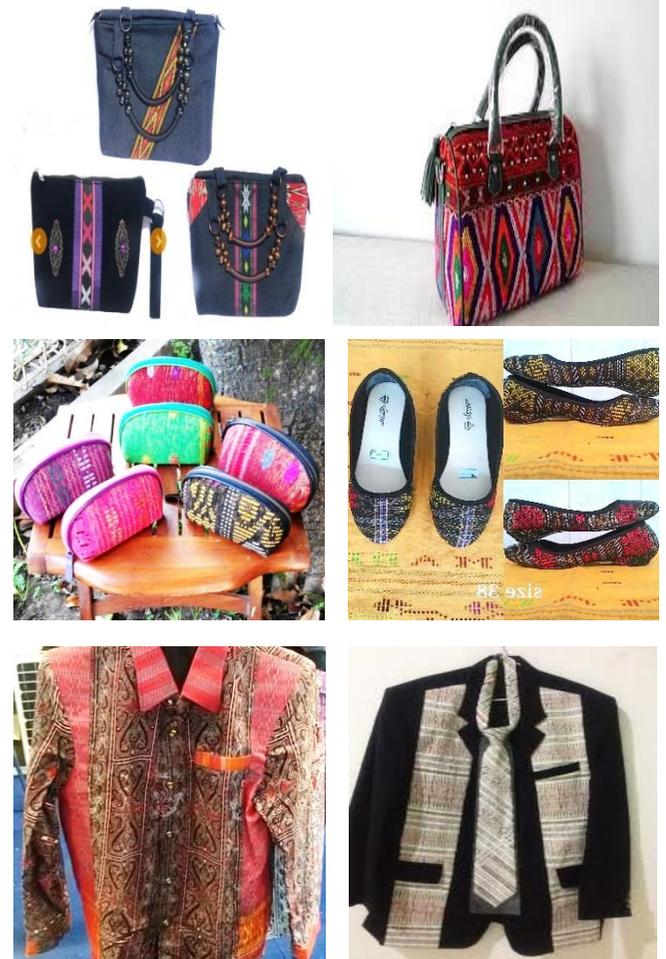
Pada masa sekarang segala sesuatu yang mendatangkan keuntungan sudah diperjualbelikan untuk umum dalam bentuk kemasan. *Komodifikasi* merupakan proses di mana domain-domain dan institusi-institusi sosial bukan hanya memerhatikan produksi komoditas yang akan dijual, tetapi juga memerhatikan dari segi produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas.

Lebih lanjut dikatakan Fairclough, negara mempunyai andil yang sangat besar dalam hal *komodifikasi*. Negara meningkatkan campur tangannya berkaitan dengan peredaran, kontrol inflasi, pembatasan akan upah dan kapasitas serikat kerja untuk mengambil tindakan industrial, dan sebagainya.

Komodifikasi sudah berlangsung dalam segala aspek kehidupan baik dalam ekonomi, sosial, agama, dan budaya. Menurut Barker [11], dalam *komodifikasi* budaya, industri budaya mengubah orang dan makna menjadi komoditas yang berguna dan mendapatkan keuntungan.

Semakin meluasnya proses *komodifikasi* Budaya Barat, sehingga hampir tidak ada lagi model budaya otentik atau budaya yang luhur yang tidak *terkomodifikasi*.

Di bawah ini beberapa contoh industri kreatif yang bersumber dari komoditi *ulos*:



Citra 6. Perlengkapan yang terbuat dari bahan *ulos*
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client>, diunduh, 28 April 2016)



Citra 7. Hiasan dinding yang terbuat dari bahan *ulos*
(Sumber: <https://www.google.com/search?q=gambar+ulos+tenunan&client>, diunduh, 28 April 2016)

Peluang dan Tantangan Industri *Ulos*

Industri kreatif sangat penting untuk mendukung kesejahteraan masyarakat. Industri kreatif timbul melalui pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki setiap orang untuk menciptakan lapangan baru dan dapat menciptakan kesejahteraan masyarakatnya.

Berkaitan dengan peningkatan ekonomi, masyarakat Pulau Samosir mempunyai kreatifitas dalam *ulos*. Pada masa sekarang *ulos* menjadi suatu industri budaya. Komoditi ini diproduksi secara massal oleh kaum kapitalis dengan menggunakan tehnologi mesin.

Mudahnya memproduksi *ulos* melalui mesin tenun dimanfaatkan masyarakat untuk menciptakan kreasi-kreasi baru yang sumbernya dari bahan *ulos*. Kreasi baru menghasilkan tas, baju, sepatu, hiasan, dan lain-lain yang bahan dasarnya dari *ulos*.

Ulos yang sudah identik dengan Suku Batak berimplikasi terhadap turunan komoditi yang bersumber dari bahan *ulos*. Kreatifitas masyarakat di Pulau Samosir menciptakan komoditi baru dari bahan *ulos* diminati Suku Batak dan juga orang lain yang berkunjung ke Pulau Samosir.

Selain mempunyai peluang, industri ini juga mempunyai beberapa tantangan: (1). Keterpinggiran para penenun *ulos* tradisional. Mereka kalah bersaing dengan kaum kapitalis baik dari segi harga, kualitas dan juga waktu yang digunakan memproduksi *ulos*.

Ulos yang diproduksi mesin lebih variatif dan lebih murah daripada hasil tenunan tangan sehingga masyarakat memilih *ulos* produksi mesin; (2). Hilangnya nilai kesakralan *ulos*. Komoditi ini sudah diproduksi secara massal sama dengan kain lainnya sehingga nilai kesakralan yang ada dalam *ulos* sudah hilang; (3). Terjadinya pergeseran makna *ulos*.

Pada awalnya Suku Batak memaknai *ulos* sebagai penghangat yang diberikan *hula-hula* kepada pihak *boru* (posisi yang lebih tinggi kepada yang lebih rendah) namun dalam industri kreatif fungsi itu sudah bergeser bukan lagi hanya keperluan ritual adat.

5. Konklusi

Ulos merupakan benda yang sangat identik dengan Suku Batak, di mana ada Orang Batak di situ ada *ulos*. Segala upacara adat selalu mempergunakan sarana *ulos* sebagai simbol cinta kasih dari pihak yang lebih tinggi ke pihak yang lebih rendah (pihak *hula-hula* ke pihak *boru*). Fungsi *ulos* yang begitu penting dalam ritual adat sehingga hampir seluruh Orang Batak dapat menenun *ulos*.

Pada awalnya *ulos* ditenun secara manual tradisional sehingga proses pembuatannya sangat lama sampai menghabiskan waktu berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan. Masuknya modernisasi mengubah proses pembuatan *ulos* dengan tangan menjadi mempergunakan mesin, sehingga *ulos* menjadi industri budaya.

Dalam satu hari, satu mesin tenun dapat memproduksi puluhan bahkan ratusan helai *ulos*. Selain produksinya cepat, produksi mesin tenun lebih variatif dan lebih murah dari

hasil tenun tangan sehingga masyarakat lebih memilih produksi mesin.

Komoditi *ulos* yang diproduksi secara massal mengakibatkan komoditi ini menjadi industri budaya. *Ulos* bukan lagi barang langka atau sakral tetapi sudah hampir sama dengan kain biasa. Namun demikian *ulos* tetap bertahan bahkan fungsinya semakin bertambah dari fungsi awalnya.

Fungsi awal sebagai upacara adat namun pada saat sekarang *ulos* juga menjadi industri kreatif. Masyarakat menciptakan kreasi-kreasi baru yang sumbernya bahan *ulos*. Adanya industri kreatif melalui *ulos* secara langsung menambah pendapatan masyarakat.

Selain menambah pendapatan, terjadinya industri budaya dan industri kreatif melalui *ulos*, berimplikasi keterpinggiran penenun tradisional; hilangnya nilai kesakralan *ulos*; dan terjadinya pergeseran makna *ulos*.

Referensi

- [1] Sinaga, Richard. 2012. *Perkawinan Adat Dalihan na Tolu*. Jakarta: Dian Utama.
- [2] Sitompul, R.H.P. 2009. *Ulos Batak: Tempo Dulu – Masa Kini*. Jakarta: Kerukunan Masyarakat Batak.
- [3] Sitanggang, Hilderia, 1990. *Isi dan kelengkapan rumah tangga tradisional menurut tujuan, fungsi dan kegunaan suku bangsa Batak Toba, Daerah Tapanuli Utara, Sumatera Utara*. Jakarta: Direktorat Sejarah Dan Nilai Tradisional.
- [4] Piliang, Yasraf Amin. 2011. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- [5] Adorno, T. 1991. *The Culture Industry*. London: Routledge.
- [6] Peoples, Columba. 2013. “Theodor Adorno” dalam: Edkins, Jenny – Nick Vaughan Williams (ed). *Teori-Teori Kritis: Menantang Pandangan Utama Studi Politik Internasional*. (Teguh Wahyu Utomo, Pentj.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [7] Strinati, Dominic. 2016. *Popular Culture*. (Abdul Mukhid, Pentj.). Yogyakarta: Narasi-Pustaka Promethea.
- [8] Soedjatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta: Jalasutra.
- [9] Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika: Gaya, Kode dan Matinya Makna*. Matahari: Bandung.
- [10] Fairclough, Norman. 2003. *Language and Power: Relasi Bahasa, Kekuasaan dan Ideologi*. (Indah Rohmani-Komunitas Ambarawa Pentj.). Gresik: Boyan Publishing.
- [11] Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya*. (Hendar Putranto Pentj.). Yogyakarta: Kanisius.