JKKB: Jurnal Kajian Komunikasi Budaya Volume 02 Nomor 02 (2025)

JURNAL KAJIAN KOMUNIKASI BUDAYA
(JOURNAL OF CULTURAL COMMUNICATION STUDIES)
Journal Homepage: https://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/JKKB

SAKRALITAS DAN KOMODIFIKASI BANTEN: NEGOSIASI MAKNA ANTARA KOMUNITAS HINDU DAN PERAJIN NON-HINDU DI BALI

Ni Kadek Wiwik Triana Dewi [a,1]

[a] Universitas Mahendradatta
[1] Corresponding Author, email: wiwiktriana466@gmail.com (Dewi)

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 16-09-2025
Revised: 25-09-2025
Accepted: 19-10-2025
Published: 30-10-2025

Keywords:
Banten, Sacredness, Commodification, Cross-Religious Relations, Cultural Sustainability

ABSTRACT

Amid the growing influence of modernization and tourism in Bali, banten, the ritual offerings central to Balinese Hindu devotion, have begun to move beyond their traditional sacred function and enter the realm of everyday economic exchange. This transformation creates a delicate tension between spiritual meaning and material value, inviting renewed attention to the ways in which sacredness is understood and reshaped in contemporary cultural life. This study explores how the meaning of banten is negotiated and reinterpreted within the social encounters that bring Hindu communities and non-Hindu artisans into close collaboration. Using a qualitative approach grounded in cultural discourse analysis and anthropological literature, the research shows that commodification does not necessarily diminish spiritual significance. Instead, it can become a living space where spiritual values are reaffirmed through flexible and relational forms of practice. The participation of non-Hindu artisans reveals their role not only as producers of ritual goods but also as cultural partners who help sustain the rhythms of Hindu ritual life. The findings highlight that sacredness is not a fixed attribute but a dynamic process shaped through ongoing interactions among spiritual intention, economic activity, and the social identities of those involved. This study offers a human-centered perspective on ritual commodification, interreligious cooperation, and cultural resilience, providing new insights into how sacred meaning continues to evolve in the changing landscape of contemporary Bali.

PENDAHULUAN

Banten adalah salah satu unsur paling penting dalam praktik keagamaan Hindu Bali. Tersusun dari bunga, dupa, makanan, janur, kain, dan berbagai simbol material lainnya, banten menjadi medium yang menghubungkan manusia dengan tatanan kosmologis dan nilai-nilai spiritual masyarakat Bali. Dalam bentuknya yang sederhana maupun kompleks, banten hadir sebagai wujud hubungan manusia dengan alam, leluhur, dan kekuatan transenden. Kehadiran banten sejak kelahiran hingga kematian menunjukkan bahwa ia bukan sekadar objek persembahan, tetapi juga bagian dari ritme kehidupan yang membentuk identitas religius dan budaya orang Bali. Ketika Bali memasuki era modernisasi dan menjadi pusat pariwisata internasional, cara masyarakat memproduksi dan menggunakan banten mengalami perubahan signifikan. Banten kini tidak hanya dibuat untuk kepentingan domestik atau ritual adat, tetapi juga beredar dalam pasar modern dan industri pariwisata. Banten hadir di toko-toko, pasar tradisional, hingga pusat kerajinan untuk memenuhi kebutuhan ritual yang semakin beragam.

Dalam situasi ini, nilai sakral banten tetap dihormati, namun keberadaannya juga bersentuhan dengan logika ekonomi yang menuntut efisiensi, ketersediaan, dan respon terhadap permintaan pasar. Perubahan ini menghadirkan ruang baru bagi interaksi antara sakralitas dan ekonomi dalam kehidupan masyarakat.

Perkembangan tersebut semakin kompleks karena proses pembuatan banten kini melibatkan banyak pihak dari berbagai latar belakang sosial dan keagamaan. Jika dahulu banten dibuat terutama oleh anggota keluarga atau pemangku adat, kini pedagang, pengusaha kecil, dan perajin non-Hindu juga berperan dalam proses penyediaan bahan maupun pembuatan banten. Kehadiran mereka menghadirkan bentuk kerja sama baru yang sebelumnya jarang terlihat dalam praktik ritual. Interaksi ini mengundang pertanyaan mendalam tentang bagaimana kesakralan banten dipahami, dijaga, atau bahkan diolah kembali ketika dihasilkan melalui tangan yang berada di luar komunitas agama yang melaksanakan ritual tersebut.

Kajian mengenai ritual dan komodifikasi selama ini memperlihatkan beragam pandangan. Sebagian peneliti mengkhawatirkan bahwa ketika objek sakral memasuki ruang pasar, makna religiusnya akan tergerus oleh nilai tukar dan kebutuhan konsumsi. Namun ada pula pandangan yang menekankan bahwa praktik religius sesungguhnya bersifat lentur dan mampu beradaptasi dengan perubahan sosial tanpa kehilangan inti spiritualnya. Pemikiran ini memberi ruang bagi kemungkinan bahwa komodifikasi justru dapat membuka jalan baru bagi regenerasi makna dan memperkuat relevansi ritual dalam kehidupan masyarakat (Appadurai, 1986; Geertz, 1973). Kedua perspektif ini memperkaya pemahaman tentang hubungan antara sakralitas dan praktik ekonomi dalam konteks Bali. Dalam kehidupan masyarakat Bali yang kaya akan simbol, identitas budaya, dan struktur sosial religius, perubahan dalam produksi dan konsumsi banten memiliki dampak yang jauh melampaui pertukaran ekonomi. Banten tidak hanya dipandang sebagai benda ritual, tetapi juga sebagai simbol harmoni, keindahan, dan pengetahuan lokal. Oleh karena itu, masuknya aktor non-Hindu ke dalam proses pembuatan banten tidak hanya menyentuh soal legitimasi sakralitas, tetapi juga membuka ruang percakapan baru mengenai toleransi, kepercayaan, dan perjumpaan antarbudaya. Situasi ini menghadirkan peluang bagi terbentuknya hubungan sosial yang lebih inklusif sekaligus menguji sejauh mana nilai-nilai sakral dapat bertahan dalam arus perubahan.

Berangkat dari dinamika tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana makna sakral banten dirundingkan dan direkonstruksi dalam interaksi antara komunitas Hindu dan perajin non-Hindu. Pendekatan kualitatif melalui analisis wacana budaya digunakan untuk menggali bagaimana makna-makna tersebut dibentuk, dipahami, dan dinegosiasikan dalam praktik sehari-hari. Tujuan penelitian ini adalah memperlihatkan bahwa sakralitas bukan sesuatu yang tetap, melainkan hasil dari proses sosial yang berlangsung terus-menerus. Dengan memahami proses ini, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam diskusi tentang hubungan antara agama, ekonomi, dan keberlanjutan budaya di Bali pada masa kini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil interaksi, interpretasi, dan negosiasi makna antaraktor. Pendekatan ini dipilih karena fenomena komodifikasi banten melibatkan pengalaman subjektif, relasi lintas keyakinan, serta proses pembentukan makna yang tidak dapat direduksi menjadi data kuantitatif (Creswell, 2013). Melalui kerangka konstruktivis, penelitian ini berupaya memahami bagaimana sakralitas banten direproduksi, dinegosiasikan, atau ditafsirkan ulang oleh komunitas Hindu dan perajin non-Hindu dalam konteks sosial Bali kontemporer.

Desain penelitian yang digunakan adalah etnografi interpretatif, yang berakar pada tradisi antropologi interpretatif seperti yang dikembangkan Geertz (1973). Desain ini memungkinkan peneliti menggali sistem makna yang hidup dalam praktik budaya, khususnya cara individu dan kelompok memahami pembuatan, penggunaan, dan peredaran banten dalam kehidupan sehari-hari. Etnografi interpretatif dipilih karena mampu menangkap kedalaman pengalaman, simbol,

dan jaringan makna yang menghubungkan sakralitas dengan aktivitas ekonomi.

Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi artefak budaya. Observasi dilakukan pada lokasi produksi banten, ruang ritual keluarga, serta pasar tradisional tempat banten diperdagangkan. Wawancara dilakukan kepada perajin Hindu dan non-Hindu, pemangku adat, pedagang, serta pengguna banten dalam konteks domestik maupun publik. Dokumentasi meliputi foto, catatan lapangan, contoh artefak, serta teks ritual yang relevan. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan variasi latar belakang keagamaan, pengalaman produksi, dan peran sosial dalam praktik ritual.

Analisis data dilakukan melalui teknik analisis wacana budaya (cultural discourse analysis), yang menekankan bagaimana makna dibentuk melalui simbol, narasi, dan interaksi sosial. Proses analisis berlangsung dalam tiga tahap, yaitu pengkodean terbuka, kategorisasi tema, dan interpretasi makna dalam konteks budaya yang lebih luas (Charmaz, 2006). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana sakralitas diwacanakan, diperdebatkan, dan diwariskan melalui praktik komodifikasi banten. Validitas penelitian dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, pemeriksaan kredibilitas data melalui member checking, serta refleksi kritis peneliti terhadap posisi dan subjektivitas selama proses penelitian. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan memiliki keandalan, kedalaman interpretif, dan ketepatan konteks sesuai standar penelitian kualitatif internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Banten sebagai Benda Ganda: sakral dan Ekonomis

Banten menempati posisi ambivalen: secara internal (dalam komunitas Hindu) ia adalah medium komunikasi dengan dimensi niskala (tak kasat mata), sementara secara eksternal ia dapat dipahami sebagai produk estetis yang memiliki nilai tukar. Geertz (1973) menekankan pentingnya konteks kultural dalam memberi makna pada objek; oleh karena itu nilai sakral banten tidak otomatis lenyap ketika ia menjadi komoditas melainkan bergantung pada konteks penggunaan dan niat pelaku. Dalam konteks keagamaan Hindu Bali, banten merupakan *wujud konkret dari yadnya* persembahan tulus yang menghubungkan manusia (sekala) dengan dimensi ilahi (niskala). Setiap unsur dalam banten, mulai dari janur, bunga, buah, hingga dupa, memiliki makna simbolik yang merepresentasikan harmoni antara unsur alam, manusia, dan Tuhan.

Menurut Geertz (1973), simbol-simbol keagamaan di Bali bekerja sebagai sistem komunikasi budaya yang memediasi manusia dengan kosmos. Dengan demikian, banten tidak sekadar benda fisik, tetapi merupakan medium performatif yang mematerialkan nilai spiritual dan mengaktualisasikan keseimbangan kosmik (*Tri Hita Karana*). Kesakralan banten lahir dari niat (sincerity) dan ritualisasi yang menyertainya, bukan semata dari bentuk materialnya. Ketika seseorang membuat atau mempersembahkan banten dengan hati tulus dan mengikuti tata ritual, banten itu berubah status dari benda biasa menjadi *benda sakral*. Sakralitas, dalam hal ini, merupakan hasil dari proses transformasi makna dari benda profan menjadi objek suci melalui intensi dan performa ritual (Durkheim, 1912/1995).

Hal ini sejalan dengan temuan lapangan melalui hasil wawancara dengan salah seorang pemangku adat di wilayah Badung, yang menegaskan bahwa status kesucian banten tidak semata-mata ditentukan oleh siapa atau di mana bahan fisik tersebut pertama kali dirangkai, melainkan pada ketulusan niat (*bhakti*) serta ritual penyucian (*pemlaspasan* atau *pemujaan*) yang dilakukan oleh pemangku sebelum persembahan dihaturkan. Senada dengan hal tersebut, seorang ibu rumah tangga asal Denpasar yang rutin membeli banten jadi mengungkapkan bahwa keterbatasan waktu akibat tuntutan pekerjaan modern tidak mengurangi rasa khusyuknya dalam beribadah. Bagi pengguna banten ini, keputusan untuk membeli banten merupakan bentuk penyelesaian yang pragmatis sekaligus bentuk kepedulian ekonomi kepada para perajin; yang terpenting adalah keyakinan batin bahwa banten tersebut tetap dipersembahkan sebagai wujud rasa syukur yang tulus kepada Sang Pencipta

Status ganda banten sakral dan ekonomis menunjukkan adanya ambivalensi makna. Di satu sisi, banten merupakan *objek suci* yang harus dibuat dengan kesungguhan hati dan dipersembahkan dalam konteks ritual yang benar. Di sisi lain, ia juga menjadi *komoditas* yang dapat diproduksi massal, diperjualbelikan, dan dimodifikasi sesuai permintaan pasar.

Ambivalensi ini melahirkan titik negosiasi di antara para pelaku:

a. Umat Hindu berupaya menjaga kesakralan dengan memastikan bahwa banten yang dibeli tetap digunakan secara benar dalam upacara.
b. Perajin non-Hindu memandang aktivitas mereka bukan sebagai bentuk profanisasi, melainkan sebagai pelayanan ekonomi dan budaya terhadap kebutuhan umat Hindu.
c. Masyarakat umum dan wisatawan kadang memandang banten sebagai artefak estetis, simbol budaya Bali yang eksotis, sehingga mendorong munculnya *banten souvenir*.

Negosiasi makna ini memperlihatkan bahwa banten tidak hanya dipahami melalui dikotomi suci dan profan, tetapi berada dalam spektrum nilai yang terus dinegosiasikan antara spiritualitas, ekonomi, dan estetika (Vickers, 2012). Dalam konteks praktik budaya Bali, proses negosiasi ini sejalan dengan temuan Budiasa (2018) yang menunjukkan bahwa representasi budaya senantiasa dibentuk melalui praktik wacana yang adaptif dan dialogis. Melalui interaksi sosial dan komunikasi lintas aktor, makna simbolik dapat dipertahankan, dinegosiasikan, atau direkonstruksi tanpa harus kehilangan nilai sakral yang menjadi landasan spiritualnya.

Dalam banyak kasus, komodifikasi justru menjadi strategi adaptif untuk mempertahankan keberlanjutan ritual. Dengan membeli banten, umat Hindu tetap dapat melaksanakan kewajiban keagamaan meskipun tidak memiliki waktu untuk membuatnya sendiri. Perajin, meski termotivasi secara ekonomi, tetap menghormati aturan dasar pembuatan banten, seperti waktu, bentuk, dan bahan yang digunakan. Dengan demikian, sakralitas banten tidak sepenuhnya hilang ketika ia menjadi komoditas. Ia justru mengalami resemantisasi yakni penciptaan makna baru yang memungkinkan benda suci tetap relevan di tengah ekonomi pasar (Comaroff & Comaroff, 2009). Banten menjadi simbol *resiliensi budaya Bali*, di mana dimensi spiritual dan material saling menopang.

Banten sebagai Komoditas Ekonomi

Perkembangan sosial-ekonomi Bali khususnya akibat pariwisata, urbanisasi, dan modernisasi telah menggeser sebagian fungsi banten menjadi objek ekonomi. Di pasar tradisional, di pinggir jalan, dan bahkan melalui platform digital, berbagai jenis banten kini dijual sebagai produk jadi. Masyarakat yang sibuk atau tidak memiliki waktu untuk membuat banten sendiri membeli dari perajin, baik yang beragama Hindu maupun non-Hindu. Fenomena ini menunjukkan bahwa banten telah memasuki sirkuit ekonomi komoditas, di mana ia memiliki nilai tukar (*exchange value*) selain nilai guna (*use value*). Dalam pandangan Appadurai (1986), benda-benda budaya seperti banten memiliki *"social life"* kehidupan sosialnya sendiri yang bergerak lintas konteks, dari altar persembahan menuju pasar. Ketika banten berpindah tangan melalui transaksi ekonomi, ia berfungsi sebagai komoditas budaya yang diproduksi, dipasarkan, dan dikonsumsi dalam logika ekonomi modern. Namun, yang menarik dalam konteks Bali adalah bahwa komodifikasi banten tidak selalu diartikan sebagai profanisasi. Banyak pembeli dan penjual tetap memandang transaksi tersebut sebagai bagian dari pengabdian dan pelestarian tradisi. Dengan kata lain, ekonomi tidak serta-merta meniadakan kesakralan; ia justru menjadi sarana reproduksi nilai religius dalam bentuk baru yang adaptif terhadap perubahan sosial.

Secara tradisional, banten dibuat sendiri oleh anggota keluarga atau komunitas Hindu Bali sebagai bagian dari *karma mārga* (jalan pengabdian) dalam ajaran Hindu. Aktivitas membuat banten bukan hanya produksi material, melainkan bentuk *sadhana*, latihan spiritual untuk menumbuhkan ketulusan (*bhakti*) dan kesadaran diri (Geertz, 1973). Namun, seiring perkembangan sosial ekonomi, urbanisasi, dan keterbatasan waktu masyarakat modern, praktik ini mengalami pergeseran fungsi dan ruang: dari aktivitas domestik religius menjadi kegiatan produksi dan perdagangan. Kini, banten banyak ditemukan tidak hanya di rumah-rumah umat

Hindu, tetapi juga di pasar tradisional, kios pinggir jalan, hingga platform daring. Proses produksi yang dulu berbasis keluarga kini bergeser ke unit usaha rumah tangga atau industri kecil menengah (IKM). Pergeseran ruang inilah yang menandai perubahan status banten dari benda ritual menjadi komoditas ekonomi.

Realitas sirkulasi ekonomi ini tercermin dari pengakuan seorang pemilik usaha sarana upacara di wilayah Gianyar, yang mengungkapkan bahwa pergeseran gaya hidup masyarakat urban memicu lonjakan permintaan banten siap pakai, mulai dari paket canang sari harian hingga banten pejati untuk kebutuhan mendadak. Dari sudut pandang produsen, aktivitas transaksi ini tidak hanya dipandang sebagai mekanisme mengejar keuntungan finansial semata, melainkan juga sebagai bentuk pelayanan sosial-keagamaan (*ngayah*) yang membantu kelancaran prosesi ibadah umat Hindu Bali di tengah kesibukan modern. Beriringan dengan hal tersebut, beberapa konsumen dari kalangan pekerja perkotaan menyatakan bahwa keberadaan paket-paket banten komersial ini memberi kepraktisan tanpa harus mengorbankan pemenuhan kewajiban ritual, sehingga transaksi ekonomi yang terjadi pada akhirnya dinilai saling menguntungkan dan mendukung keberlanjutan tradisi keagamaan di ruang publik.

Menurut Appadurai (1986), setiap benda memiliki "kehidupan sosial" yang berubah sesuai konteks pertukaran. Ketika banten diproduksi dan dijual, ia memasuki logika pasar di mana nilai spiritual beriringan dengan nilai tukar (exchange value) yang dapat diukur dengan uang, tenaga, dan waktu produksi.

Ekonomi banten di Bali membentuk ekosistem tersendiri yang melibatkan banyak aktor:

a. Produsen bahan baku, seperti petani janur, pedagang bunga, atau pembuat anyaman bambu.
b. Perajin banten, baik Hindu maupun non-Hindu, yang mengolah bahan menjadi produk siap pakai.
c. Distributor atau pengepul, yang memasarkan banten ke berbagai daerah atau ke hotel dan tempat wisata.

Konsumen, yaitu umat Hindu yang memerlukan banten untuk upacara rumah tangga (*manusa yadnya*), desa adat, maupun upacara besar seperti *Ngaben* dan *Galungan*. Ekosistem ekonomi banten di Bali mengartikulasi rantai nilai yang sangat kompleks dengan melibatkan integrasi antaraktor sosial dan lintas keyakinan. Pada tahap hulu, produsen bahan baku seperti petani janur, pedagang bunga, dan pembuat anyaman bambu menjadi fondasi utama yang menyuplai komponen material dasar ritual. Komponen tersebut kemudian diolah oleh para perajin banten, baik dari komunitas Hindu maupun non-Hindu, yang mentransformasikan bahan mentah menjadi susunan sarana persembahan siap pakai sesuai struktur tradisi.

Keterlibatan perajin lintas agama ini tidak sekadar menunjukkan pembagian kerja teknis, tetapi juga memperlihatkan adanya transfer pengetahuan budaya serta bentuk solidaritas sosial-ekonomi yang inklusif. Selanjutnya, hasil produksi banten didistribusikan oleh jaringan pengepul atau distributor yang menjangkau ruang domestik, institusi desa adat, hingga sektor komersial seperti hotel dan kawasan wisata. Kehadiran distributor ini memperluas sirkulasi pasar banten sehingga ritual lokal dapat terintegrasi dengan industri pariwisata Bali. Di tingkat hilir, konsumen yang terdiri dari umat Hindu memanfaatkan keberadaan banten siap pakai untuk memenuhi berbagai tingkatan upacara, mulai dari ritual manusa yadnya hingga upacara besar seperti Ngaben dan Galungan. Bagi masyarakat urban yang menghadapi keterbatasan waktu, transaksi pembelian sarana upacara ini dipandang sebagai solusi pragmatis yang tetap menjaga keberlangsungan kewajiban keagamaan. Fenomena ini menegaskan bahwa interaksi antara produsen, perajin, distributor, dan konsumen telah membingkai banten tidak hanya sebagai objek yadnya yang sakral, melainkan juga sebagai komoditas yang menggerakkan ekonomi budaya masyarakat Bali secara inklusif dan berkelanjutan.

Perputaran ekonomi dari sektor ini cukup signifikan. Dalam penelitian pariwisata budaya, nilai ekonomi dari produk ritual seperti banten disebut sebagai bagian dari "ritual economy"

(Bennett, 2014), yakni sistem pertukaran ekonomi yang tetap berakar pada nilai-nilai simbolik dan spiritual. Dengan demikian, transaksi banten bukan hanya perdagangan, tetapi juga sarana reproduksi nilai sosial dan religius.

Komodifikasi banten dapat dipahami sebagai bagian dari ekonomi budaya (*cultural economy*) Bali. Proses ini mencerminkan bagaimana simbol-simbol religius dan tradisi lokal memasuki sirkuit kapitalisme tanpa sepenuhnya kehilangan nilai maknanya. Dalam logika pasar, banten kini mengalami standardisasi dan segmentasi produk, seperti:

a. Banten massal: diproduksi cepat dan murah untuk kebutuhan harian (*canang sari*).
b. Banten upacara besar: dibuat dengan detail tinggi dan harga mahal, sering dipesan jauh hari.
c. Banten estetis atau dekoratif: dijual untuk wisatawan atau acara budaya non-ritual, kadang disebut *souvenir banten*.

Fenomena ini menunjukkan bahwa banten tidak hanya memiliki fungsi spiritual, tetapi juga nilai estetika dan ekonomi yang dapat dikomodifikasi sesuai permintaan pasar. Seperti dijelaskan Comaroff & Comaroff (2009), komodifikasi budaya sering kali menghasilkan "spiritual entrepreneurship" di mana unsur keagamaan dimobilisasi dalam kerangka ekonomi untuk mempertahankan nilai lokal sekaligus mencari keberlanjutan finansial. Salah satu ciri unik ekonomi banten di Bali adalah keterlibatan perajin non-Hindu. Mereka dapat berasal dari komunitas Muslim, Kristen, atau pendatang luar Bali yang bekerja sebagai pengrajin janur, pembuat bunga, atau pekerja produksi.

Meski tidak berpartisipasi dalam ritual keagamaan, mereka memahami struktur dan makna simbolik banten melalui interaksi sosial dan pengalaman kerja. Dalam perspektif ekonomi budaya, hal ini memperlihatkan terjadinya transfer pengetahuan lintas keyakinan yang berkontribusi pada keberlanjutan sistem produksi banten. Keterlibatan perajin non-Hindu juga memperlihatkan bahwa ekonomi banten berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan negosiasi identitas. Hubungan kerja yang saling menghormati menjadi bentuk solidaritas lintas agama yang memperkuat kohesi sosial (Vickers, 2012). Meskipun komodifikasi memberi peluang ekonomi, ia juga memunculkan ketegangan nilai.

Sebagian kalangan adat atau pemuka agama menilai bahwa produksi banten secara massal dapat mengurangi *rasa bhakti* dan menggeser makna spiritualnya. Namun, di sisi lain, umat Hindu yang sibuk justru menganggap membeli banten sebagai bentuk praktik adaptif, bukan pengingkaran nilai. Dalam kerangka teori nilai budaya, Bourdieu (1984) menyebut bahwa nilai spiritual dan nilai ekonomi tidak selalu bertentangan; keduanya dapat saling menopang selama simbol dan intensi sosial tetap diakui. Maka dalam konteks Bali, ekonomi banten dapat dipahami sebagai ekonomi simbolik suatu sistem yang menyeimbangkan fungsi religius dan fungsi ekonomi demi menjaga kesinambungan tradisi.

Ekonomi banten memiliki dampak positif bagi masyarakat lokal, antara lain:

a. memberikan lapangan kerja bagi perempuan rumah tangga, remaja, dan pendatang.
b. meningkatkan pendapatan desa adat melalui kegiatan ritual besar.
c. Menjadi sumber inovasi budaya, seperti pengembangan desain banten modern tanpa menghilangkan nilai sakral.

Namun demikian, keberlanjutan ekonomi banten perlu diimbangi dengan etika budaya yakni kesadaran untuk membedakan mana banten yang bersifat ritual (sakral) dan mana yang bersifat komersial (profane). Upaya standarisasi oleh desa adat dan lembaga keagamaan dapat menjadi mekanisme penting untuk menjaga keseimbangan ini.

Banten sebagai komoditas ekonomi menunjukkan bahwa sakralitas dan pasar bukan dua dunia yang saling meniadakan, melainkan dua sistem nilai yang berkelindan. Komodifikasi membuka peluang bagi ekonomi lokal, transfer pengetahuan antaragama, serta pelestarian tradisi melalui adaptasi. Akan tetapi, keberlanjutan ekonomi ini hanya akan bermakna jika tetap berpijak pada nilai etis dan spiritual yang menjadi inti dari banten itu sendiri yakni pengabdian

kepada Tuhan melalui harmoni sosial dan alam.

Keterkelindanan antara sakralitas dan pasar ini membuktikan bahwa modernitas tidak selalu berujung pada pendangkalan makna ritual keagamaan. Melalui mekanisme komodifikasi yang terkontrol, nilai-nilai spiritual banten justru mampu beradaptasi dan terus mentransmisikan pesan-pesan tradisi kepada generasi muda di tengah derasnya arus globalisasi. Keterlibatan perajin lintas agama di dalamnya secara tidak langsung juga mengonsolidasikan ruang dialog dan komunikasi antarbudaya yang memperkuat rajutan toleransi di ruang publik Bali. Keberhasilan negosiasi ini menunjukkan bahwa masyarakat Bali memiliki tingkat kelenturan budaya yang tinggi dalam merespons dinamika kapitalisme digital tanpa kehilangan pijakan tradisinya. Kehadiran banten di sirkuit pasar modern pun bertransformasi menjadi sarana preservasi budaya yang adaptif sekaligus mesin penggerak ekonomi kerakyatan berbasis kearifan lokal. Oleh karena itu, harmoni antara aspek ekonomi dan spiritualitas ini menjadi cermin keberhasilan komodifikasi yang tidak merusak fondasi *Tri Hita Karana*. Pada akhirnya, *banten* tetap berdiri kokoh sebagai simbol komunikasi sakral yang mampu menyelaraskan dimensi materialitas duniawi dengan ketulusan pengabdian kehadapan Sang Pencipta.

Gambar 1
Banten Gebokan Bali



Sumber: https://rri.co.id/denpasar/daerah/1399932/perkembangan-banten-gebogan-dalam-tradisi-hindu-bali

Gambar diatas adalah contoh banten yang disebut dengan gebogan.Gebogan adalah salah satu bentuk banten yang paling ikonik dalam tradisi Hindu Bali. Ia berupa susunan vertikal buah-buahan, kue, dan bunga yang ditata di atas *bokor* atau wadah logam dengan struktur rapi dan proporsional. Dalam upacara besar seperti *Odalan, Galungan, Kuningan,* dan *Piodalan* di pura, gebogan berfungsi sebagai simbol kelimpahan, kemakmuran, dan rasa syukur umat kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Geertz, 1973).

Secara simbolik, setiap lapisan dalam gebogan mencerminkan hirarki kosmologis: bagian bawah mewakili dunia material (*bhur loka*), bagian tengah dunia spiritual (*bwah loka*), dan bagian atas melambangkan alam ketuhanan (*swah loka*). Maka, bahan yang digunakan dalam gebogan memiliki makna spiritual yang dalam, bukan sekadar estetika.

Dalam sistem keagamaan Hindu Bali, banten gebogan memiliki posisi yang sangat penting. Ia bukan sekadar hiasan ritual, tetapi simbolisasi keutuhan kosmos dan keseimbangan antara alam niskala dan sekala. Struktur gebogan yang menjulang ke atas melambangkan arah spiritual manusia menuju kesempurnaan (moksa), sedangkan unsur-unsur yang menyusunnya—buah, bunga, dan jajanan tradisional melambangkan kehidupan duniawi yang sejahtera dan penuh rasa syukur (Geertz, 1973; Titib, 2003).

Dalam tradisi agraris Bali, penggunaan hasil bumi lokal seperti pisang, jeruk, kelapa, salak, dan jajan dari beras menjadi bentuk penghormatan terhadap Ibu Pertiwi (Prithivi) sebagai sumber kehidupan. Dengan demikian, gebogan mencerminkan hubungan ekologis dan spiritual antara manusia dan alam.Tradisi lama menempatkan buah dan bunga lokal sebagai komponen utama gebogan misalnya pisang, jeruk, salak, jambu, serta bunga kamboja dan sandat. Namun, sejak dua dekade terakhir, terlihat pergeseran signifikan: banyak gebogan kini menggunakan buah dan bunga impor seperti apel Washington, anggur Australia, pir Tiongkok, jeruk Sunkist, bahkan bunga mawar dan krisan dari Eropa atau Jepang.

Fenomena ini muncul akibat beberapa faktor:

a. Globalisasi dan pariwisata yang membuka akses terhadap produk impor.
b. Tuntutan estetika visual, di mana warna dan bentuk buah impor dianggap lebih seragam, cerah, dan “indah” untuk dilihat.
c. Prestise sosial, karena gebogan dengan bahan impor sering dipersepsikan sebagai lambang status ekonomi tinggi.
d. Ketersediaan pasar modern, seperti supermarket dan toko grosir yang memasok buah impor dalam jumlah besar dengan harga kompetitif.

Dengan kata lain, gebogan telah menjadi arena di mana nilai spiritual dan nilai konsumtif bertemu (Appadurai, 1986). Dalam konteks komodifikasi, buah dan bunga impor membawa masuk logika pasar global ke dalam ruang ritual lokal. Gebogan yang semula merupakan ekspresi *bhakti* kini juga menjadi representasi gaya hidup dan kapital simbolik. Mengikuti teori Bourdieu (1984), tindakan memilih bahan impor dapat dipahami sebagai bentuk *distinction* yakni cara individu menampilkan kelas sosialnya melalui selera dan konsumsi.

Banten gebogan tidak hanya dipersembahkan untuk Tuhan, tetapi juga menjadi penanda status sosial di hadapan komunitas. Dalam lomba gebogan di banjar atau pura, gebogan dengan komposisi “mewah” seringkali mendapat perhatian lebih besar. Di sinilah logika estetika spiritual berkelindan dengan logika konsumtif dan visual kapitalisme, di mana kesakralan bernegosiasi dengan nilai pasar (Comaroff & Comaroff, 2009). Rantai ekonomi banten gebogan kini melibatkan jaringan yang luas:

a. Importir buah dan bunga yang memasok produk dari luar negeri melalui pasar modern.
b. Pedagang pasar tradisional yang menjadi perantara bagi umat Hindu untuk memperoleh bahan ritual. Perajin gebogan, baik Hindu maupun non-Hindu, yang mengkombinasikan bahan lokal dan impor untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Perubahan sosial ekonomi dan arus globalisasi, khususnya sejak berkembangnya pariwisata Bali pada 1980-an, membawa pergeseran signifikan pada material penyusun gebogan. Jika dahulu buah dan bunga lokal menjadi elemen utama, kini banyak umat memakai buah impor seperti apel Washington, pir Tiongkok, jeruk Sunkist, kiwi, anggur, hingga stroberi Korea; serta bunga impor seperti mawar Belanda, krisan Jepang, dan lily Thailand.

Pergeseran ini terjadi karena beberapa faktor struktural:

a. Ekonomi konsumtif dan kelas menengah baru: meningkatnya daya beli masyarakat mendorong konsumsi produk impor sebagai simbol prestise (Bourdieu, 1984).
b. Akses pasar modern: supermarket dan toko grosir menyediakan buah impor dengan kualitas visual tinggi dan ketersediaan sepanjang tahun.
c. Media sosial dan estetika visual: munculnya tren menampilkan gebogan “cantik dan mewah” di Instagram atau TikTok memperkuat preferensi terhadap bahan yang tampak menarik dan

berwarna cerah.

d. Persepsi simbolik: buah impor diasosiasikan dengan "kemurnian, kesempurnaan, dan kelimpahan modern" yang dianggap pantas untuk persembahan kepada Dewa.

Akibatnya, buah dan bunga lokal secara perlahan tersingkir, digantikan oleh komoditas global yang masuk ke pasar ritual.Kondisi ini menunjukkan bahwa banten gebogan telah menjadi bagian dari ekonomi global. Nilai sakralnya tetap diakui, namun proses produksinya tidak lagi sepenuhnya bersumber dari alam dan tangan lokal. Seperti diungkapkan Appadurai (1996), globalisasi menciptakan *disjuncture* ketidaksinambungan antara makna lokal dan sirkulasi global—yang menimbulkan ambivalensi nilai dalam praktik budaya.

Bagi sebagian umat Hindu, penggunaan bahan impor tidak mengurangi kesakralan gebogan selama niat tulus tetap menjadi dasar pembuatan dan persembahan. Sakralitas dalam pandangan Hindu Bali tidak melekat pada asal bahan, tetapi pada proses ritual dan intensi spiritual (Titib, 2003). Namun, sebagian pemangku adat dan tokoh budaya menganggap bahwa penggunaan buah impor dapat memudarkan *rasa lokal (rasa niskala)* dan keterikatan spiritual terhadap tanah Bali. Mereka menilai, semakin jauh bahan gebogan dari sumber alam lokal, semakin besar risiko hilangnya energi kesucian (śakti) yang dipercaya terkandung dalam hasil bumi setempat.

Oleh karena itu, banyak desa adat kini mengimbau agar banten khususnya gebogan lebih mengutamakan produk pertanian lokal sebagai wujud pelestarian nilai spiritual dan ekonomi komunitas.

Meski mengandung ambivalensi, fenomena penggunaan bahan impor dalam banten gebogan tidak selalu berarti degradasi makna. Ia juga dapat dipahami sebagai bentuk resignifikasi, yakni pembaruan makna budaya dalam konteks globalisasi (Hannerz, 1992).

Masyarakat Bali menunjukkan fleksibilitas budaya dengan menyesuaikan simbol-simbol lama ke dalam realitas baru tanpa kehilangan esensi ritualnya. Dalam hal ini, banten gebogan berfungsi sebagai ruang negosiasi identitas: memadukan spiritualitas Hindu dengan modernitas konsumtif secara dinamis. Fenomena ini mencerminkan proses komodifikasi, yakni perubahan nilai benda sakral menjadi objek ekonomi (Appadurai, 1986). Buah dan bunga yang semula dipetik dari kebun untuk persembahan kini menjadi barang dagangan yang melewati rantai distribusi kompleks:

1. Importir membawa produk dari luar negeri.
2. Distributor dan grosir menjualnya ke pasar tradisional atau modern.
3. Perajin gebogan, baik Hindu maupun non-Hindu, mengolah bahan tersebut menjadi susunan estetik yang siap dijual.
4. Konsumen, yaitu umat Hindu, membeli gebogan jadi untuk upacara tanpa membuatnya sendiri.

Dalam rantai ini, banten terutama gebogan tidak lagi hanya berfungsi religius, tetapi juga menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi yang melibatkan mekanisme pasar, strategi pemasaran, dan penentuan harga berdasarkan bahan serta keindahan visualnya.

Seperti dikatakan Comaroff & Comaroff (2009), dalam konteks modern, "agama dan kapitalisme seringkali berkelindan dalam bentuk baru yang tidak bisa dipisahkan sepenuhnya." Banten gebogan menjadi contoh konkret bagaimana produk religius dapat mengikuti logika pasar tanpa kehilangan fungsinya sebagai media persembahan. Gebogan dengan bahan impor juga menandakan kemampuan masyarakat Bali untuk mengintegrasikan sistem ekonomi global ke dalam ritual lokal. Artinya, praktik persembahan tetap berlangsung, tetapi dalam bentuk yang mengikuti logika zaman suatu bukti adaptasi budaya tanpa sepenuhnya menanggalkan kesakralan.

Fenomena ini menimbulkan beberapa implikasi:

1. Sosial: meningkatnya kesenjangan simbolik antara kelompok kaya dan miskin dalam

ekspresi keagamaan.
2. Ekonomi: tumbuhnya pasar baru di sektor pertanian dan impor, tetapi melemahkan produksi lokal buah-buahan Bali.
3. Ekologis: meningkatnya ketergantungan pada produk non-lokal mengurangi keberlanjutan sistem pertanian Bali yang berbasis *subak* dan lokalitas ekologis.

Banten gebogan dengan bahan impor merupakan contoh konkret dari komodifikasi spiritualitas di era global. Ia memperlihatkan bagaimana produk ekonomi global dapat diserap ke dalam sistem makna lokal tanpa serta-merta menghapus nilai sakral. Gebogan tetap berfungsi sebagai sarana *yadnya* dan ekspresi bhakti, namun kini juga berperan sebagai medium sosial dan simbol status dalam masyarakat modern Bali.Fenomena ini memperlihatkan bahwa masyarakat Bali terus menegosiasikan batas antara *suci dan konsumtif*, *lokal dan global*, serta *tradisi dan modernitas* suatu proses yang menunjukkan ketahanan dan kreativitas budaya dalam menghadapi perubahan zaman.

Dengan demikian, dari kacamata kajian komunikasi budaya, fenomena komodifikasi banten pada hakikatnya merupakan dinamika komunikasi ritual dan interaksi kultural yang sangat adaptif di era modern. Banten tidak sekadar hadir sebagai objek material keagamaan, melainkan berfungsi sebagai media komunikasi simbolik yang menjembatani hubungan antara manusia (*sekala*) dengan dimensi transenden (*niskala*). Pergeseran sirkulasi banten ke ruang pasar serta keterlibatan perajin non-Hindu tidak serta-merta memutuskan saluran pesan spiritual tersebut, melainkan membuka ruang komunikasi antarbudaya yang inklusif. Melalui proses negosiasi makna, dialog antaragama, dan resemantisasi simbol di ruang publik digital maupun pasar tradisional, masyarakat Bali membuktikan kemampuannya dalam mentransmisikan pesan-pesan tradisi dan identitas kulturalnya secara dinamis tanpa mengorbankan esensi pesan suci yang menjadi inti dari spiritualitas itu sendiri.

SIMPULAN

Fenomena sakralitas dan komodifikasi banten di Bali memperlihatkan realitas sosial yang kompleks, di mana nilai spiritual dan nilai ekonomi berkelindan dalam praktik keseharian umat Hindu. Banten, khususnya gebogan, tidak lagi sekadar medium persembahan kepada Tuhan, tetapi juga menjadi ruang representasi sosial, ekonomi, dan budaya yang sarat makna ganda: sakral dan profan, spiritual dan material. Dalam konteks modernitas dan globalisasi, munculnya penggunaan bahan impor seperti buah dan bunga dari luar negeri serta keterlibatan perajin non-Hindu dalam produksi banten, menunjukkan bahwa praktik keagamaan di Bali terus mengalami adaptasi dan negosiasi makna. Komodifikasi yang terjadi bukan hanya bentuk komersialisasi, melainkan juga wujud transformasi budaya yang memungkinkan masyarakat menyesuaikan ritual dengan dinamika sosial-ekonomi kontemporer.

Secara simbolik, perubahan ini mengungkap bahwa sakralitas dalam budaya Bali bersifat dinamis dan relasional, tidak hanya melekat pada bahan atau bentuk banten, melainkan juga pada niat, proses, dan makna komunikasi spiritual yang dibangun melalui tindakan persembahan (yadnya). Dengan demikian, komodifikasi tidak otomatis menghapus kesucian; sebaliknya, ia membuka ruang baru bagi reproduksi nilai spiritual melalui ekonomi budaya.

Di sisi lain, keterlibatan perajin non-Hindu memperlihatkan bentuk dialog lintas keyakinan yang unik. Melalui kerja, keterampilan, dan penghormatan terhadap adat, mereka menjadi bagian dari rantai sosial yang menjaga keberlangsungan praktik ritual Hindu. Hal ini memperkuat pandangan bahwa sakralitas dalam masyarakat Bali tidak bersifat eksklusif, melainkan inklusif dan negosiatif, berlandaskan pada prinsip harmoni sosial dan saling menghormati antaragama.

Namun demikian, proses komodifikasi ini juga menimbulkan tantangan etis, sosial, dan ekologis. Ketergantungan terhadap bahan impor berpotensi mengikis makna ekologis lokal dan melemahkan keterikatan spiritual terhadap tanah Bali sebagai sumber kesucian. Karena itu, diperlukan refleksi budaya dan kebijakan komunitas untuk menyeimbangkan antara

modernitas, estetika, dan pelestarian nilai-nilai lokal agar banten tetap berfungsi sebagai simbol harmoni antara manusia, alam, dan Tuhan (Tri Hita Karana). Dengan seluruh dinamika tersebut, banten terutama gebogan menjadi metafora dari kehidupan Bali modern: sebuah budaya yang terus menegosiasikan batas antara sakral dan komersial, antara tradisi dan globalisasi, tanpa kehilangan esensi spiritualnya. Fenomena ini menegaskan bahwa sakralitas bukanlah warisan yang beku, melainkan hasil proses komunikasi dan negosiasi makna yang hidup, di mana ekonomi, spiritualitas, dan identitas saling bertaut membentuk wajah Bali kontemporer yang adaptif, terbuka, namun tetap berakar pada nilai-nilai suci.

DAFTAR PUSTAKA

Appadurai, A. (1986). The social life of things: Commodities in cultural perspective. Cambridge University Press.

Appadurai, A. (1996). Modernity at large: Cultural dimensions of globalization. University of Minnesota Press.

Bennett, W. J. (2014). Ritual economies and the materialization of social life. In E. M. Brumfiel & T. Earle (Eds.), Ritual economy (pp. 1–20). University Press of Colorado.

Bourdieu, P. (1984). Distinction: A social critique of the judgement of taste. Harvard University Press.

Budiasa, I. M. (2018). Representasi wacana tanpa kekerasan di cybermedia dalam praksis budaya Hindu-Bali: A critical discourse analysis. Vidya Samhita: Jurnal Penelitian Agama, 4(2), 1–12. https://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/vs/article/view/2322

Charmaz, K. (2006). Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis. SAGE Publications.

Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (2009). Ethnicity, Inc. University of Chicago Press.

Creswell, J. W. (2013). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.). SAGE Publications.

Durkheim, É. (1995). The elementary forms of religious life (K. E. Fields, Trans.). Free Press. (Original work published 1912)

Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. Basic Books.

Hannerz, U. (1992). Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning. Columbia University Press.

Titib, I. M. (2003). Teologi dan simbol-simbol dalam agama Hindu. Paramita.

Vickers, A. (2012). Bali: A paradise created. Tuttle Publishing.