

## Strategi Komunikasi dalam Tradisi Pembuatan Gerabah Banyuning

I Kadek Edi Palguna<sup>1</sup>, I Nyoman Buda Asmara Putra<sup>2</sup>, Kadek Abdhi Yasa<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja, Indonesia

<sup>1</sup>palgunaedi@yahoo.com, <sup>2</sup>inyomanbudaasmaraputra29@gmail.com,

<sup>3</sup>ikadekabdhiyasa@gmail.com

### Abstract

*Banyuning pottery seems to have decreased in quantity in the modern era, due to very high competition with similar products made with modern technology. If there is no good inheritance system in the pottery-making tradition, it is likely that the tools in the form of pottery will be shifted by tools produced in a modern way, and lead to the extinction of the tradition. In this case, there needs to be a good communication so that the inherited tradition can continue. The purpose of this study was to find out the communication strategy carried out by craftsmen in the sustainability of the pottery-making tradition in Banyuning Village and what the implications of this strategy were. In this study using qualitative methods, data collection was done through observation, literature study and conducting interviews. Primary and secondary data were then analyzed and presented descriptively. The theory used in dissecting the research problem is the theory of social learning and the theory of diffusion of innovation. The results of the study show that the craftsmen have inherited persuasive communication to the younger generation in order to grow a sense of belonging and want to continue the tradition of making pottery. Craftsmen also began to innovate and make creative pottery crafts following current trends. The implications of communication strategies in the inheritance of the Banyuning pottery-making tradition are being able to raise awareness of one's own culture, the emergence of a sense of belonging to cultural products, the growing interest in pottery making, so that the pottery-making tradition in Banyuning Village can survive.*

**Keywords:** Strategy; Communication; Tradition; Making; Pottery

### Abstrak

Gerabah Banyuning tampaknya secara kuantitas produksi mengalami penurunan di era modern, karena adanya persaingan yang sangat tinggi dengan produk-produk sejenisnya yang dibuat dengan teknologi modern. Jika tidak ada sistem pewarisan yang baik pada tradisi pembuatan gerabah tersebut, kemungkinan alat-alat berupa gerabah akan digeser oleh alat-alat yang diproduksi secara modern, dan mengarah pada kepunahan tradisi tersebut. Dalam hal ini perlu adanya sebuah komunikasi yang baik agar tradisi yang diwariskan bisa tetap berlanjut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh perajin dalam keberlanjutan tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning dan bagaimana implikasi dari strategi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi pustaka dan melakukan wawancara. Data primer maupun sekunder kemudian dianalisis dan disajikan secara deskriptif. Teori yang digunakan dalam membedah permasalahan

penelitian adalah teori belajar sosial dan teori difusi inovasi. Hasil penelitian menunjukkan para perajin telah melakukan pewarisan dengan komunikasi persuasif kepada generasi muda supaya tumbuh rasa memiliki dan mau meneruskan tradisi pembuatan gerabah. Perajin juga mulai berinovasi dan membuat kerajinan gerabah yang kreatif mengikuti tren kekinian. Implikasi strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah Banyuning yaitu mampu menumbuhkan kesadaran terhadap budaya sendiri, munculnya rasa memiliki produk budaya, tumbuhnya minat pembuatan gerabah, sehingga tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning bisa bertahan.

**Kata Kunci: Strategi; Komunikasi; Tradisi; Pembuatan; Gerabah**

## **Pendahuluan**

Buleleng merupakan pintu gerbang utara Bali, hal tersebut dapat diketahui dengan adanya pelabuhan-pelabuhan kuno maupun modern. Adanya pelabuhan tersebut kemudian menimbulkan keragaman etnis yang berkembang di daerah tersebut. Posisi tersebut tidak lepas dari karakter daerah Buleleng yang memiliki lintas pantai dengan ombak yang sangat tenang. Keragaman etnis yang mendiami daerah tersebut kemudian melahirkan berbagai macam bentuk budaya dan tradisi. Sehingga di daerah tersebut kemudian berkembang berbagai bentuk warisan budaya. Menurut Koentjaraningrat ada tiga wujud kebudayaan yakni, 1) suatu kompleks ide, gagasan, nilai norma, peraturan dan sebagainya, 2) suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat, dan 3) sebagai benda-benda hasil karya manusia. Kebudayaan juga terdiri dari 7 unsur yakni, bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian (Koentjaraningrat, 2015). Warisan adalah peninggalan atau sesuatu yang dapat diwariskan dari generasi ke generasi yang lain. Warisan budaya dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu yang bersifat kebendaan dan dapat diraba (*tangible*), maupun yang tidak dapat diraba (*intangible*) (Sedyawati, 1997).

Warisan budaya memiliki nilai dan makna keindahan atau estetika, yang dapat dilihat dari segi bentuk, jenis dan teknik pengerjaannya sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri. Keindahan yang melekat pada suatu benda warisan budaya akan dapat menimbulkan rasa bangga dan kagum bagi generasi berikutnya. Persamaan bentuk dan pola hias yang ada pada benda warisan budaya dapat kiranya digunakan sebagai tali perekat untuk memelihara kerukunan masyarakat pemilikinya (Ardika I. W., 2007). Salah satu warisan budaya yang ada di Buleleng adalah tradisi pembuatan gerabah yang diperkirakan berasal dari tradisi prasejarah masa neolitikum. Jika dilihat dari masa tersebut tentunya gerabah adalah sebuah produk yang memiliki umur yang sangat panjang sekitar 2000-5000 tahun yang lalu.

Tinggalan arkeologi berupa pecahan gerabah telah ditemukan di daerah Buleleng khususnya di Desa Julah. Pecahan gerabah yang ditemukan sebagian merupakan gerabah lokal, dan sebagian dari gerabah asing yaitu India, dan juga ditemukan keramik Cina dan Annan. Perbedaan kereweng lokal dengan asing dapat dilihat dari segi warna yang lebih kemerahan dan tingkat pembakarannya lebih tinggi. Kereweng atau pecahan gerabah India diduga berasal dari Arikamedu di India Selatan, yang berasal dari 500 SM-200 M. Pecahan keramik Cina yang ditemukan diduga berasal dari Dinasti Ming abad XIII-XVII AD, dan pecahan keramik Annan yang berasal dari Vietnam abad XIV-XVI AD (Ardika I. , 1988). Tinggalan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Buleleng masa awal abad masehi sudah melakukan kontak dengan beberapa negara luar, seperti Cina, India dan Vietnam. Hal tersebut kemungkinan besar dilatari oleh daerah Buleleng dan Bali secara umum saat itu memiliki komoditi yang bernilai tinggi bagi

orang asing. Adanya tinggalan berupa gerabah lokal tersebut merupakan sebuah bukti bahwa di Buleleng pada masa lalu sudah mengenal sistem pembuatan gerabah. Gerabah tersebut tentunya bukan sebuah produk yang ada dan dimanfaatkan ketika itu saja, melainkan sampai saat ini masih ada dan tetap diproduksi. Hal tersebut tak lepas dari manfaat dan kegunaan gerabah itu sendiri bagi masyarakat Bali dan Buleleng khususnya.

Pada mulanya perajin gerabah Banyuning hanya fokus memproduksi alat-alat kebutuhan upacara agama Hindu dan kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan situasi pasar kemudian para perajin mulai memproduksi gerabah dalam bentuk produk-produk yang digunakan oleh dunia pariwisata, dengan menyesuaikan fungsi dan desain-desain gerabah yang sangat menarik (Mudra, Muka, & Sunarini, 2009). Pembuatan gerabah di Desa Banyuning sudah dilakukan secara turun temurun oleh beberapa keluarga produsen, dan diperkirakan dimulainya sezaman dengan para perajin gerabah yang ada di daerah Denpasar dan Klungkung. Masa kejayaan pembuatan gerabah tradisional di Banyuning berlangsung hampir 20 tahun mulai tahun 1960 sampai dengan tahun 1980. Pada masa itu, di Banyuning terutama di Banyuning Tengah hampir sebagian rumah tangga menekuni profesi pokok keluarga sebagai pengrajin gerabah. Dengan banyaknya saingan dari pengrajin-pengrajin sejenis dengan bahan baku lain dan dengan kualitas yang bernilai tinggi maka para pengrajin gerabah tradisional mengalami kesulitan memasarkan barang dagangannya. Banyak hasil karyanya tidak laku di pasaran. Sampai saat sekarang hanya beberapa keluarga yang masih menekuni sebagai pengrajin gerabah (Sucita, 2020). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya beberapa kendala yang menjadi alasan menurunkan produksi gerabah, salah satunya adalah saingan dari produk sejenisnya. Namun dalam penelitian yang pernah dilakukan belum ada yang meneliti lebih jauh bagaimana strategi pewarisan yang telah dilakukan dalam pemertahanan tradisi pembuatan gerabah.

Tradisi pembuatan gerabah bagi umat Hindu merupakan hal yang sangat penting, karena dalam beberapa kegiatan upacara yang dilakukan menggunakan gerabah dengan berbagai bentuknya. Dalam teks *Lontar Eka Prathama* pada upacara potong gigi menggunakan banten dengan sarana periuk kecil, tempayan pere, carat, dan periuk. Penggunaan alat-alat tersebut secara umum memiliki makna sebagai bentuk perjalanan hidup manusia, dimana upacara potong gigi (*metatah*) merupakan peningkatan status anak-anak menjadi remaja yang disiapkan untuk menuju status kehidupan selanjutnya (Gunawijaya & Putra, 2020).

Perajin gerabah di Bali secara umum masih membuat benda-benda seperti gerabah adalah untuk kepentingan upacara agama, sebagai alat hias, dan kebutuhan rumah tangga. Adapun beberapa kerajinan gerabah seperti gerabah Pejaten dibuat untuk kebutuhan konsumen asing, hal tersebut merujuk pada fungsi-fungsi produk yang dihasilkan perajin Pejaten lebih variatif dibanding perajin lainnya (Mudra, Muka, & Sunarini, 2009). Pentingnya gerabah untuk dilestarikan sangat jelas alasan dan sumber sastranya, kegiatan upacara yang dilakukan oleh umat Hindu sampai saat ini terus dilakukan tanpa mengenal waktu baik upacara keseharian, temporer dan sebagainya. Tidak hentinya upacara yang dilakukan menandakan tidak ada putusnya dengan keperluan gerabah, sehingga perlu untuk diteruskan sebagai pemenuh kebutuhan upacara umat Hindu khususnya. Fenomena dilapangan para perajin gerabah sebagian besar memiliki usia yang tergolong tua rata-rata sudah menikah, sangat jarang dilakoni oleh generasi muda, tentu hal ini menjadi ancaman kedepan terhadap menurunnya generasi perajin gerabah dan permintaan gerabah untuk upacara tidak dapat dipenuhi.

Gerabah Banyuning tampaknya secara kuantitas produksi mengalami penurunan di era modern, karena adanya persaingan yang sangat tinggi dengan produk-produk sejenisnya yang menggunakan alat dan mesin yang lebih modern. Hal ini tentunya menjadi masalah bersama jika

dilihat dari segi warisan budaya yang memiliki nilai seni, budaya dan tradisi yang telah diwariskan oleh leluhur. Jika tidak ada sistem pewarisan yang baik pada tradisi pembuatan gerabah tersebut, kemungkinan alat-alat berupa gerabah akan digeser oleh alat-alat yang diproduksi secara modern, dan kemungkinan akan mengarah pada kepunahan tradisi tersebut. Dalam hal ini perlu adanya sebuah komunikasi yang baik agar tradisi yang diwariskan bisa tetap berlanjut.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk merubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Efendi O. , 1986). Dalam proses komunikasi ini ada sebuah perpindahan yang berupa informasi penting untuk meneruskan hal-hal yang bersifat penting untuk diterima. Penyampaian informasi juga dilakukan tak terbatas baik secara lisan maupun menggunakan media tertentu. Merujuk pada ungkapan tersebut dalam hal ini yang dimaksud dengan informasi dan pesan adalah tradisi pembuatan gerabah.

Tradisi pembuatan gerabah bagi perajin gerabah Banyuning merupakan hal yang penting dan sangat perlu dikomunikasikan pada generasi selanjutnya demi keberlangsungannya. Mengingat produk yang di hasilkan sampai saat ini kegunaannya belum berhenti dan masih dibutuhkan. Perajin gerabah di Banyuning menurut (Sucita, 2020), saat ini dari segi umur tergolong sudah memasuki usia senja, rata-rata antara 30 tahun ke atas. Para generasi muda di Desa Banyuning lebih banyak menginginkan pekerjaan yang lebih menjanjikan seperti pekerjaan di dunia pariwisata, di perusahaan, melanjutkan pendidikan dan lain-lain. Fenomena ini sangat mengkhawatirkan pada tahun-tahun mendatang, kemampuan dan keterampilan membuat gerabah jika tidak diturunkan secara natural seperti zaman dulu dikhawatirkan akan mengalami kepunahan.

Desa Banyuning jika dilihat dari segi geografis letaknya sangat dekat dengan pusat kota Singaraja, dan terlihat sangat banyak toko-toko besar yang menjual alat-alat rumah tangga yang dicetak secara modern yang serupa dengan gerabah. Meskipun demikian, fenomena di lapangan menunjukkan keberadaan gerabah Banyuning saat ini tampaknya masih tetap ada dan di sepanjang jalan Gempol Desa Banyuning terlihat ada pedagang-pedagang gerabah yang berjejer. Hal tersebut menunjukkan saat ini produksi gerabah Banyuning belum berhenti dan cukup eksis di tengah laju arus modernisasi. Hal ini merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat ada semacam upaya mempertahankan warisan budaya dan tradisi yang di terima. Fenomena-fenomena tersebut kemudian menjadi dasar pertimbangan selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut terkait bagaimana strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng. Adapun permasalahan berikutnya yaitu bagaimana implikasi strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning.

## Metode

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi pada lokasi penelitian, studi pustaka dengan mengumpulkan artikel, buku dan kepustakaan lainnya yang terkait, dan melakukan wawancara. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data informan pada penelitian ini menggunakan teknik penentuan informan dengan metode *purposive sampling*, dengan memilih para perajin gerabah sebagai informan. Data yang diperoleh kemudian dipilah sesuai dengan tujuan penelitian dan dianalisis secara kualitatif mengingat data yang dikumpulkan berupa wacana bukan berbentuk angka, dengan menggunakan pendekatan ilmu komunikasi. Teori yang

digunakan dalam membedah permasalahan penelitian adalah teori belajar sosial dan teori difusi inovasi. Hasil analisis kemudian diolah sesuai kebutuhan pada permasalahan yang difokuskan, dan disajikan secara deskriptif. Guna memudahkan pembaca untuk membaca hasil penelitian dan memahami dengan baik.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Eksistensi Gerabah Banyuning di Era Modernisasi**

Era modernisasi disebut sebagai era yang paling maju dan memberikan dampak yang sangat signifikan diberbagai lini kehidupan. Kata modernisasi berasal dari kata modern yang berarti baru atau sekarang. Selanjutnya, modernisasi, yaitu gerakan untuk merombak cara-cara kehidupan lama untuk menuju bentuk atau model kehidupan yang baru atau penerapan model-model baru. Ciri-ciri yang menyolok dalam modernisasi adalah pendewaan rasio, memperkokoh ilmu pengetahuan dan pengembangan teknologi, dan antroposentrisme atau manusia sebagai ukuran segala sesuatu (Firdaus, 2018). Salah satu yang ditekankan dalam modernisasi adalah terkait dengan perkembangan teknologi yang lebih maju dan canggih, alat-alat yang digunakan sebgaiian besar sudah menggunakan sistem mesin. Pada era modern manusia lebih banyak mengandalkan teknologi mesin sehingga tidak memerlukan banyak tenaga manusia dan ongkos kerja. Selain menghemat ongkos kerja, penggunaan teknologi mesin juga dapat dimanfaatkan untuk mempercepat produksi dengan jumlah yang banyak. Kecilnya ongkos produksi kemudian mempengaruhi harga jual barang, sehingga barang-barang yang dihasilkan oleh produk teknologi mesin jauh lebih murah dibandingkan dengan produk buatan tangan.

Tradisi pembuatan gerabah dengan teknik sederhana menggunakan tangan merupakan warisan budaya yang didapatkan secara turun menurun. Teknik pembuatan gerabah tersebut sudah dilakukan sejak masa neolitik. Banyak temuan gerabah yang berasal dari masa neolitik yang tersebar di Bali. Salah satu temuan gerabah neolitik yang ditemukan adalah di situs Gua Gede, berdasarkan hasil penelitian menunjukan ciri yang terdapat pada gerabah-gerabah tersebut merupakan budaya neolitik yang dibawa oleh penutur Austronesia yang menghuni Situs Gua Gede (Hidayah, 2017). Gerabah Banyuning merupakan salah satu produk yang dibuat menggunakan teknik tradisional yang sepenuhnya menggunakan tangan dan tenaga manusia. Jika dikaitkan dengan prinsip modernisasi, gerabah Banyuning secara kuantitas tampaknya tidak sama dengan produk yang menggunakan tenaga mesin, karena jumlahnya yang timpang. Meskipun demikian sampai saat ini produksi gerabah Banyuning tampaknya tidak ada penurunan atau tergeser oleh produk modern. Fakta dilapangan menunjukan di Desa Banyuning sampai saat ini terdapat beberapa rumah produksi dirumah penduduk dan toko-toko penjual gerabah.

Gerabah adalah bagian dari keramik yang dilihat berdasarkan tingkat kualitas bahannya. Namun masyarakat ada mengartikan terpisah antara gerabah dan keramik. Ada pendapat gerabah bukan termasuk keramik, karena benda-benda keramik adalah benda-benda pecah belah permukaannya halus dan mengkilap seperti porselin dalam wujud vas bunga, guci, tegel lantai dan lain-lain. Sedangkan gerabah adalah barang-barang dari tanah liat dalam wujud seperti periuk, belanga, tempat air, dll. Pembuatan gerabah di Bali pada awalnya tersebar di beberapa pedesaan, seperti Banjar Basangtamiang (Desa Kapal) dan Banjar Benoh (Desa Ubung) di Kabupaten Badung, Desa Pejaten di Kabupaten Tabanan, Desa Banyuning di Kabupaten Buleleng, Desa Jasi di Kabupaten Karangasem dan di Desa Pering Kabupaten Gianyar. Dari beberapa sentra kriya tersebut yang masih menampakkan aktifitasnya sampai sekarang adalah pembuatan gerabah di Banjar Basangtamiang, Binoh, Pejaten dan Banyuning (Mudra, Muka, & Sunarini, 2009).

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan gerabah Banyuning terdiri dari beberapa bentuk produk seperti *payuk kedas*, *pasepan*, *penogean*, *paso*, *pulu*, *gentong*, *kekeb*, *coblong*, *pulu tegteg*, *sesenden*, *dulang*, *sangkon*, *keren/kampar*, dan pot bunga.



Gambar 1. Produk Gerabah Banyuning Bapak Nengah Pastika  
(Sumber: Putra, 23 April 2022)

Secara umum bentuk gerabah Banyuning memiliki karakternya tersendiri, hal tersebut dapat diketahui sebagai berikut. Bentuk gerabah Banyuning cenderung tebal mulai dari dasar hingga bibir. Permukaan gerabah agak kasar, cenderung mudah pecah karena hanya menggunakan bahan dari tanah lokal tanpa ada campur bahan lainnya yang memiliki daya rekat yang lebih tinggi. Warna gerabah Banyuning coklat kemerahan dan agak cerah, kemungkinan dari proses pembakaran yang rendah dan karakter tanah yang digunakan. Produk gerabah Banyuning yang memiliki karakter khusus tersebut tidak lepas dari proses pembuatannya yang masih sederhana, teknik yang digunakan hampir sama dengan teknik pembuatan gerabah masa neolitik. Menurut informan Kadek Bintang (Wawancara, 23 April 22) selaku pengerajin gerabah mengungkapkan bahwa:

Teknik pembuatan gerabah seperti ini sudah kami warisi sejak turun temurun, saya belajar dari ibu, secara garis besar proses pembuatan gerabah dilakukan mulai dari pengolahan bahan, tahap pembentukan, pengeringan, dan pembakaran. Kami membuat gerabah hanya menggunakan tangan dan beberapa alat bantu seperti kayu dan bantu, jadi kami tidak menggunakan mesin.

Hal tersebut juga ditegaskan kembali oleh Pak Gedoyot, perajin sekaligus pengusaha gerabah lainnya di Banyuning (Wawancara, 23 April 2022) sebagai berikut:

Saya belajar membuat gerabah dari orang tua, semua proses pengerjaan kami lakukan dengan tradisional hanya menggunakan tangan. Bahan yang kami gunakan juga semua berasal dari daerah Buleleng, tanah-tanah yang kami dapatkan pertama dijemur, kemudian di haluskan, diulet, dan siap menjadi adonan. Adonan tersebut kemudian diolah, sehingga berbentuk dengan menggunakan tangan, dan paling sering kami membentuknya menggunakan teknik pijit dengan memutar. Dengan teknik yang sederhana gerabah kami bentuknya sederhana tidak begitu banyak variasi, hanya merujuk pada kegunaan.

Dengan demikian pembuatan gerabah Banyuning masih menggunakan teknik tradisional, dimulai dengan pengolahan bahan yang menggunakan tanah lokal yang didapatkan dari daerah Bungkulan. Tanah kasar yang datang dari lokasi pengambilan tanah dijemur hingga kering,

kemudiang dipukul-pukul menggunakan kayu dan disaring dengan sidi hingga jadi butiran tanah yang terkecil. Tahap selanjutnya tanah tersebut diulet menggunakan tangan secara manual yang dicampur secara perlahan menggunakan air, hingga adonan tanah menjadi kalis. Adonan yang sudah siap kemudian diolah untuk membentuk gerabah, yang dilakukan dengan teknik pijit menggunakan tangan yang dikombinasikan dengan teknik putar. Gerabah yang berbentuk wadah dengan dinding tinggi semacam periuk pada proses pembuatannya menggunakan teknik tatap landas. Gerabah yang sudah terbentuk kemudian dikeringkan menggunakan panas matahari hingga kering, kemudian dibakar dengan api kecil yang menggunakan abu, bekas serut kayu, dan jerami yang dilakukan hingga 2 sampai 3 hari.

Beberapa produk gerabah yang digunakan untuk keperluan upacara mengalami penurunan produksi, karena sudah mulai diganti dengan bahan lainnya yang lebih bagus, seperti berbahan kayu, viber, plastik, perak, kuningan dan lain-lain. Misalnya umat Hindu di Bali sekarang tidak ada lagi yang menggunakan *senden* (dulang yang terbuat dari tanah), melainkan umat sudah menggunakan wanci/dulang yang berbahan kayu atau viber yang kualitasnya lebih tinggi dengan hiasan ukiran dan dicat dengan *perade* (Sucita, 2020).

Fenomena tersebut tentu tidak untuk semua produk gerabah bisa diganti dengan bahan yang lebih bagus, namun masih ada beberapa alat upacara yang memang harus menggunakan bahan tanah karena sifatnya sekali dipakai. Dapat diketahui bahwa bentuk gerabah Banyuning didominasi oleh produk untuk keperluan upacara. Hal ini menunjukkan bahwa kerajinan gerabah Banyuning memiliki hubungan erat yang saling ketergantungan dengan kegiatan keagamaan, khususnya agama Hindu dengan ritual-ritual tertentu yang menggunakan berbagai *upakara* dalam melaksanakan upacara agama. Jadi dalam hal ini dapat juga diketahui bahwa salah satu faktor yang menyebabkan bertahannya tradisi pembuatan gerabah Banyuning adalah kegiatan keagamaan khususnya dalam ritual-ritual agama Hindu. Nengah Pastika (Wawancara, 21 April 2022) menyatakan:

Pesanan yang kami terima dari pemasok gerabah sebagian besar produk untuk keperluan upacara. Dengan demikian kebanyakan gerabah-gerabah yang kami buat adalah untuk keperluan upacara, seperti misalnya; *pasepan, penogean, kekeb, payuk kedas, sesenden, dan dulang*.

Luh Puriasih selaku perajin gerabah menegaskan kembali (Wawancara, 25 April 2022) yang menyebutkan:

Selama menggeluti prosesi sebagai perajin gerabah, beberapa produk yang paling banyak dibuat adalah *pasepan, kekeb, payuk kedas, penogean, dan sesenden*. Hal tersebut mengikuti perintah pemilik usaha, sesuai pesanan yang diminta para pengepul gerabah. Selama bekerja permintaan gerabah untuk keperluan upacara tidak pernah terputus.

Dengan demikian para perajin gerabah Banyuning sebagian besar memproduksi gerabah untuk alat-alat keperluan upacara. Khusus untuk keperluan upacara dikatakan mengalami ketidakseimbangan antara permintaan dengan produksi yang dilakukan. Beberapa faktor yang menyebabkan adalah kurangnya tempat produksi seperti pengeringan dengan sinar matahari terhadap bahan tanah, dan pengeringan setelah proses pembuatan. Faktor berikutnya adalah kurang tenaga kerja yang berminat menggeluti pekerjaan tersebut.

Ajaran agama Hindu khususnya di Bali mengenal lima jenis upacara yang sering dan wajib dilakukan, yang disebut dengan upacara *panca yadnya*, yaitu lima korban suci yang tulus ikhlas. Upacara *panca yadnya* terdiri dari *dewa yadnya* yaitu korban suci yang tulus ikhlas kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* dan seluruh manifestasi-Nya yang biasanya dilakukan dalam upacara *piodalan* di pura atau *merajan* (tempat suci keluarga), *rsi yadnya* adalah persembahan

kepada para *rsi*, *pitra yadnya* adalah persembahan suci yang ditunjukkan kepada para roh-roh suci dan leluhur yang biasanya dilakukan dalam bentuk upacara *ngaben* atau *nyekah*, *manusa yadnya* adalah penyucian secara spiritual terhadap seseorang dari dalam kandungan sampai akhir hidupnya seperti upacara *megecong-gedongan*, *tigabulanan*, *otonan*, *menek kelih* dan *mepades*, *bhuta yadnya* adalah korban suci atau persembahan kepada para *bhuta kala* dan kekuatan alam yang biasanya dilakukan dengan upacara *mecaru* dengan tingkatan tertentu.

## 2. Strategi Komunikasi Dalam Pewarisan Tradisi Pembuatan Gerabah Banyuning

Gerabah mempunyai perkembangan pada fungsinya dari masa neolitik ke *perundagian*, yang dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu fungsi secara sosial ekonomi yang dapat dilihat dari penggunaan gerabah pada masa bercocok tanam dan kehidupan sehari-hari. Fungsi untuk kehidupan religius yang bisa diketahui dengan digunakannya sebagai bekal kubur tempayan, fungsi ini sering digunakan pada masa *perundagian* (Soegondho, 1995).

Gerabah sejatinya tidak hanya masih diproduksi di Bali saja, namun ada juga beberapa tempat didaerah di Indonesia yang masih eksis memproduksinya sampai saat (Alfazri, Selian, & Zuriana, 2016) menyebutkan di Desa Ateuk Jawo Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh, sampai saat ini masih eksis membuat gerabah seperti periuk nasi (*kanot bu*), belanga (*beulangong*) dan cobek (*capah*). Namun ditengah eksistensinya para produsen gerabah menghadapi beberapa problematika. Pertama berkurangnya pengrajin gerabah rata rata yang melakoni adalah usia lanjut. Kedua, ditemukannya perkakas rumah tangga lain yang memiliki fungsi yang sama dengan gerabah. Ketiga, semakin berkurangnya bahan baku yang bisa digunakannya.

Perajin gerabah di Bali juga mengalami problematika yang sama dengan di Aceh, namun sampai saat ini perajin gerabah di Banyuning khususnya tetap eksis karena merupakan mata pencaharian utama serta didukung oleh kebutuhan masyarakat Bali akan kerajinan gerabah yang tinggi. Kebutuhan itu sebagian besar untuk sarana ritual upacara *panca yadnya* yang sudah menjadi nafas kehidupan masyarakat Bali. Untuk merespon permintaan pasar dan juga keberlangsungan usaha keluarga, perajin gerabah Banyuning dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah sudah melakukan upaya-upaya baik internal maupun eksternal. Adapun strategi komunikasi yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

### a. Komunikasi Persuasif kepada Generasi Muda

Memantapkan pilihan generasi muda keluarga perajin gerabah Banyuning untuk meneruskan membuat kerajinan gerabah merupakan tantangan yang berat. Hal ini disebabkan karena ada yang masih menempuh pendidikan dan ada yang memilih bekerja di perkantoran. Generasi muda hanya membantu orang tuanya saat pulang sekolah untuk mengisi waktu luang, membuat kerajinan gerabah bukan dijadikan pekerjaan yang tetap. Proses pembuatan kerajinan gerabah berbahan baku tanah liat yang kotor menjadi alasan untuk tidak terlalu menekuninya.

Berdasarkan hasil wawancara perajin Nyoman Kartini sekaligus pemilik usaha gerabah Banyuning mengungkapkan:

Pembuatan gerabah sudah dilihat oleh anaknya sejak masih kecil, kemudian dia ingin mencoba membuat gerabah dan saya ajarkan sampai bisa seperti sekarang ini. Anak-anak membantu membuat gerabah saat pulang sekolah, saat hari libur dan saat pulang bekerja. Sekarang tanah liat bahan gerabahnya sudah habis, biasanya anak saya yang membantu menyiapkan. Anak saya ada yang bekerja di Setda dan ada yang bekerja di Kominfo (Wawancara, 27 April 2022).

Meskipun menghadapi tantangan yang berat, orang tua tetap melakukan komunikasi persuasif kepada anaknya dan generasi muda untuk belajar membuat kerajinan gerabah. Komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator atau pembicara. Proses komunikasi persuasif mengajak atau membujuk orang lain bertujuan untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat sesuai keinginan komunikator. Ajakan ini bukan berarti paksaan atau ancaman (Burgoon & Ruffer, 2002). Komunikasi persuasif tidak hanya bertujuan untuk memberitahu, tapi juga mengubah sikap, pendapat, atau perilaku (Bruce, 2009).

Strategi komunikasi persuasif ini dilakukan agar orang lain bersedia menerima suatu paham, keyakinan atau melakukan perbuatan, kegiatan dan lain sebagainya. Strategi ini dilakukan dengan *personal contact* yang memungkinkan komunikator mengetahui, memahami, dan menguasai; (1) *frame of reference* komunikasi selengkapnyanya, (2) kondisi fisik dan mental komunikasi sepenuhnya, (3) suasana lingkungan pada saat terjadinya komunikasi, dan (4) tanggapan komunikasi secara langsung (Efendi O. , 2004).

Pada tangan generasi muda tongkat estafet pembuatan kerajinan gerabah ini diserahkan sehingga kelak menjadi pewaris usaha keluarga dan menjaga tradisi di Desa Banyuning. Berada di tengah-tengah keluarga dan lingkungan yang kesehariannya menekuni kerajinan gerabah memudahkan proses komunikasi persuasif kepada generasi muda. Merujuk pada hasil penelitian perajin gerabah Banyuning sejatinya telah melakukan komunikasi secara persuasif terhadap anaknya. Komunikasi yang dilakukan dengan ketekunan pekerjaan yang dilakukan perajin, kemudian dilihat secara langsung secara terus menerus oleh anaknya, dan pada akhirnya anak tersebut memiliki ketertarikan tersendiri untuk belajar membuat gerabah. Dalam proses komunikasi tersebut tampak tidak ada unsur paksaan yang dilakukan oleh perajin, namun lebih pada proses penunjukan sikap dan perilaku yang menunjukkan kecintaan terhadap pekerjaannya.

Pentingnya strategi komunikasi persuasif orang tua selaku pengerajin sekaligus pemilik usaha gerabah kepada generasi muda karena berpengaruh untuk keberlangsungan tradisi pembuatan gerabah Banyuning. Tanpa ajakan dan pengaruh orang tua kepada generasi muda untuk menumbuhkan rasa memiliki terhadap budaya sendiri, dikhawatirkan tradisi pembuatan gerabah Banyuning ini krisis regenerasi dan pada akhirnya tinggal kenangan.

#### b. Inovasi Produk Kerajinan Gerabah

Kerajinan gerabah yang di produksi selama ini memang sebagian besar adalah untuk kebutuhan rumah tangga dan upacara. Untuk meningkatkan hasil produk dan memperluas jangkauan pasar, para perajin gerabah Banyuning sampai saat ini sudah pernah mendapatkan *workshop* atau pelatihan yang diinisiasi oleh pemerintah. Dalam pelatihan tersebut para perajin yang saat terakhir melakukan pelatihan dengan jumlah 20 perajin, diberikan pelatihan terkait penggunaan dan pengolahan bahan, teknik pembuatan, kreasi bentuk produk dan *finishing* untuk menarik perhatian pembeli. Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan menunjukan saat ini perajin gerabah di Banyuning sudah mulai melakukan pengembangan produk dengan berbagai inovasi yang selalu di coba. Beberapa produk inovasi yang dihasilkan seperti pot atau vas bunga, guci, piring, mangkuk hingga tegel relief. Salah satu perajin yang kesehariannya menjadi pegawai kantor desa, disela-sela kesibukannya telah mencoba berinovasi kerajinan gerabah berbentuk kodok yang dibuat untuk tempurung rokok.

Usaha pengembangan produk gerabah dengan inovasi-inovasi baru memang seharusnya sudah dilakukan oleh perajin. Adiputra dalam penelitiannya menyebutkan salah satu rumah produksi gerabah di Pejaten I Wayan Kuturan telah melakukan inovasi dengan cara menerapkan berbagai macam-macam bentuk pada produknya, hal tersebut dilakukan guna menghindari

kemonotonan. Produk gerabah yang disebut gaya kuturan dibuat berupa patung taman, celengan, relief terakota dan lampu taman. Sebagian besar produk yang dihasilkan berbentuk tiga dimensi berupa manusia, binatang, cerita pewayangan dan pelinggih. Pembuatannya memerlukan proses panjang, rumit dan detail, sehingga memiliki nilai jual yang lebih mahal (Adiputra, 2018).

Sudah seharusnya para perajin gerabah Banyuning untuk terus menerus melakukan inovasi pada produknya, tidak hanya untuk menghindari kemonotonan melainkan untuk membuka ruang pasar baru. Dengan banyaknya produk yang bermacam rupa akan dapat memberikan warna baru terhadap hasil gerabah, jadi hal tersebut juga dapat menarik daya beli konsumen. Monika mengungkapkan strategi komunikasi masyarakat kampung Jelekong dalam mewariskan seni lukis, yaitu dengan cara memberikan workshop ke sekolah-sekolah, mengembangkan ide-ide baru yang kreatif dan kekinian agar generasi muda lebih tertarik untuk meneruskan. Adapun peran yang dilakukan oleh pelukis senior untuk meneruskan keahliannya, adalah mengajarkan generasi muda dengan pola sederhana tidak secara formal. Dalam hal ini salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menarik peminat para generasi penerus kerajinan gerabah adalah dengan mengembangkan ide-ide baru yang kreatif dan kekinian (Monika & Widiastuti, 2020).

Selama ini produk kerajinan gerabah Banyuning lebih banyak untuk perlengkapan ritual upacara yadnya seperti *payuk kedas*, *coblong* atau *caratan*, *kekeb*, *paso*, *cubek* dll. Kerajinan gerabah yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan ritual, sekarang menjadi produk interior dan eksterior. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya memenuhi kebutuhan ritual upacara yadnya perlu dibuatkan produk gerabah yang lebih kreatif dan inovatif. Membuat produk kerajinan gerabah yang kreatif merupakan strategi komunikasi untuk penyegaran dan pembaharuan produk gerabah Banyuning. Dengan adanya produk cinderamata ini nanti bisa ditawarkan kepada wisatawan yang berkunjung ke Buleleng. Harapan ke depannya saat permintaan produk kreatif gerabah Banyuning meningkat, maka generasi muda semakin banyak yang tertarik menekuni kerajinan gerabah. Tradisi pembuatan gerabah Banyuning akan terus bertahan di tengah modernisasi karena mengikuti tren kekinian.

Pada tahun 2019 Universitas Pendidikan Ganesha melakukan penelitian ke Banyuning dan mendorong perajin gerabah melakukan diversifikasi produk. Kelompok perajin diajak membuat souvenir sederhana dengan bahan dasar tanah liat. Souvenir itu berupa hiasan kulkas maupun patung mini. Bentuknya bermacam-macam, mulai dari ikan, kura-kura, bunga kamboja, bintang laut, mas-masan, kepiting, serta kelinci. Ada pula produk gerabah yang identik dengan ikon Buleleng, yakni lumba-lumba serta singa. Produk yang dihasilkan pun layak dijadikan benda koleksi (Disbud, 2019).

### c. Pameran Produk Kerajinan Gerabah

Salah satu kegiatan yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya adalah promosi, pemilik usaha dapat menjelaskan manfaat dari produknya dan meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli. Adapun variabel yang terkandung dalam bauran promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publitas (Herlambang, 2014). Dalam kegiatan tersebut penjual dengan pembeli bisa berinteraksi langsung, dan pada kesempatan tersebut penjual bisa merayu pembeli untuk mengetahui lebih jelas produknya hingga konsumen mau membeli produknya. Salah satu promosi dalam bentuk kontak langsung antara penjual dan pembeli yang bisa dilakukan adalah dalam kegiatan pameran. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh berbagai kalangan, baik dari perkumpulan pengrajin, para pemilik UMKM, lembaga swasta dibidang perekonomian, industri, lembaga perguruan tinggi maupun dari pihak pemerintah atau Pemda.

Gerabah Banyuning selama ini hanya digunakan untuk kebutuhan upacara keagamaan (Hindu) saja. Itu sebabnya benda-benda yang di produksi oleh pengrajin Banyuning pun terbatas pada kebutuhan upacara keagamaan, misalnya *cubek* (tempat tulang mayat), *kekeb* (tempat api), *cobleng* dan *caratan* (tempat air suci), dan lain-lain. Produk kerajinan ini meski berjalan dengan baik, memiliki pasar yang cukup luas, dan bertahan dari satu generasi ke generasi lainnya, sesungguhnya masih banyak potensi keterampilan yang bisa dikembangkan oleh para perajin gerabah Banyuning ini. Namun, Ada dua kendala yang dihadapi para perajin itu, yaitu masalah produksi dan masalah manajemen (Undiksha, 2017). Gerabah Banyuning bagi kalangan akademis merupakan produk yang sangat autentik dan memiliki karakternya tersendiri sehingga sampai saat ini masih bisa bertahan. Namun dalam hal pemasaran para pengusaha masih mengalami kendala untuk mengembangkan usahanya, dengan melihat kendala tersebut gerabah Banyuning kemudian dipamerkan untuk memperkenalkan produknya untuk lebih luas.

Kegiatan pameran ini memerlukan dukungan berbagai pihak termasuk pemerintah dalam memberikan anggaran untuk promosi. Jika merujuk pada prinsip promosi tersebut semakin sering melaksanakan pameran, yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara langsung, tentunya daya beli produk akan semakin meningkat. Dengan demikian diharapkan produk kerajinan gerabah Banyuning semakin dikenal dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas sampai ke luar Bali bahkan ke luar negeri. Semakin terkenal produk gerabah Banyuning tentunya akan menumbuhkan kepercayaan diri pada generasi muda, karena produk yang di miliki diakui oleh banyak orang dengan nilai ekonomi yang tinggi.

### **3. Implikasi Strategi Komunikasi Dalam Pewarisan Tradisi Pembuatan Gerabah di Desa Banyuning**

Tradisi pembuatan gerabah di Banyuning merupakan sebuah identitas budaya yang dimiliki oleh masyarakat Banyuning, dengan demikian strategi komunikasi dalam pewarisan budaya sangat dibutuhkan demi keberlanjutannya. Pemuda yang merupakan pewaris kebudayaan leluhurnya kemudian merasakan sebuah tantangan yang sangat berat, karena gempuran budaya yang dibawa dalam arus globalisasi. Arus globalisasi semakin kuat dengan dukungan teknologi yang sangat mudah dijangkau oleh setiap orang terutama anak-anak muda yang sangat cepat beradaptasi terhadap teknologi modern. Hal ini tentunya menjadi ancaman terhadap budaya-budaya kelokalan mengingat peran pemuda sebagai pewaris telah mengenal banyak budaya yang baginya lebih memberikan kenyamanan. (Mumpuni & Nurpratiwiningsih, 2018) menyebutkan, dengan adanya konseling lintas budaya maka penanaman nilai-nilai tersebut kepada masyarakat akan membawa masyarakat untuk mampu beradaptasi dan memegang teguh nilai-nilai pada dirinya saat bersaing di dunia global.

Perajin gerabah Banyuning telah melakukan berbagai upaya dalam usaha untuk mempertahankan pembuatan gerabah bagi generasi muda. Komunikasi telah dibangun mulai dari rumah tangga antara orang tua dengan anak maupun secara verbal dengan melihat langsung fenomena penjualan dan permintaan produk gerabah yang tinggi. Dengan adanya strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning terdapat beberapa implikasi yang ditimbulkan berdasarkan hasil pengamatan dilapangan, sebagai berikut:

#### **a. Menumbuhkan kesadaran terhadap budaya sendiri**

Strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah di Banyuning telah menumbuhkan kesadaran anak muda Banyuning bahwa telah memiliki tradisi dan budaya yang memang benar-benar berharga baik secara ekonomi maupun secara ikonik. Gempuran budaya lain memang susah dihalau di era globalisasi ini, dukungan alat-alat atau media dengan teknologi

modern juga menjadi senjata yang sangat membahayakan bagi keberlanjutan budaya lokal yang memiliki nilai tinggi bagi masyarakat penganutnya. Sikap anak muda cenderung lebih cepat menerima budaya luar, karena berbagai alasannya yang salah satunya adalah kepentingan gaya hidup. Fenomena tersebut wajib direspon dengan cepat guna menghindari kenyamanan dan keleluasaan generasi muda dalam menyelami masuknya budaya luar. Salah satu langkahnya adalah dengan membangun komunikasi antara orang tua dengan anak untuk menumbuhkan kesadaran anak muda untuk selalu menjaga warisan budaya yang telah di miliki dan wajib untuk dilanjutkan. Kesadaran anak muda terhadap budaya sendiri merupakan sebuah bangunan pola pikir yang sangat penting, dengan adanya rasa sadar terhadap budaya sendiri, gempuran budaya luar akan terbandung dan cenderung selektif jika memang benar-benar diperlukan.

#### b. Munculnya rasa memiliki

Kesadaran yang dimiliki oleh anak muda kemudian menghantarkan pada munculnya rasa memiliki budaya sendiri. Kekawatiran para perajin sangatlah tinggi terhadap penerusan tradisi yang di miliki, hal ini merujuk pada produk yang di hasilkan adalah barang yang sangat dibutuhkan. Banyak hal telah dilakukan para perajin untuk membangun rasa memiliki bagi penerusnya. Memberikan gambaran secara umum terkait budaya yang dimiliki, artinya dalam bentuk komunikasi apapun selalu diingatkan bahwa tradisi yang di miliki itu adalah warisan leluhur yang tentu patut untuk diwariskan secara turun temurun. Mengajak secara langsung generasi muda dalam kegiatan pembuatan gerabah mulai dari proses pengolahan bahan, pembentukan gerabah, pengeringan hingga proses distribusi atau pemasaran. Tahap selanjutnya adalah dengan memberikan umpan balik karena telah mau mengikuti kegiatan, baik nanti dijadikan sebagai pewaris usaha maupun dalam waktu dekat memberikan peluang untuk menikmati usahanya.

#### c. Menumbuhkan minat anak muda dalam pembuatan gerabah

Di era modernisasi minat anak muda sangat banyak dan beragam sesuai pengaruh budaya yang di ikuti. Munculnya rasa minat pada dasarnya tidak lepas dari apa yang di temukan dalam kesehariannya. Semakin dekat dan semakin intens yang di geluti dan ikuti, akan semakin dekat pula rasa yang di miliki terhadap budaya tersebut. Dengan dibangunnya kesadaran terhadap budaya sendiri dan munculnya rasa memiliki yang di alami, hal tersebut menjadi pendorong pada saatnya menumbuhkan minat untuk belajar membuat gerabah. Hasil pengamatan dilapangan menunjukan cukup banyak pengerajin gerabah yang memiliki usia muda, rata-rata adalah anak-anak yang masih sekolah. Disela-sela kesibukannya sekolah, bisa tetap meluangkan waktunya untuk ikut bekerja membuat gerabah. Minat untuk ikut membuat gerabah timbul karena berbagai alasan, baik karena ajakan orang tua, kepentingan ekonomi dan rasa ingin tahu untuk bisa membuat gerabah. Salah satu tempat usaha yaitu di tempat Bapak Nengah Pastika saat ini telah memiliki pekerja anak muda dengan jumlah 2 orang dari 8 orang pekerja yang beliau miliki.

#### d. Bertahannya tradisi pembuatan gerabah

Tradisi pembuatan gerabah Banyuning saat ini masih berjalan dengan baik, dan beberapa tempat usaha mengakui tidak bisa memenuhi permintaan yang cukup banyak, baik karena kurangnya pekerja maupun karena cuaca, mengingat sistem kerja digunakan masih tradisional yang mengandalkan terik matahari. Kurangnya perajin gerabah merupakan salah satu kendala pemenuhan pasar gerabah, dengan demikian strategi komunikasi dalam pewarisan pembuatan gerabah hal ini menjadi salah satu cara untuk mempertahankan dan meningkatkan produksi gerabah. Jika dibandingkan perajin gerabah Banyuning saat didominasi oleh orang-orang yang usianya diatas 40 tahun keatas. Dalam hal ini peran pemuda sangatlah penting sebagai pewaris tradisi yang kedepannya akan menjadi pemegang aset budaya tersebut. Upaya pewarisan yang

dilakukan oleh perajin terlihat cukup direspon baik oleh anak muda, hal tersebut ditunjukkan dengan masing-masing tempat usaha memiliki pekerja yang berusia muda dan masih sekolah. Perajin senior atau pemilik usaha memberikan keleluasaan waktu terhadap perajin muda, mengingat harus berbagi waktu dengan kewajibannya di sekolah. Dengan kerengangan waktu yang diberikan generasi muda pewaris tradisi, pembuatan gerabah yang dilakukan akan merasa nyaman tidak ada tekanan baginya, karena saat ini masih pada tahap adaptasi terhadap pembuatan gerabah. Dengan adanya peran anak muda tersebut, tentunya kedepan tradisi pembuatan gerabah dapat bertahan maupun tetap berjalan dan juga bisa memenuhi kebutuhan pasar. Berdasarkan pemaparan di atas implikasi strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah di Banyuning dapat diketahui dari berbagai bentuk respon yang dilakukan oleh generasi muda penerus. Generasi muda menjadi sadar dengan budaya yang di miliki, dan mewariskan dari leluhurnya. Komunikasi yang intensif dilakukan oleh orang tua dengan anak mampu mendoktrin anak-anak dari para perajin, hingga merasakan kepemilikan tradisi yang di sadari sebagai miliknya dan wajib untuk meneruskan. Generasi muda kemudian memberikan respon yang positif terhadap kesadarannya yang merasa memiliki tradisi pembuatan gerabah yang bisa menjamin hidupnya, kemudian mulai belajar untuk membuat gerabah dan mempelajari pola produksi dan pola distribusi yang harus dijalankan kelak sebagai pewaris usaha. Dengan demikian tradisi pembuatan gerabah Banyuning tetap bisa bertahan di tengah gempuran arus modernisasi.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu simpulan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan rumusan masalah sebagai berikut. Gerabah Banyuning tampaknya masih eksis sampai saat ini, meskipun harus bersaing dengan alat-alat yang lebih modern. Produksi gerabah Banyuning sampai saat ini masih tetap jalan sesuai dengan pesanan yang diterima, yang kebanyakan digunakan untuk keperluan upacara, prabot rumah tangga maupun sebagai hiasan berupa pot bunga. Gerabah Banyuning memiliki karakter khusus yang berbeda dengan gerabah lainnya, hal tersebut dikarenakan masih menggunakan bahan dan teknik yang sederhana yang hampir sama dengan teknik pembuatan gerabah masa neolitik. Bertahannya penggunaan gerabah oleh masyarakat saat ini adalah karena kualitas gerabah belum bisa digantikan dengan produk lainnya. Faktor lain yang menyebabkan bertahannya tradisi pembuatan gerabah Banyuning adalah kegiatan keagamaan khususnya dalam ritual-ritual agama Hindu.

Strategi komunikasi yang dilakukan perajin dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah Banyuning yaitu komunikasi persuasif kepada generasi muda supaya tumbuh rasa memiliki sehingga mau meneruskan tradisi pembuatan gerabah. Produk kerajinan gerabah Banyuning memerlukan inovasi supaya bisa menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya untuk keperluan upacara *yadnya* saja. Produk kerajinan gerabah yang kreatif mengikuti tren kekinian perlu ditampilkan dalam pameran untuk mengenalkan pada konsumen. Dengan demikian diharapkan penjualan produk kerajinan gerabah Banyuning semakin meningkat. Implikasi strategi komunikasi dalam pewarisan tradisi pembuatan gerabah Banyuning yaitu mampu menumbuhkan kesadaran terhadap budaya sendiri bagi generasi muda. Munculnya rasa memiliki terhadap produk budaya daerahnya, menumbuhkan minat anak muda dalam pembuatan gerabah yang kemudian bisa di tekuni sebagai salah satu profesi untuk menunjang hidup. Dengan adanya peran pemuda sebagai pewaris yang aktif terjun mengikuti aktivitas pembuatan gerabah hal ini tentunya menyebabkan bertahannya tradisi pembuatan gerabah di Desa Banyuning, karena produksi bisa dilakukan meskipun para perajin yang sudah umur harus berhenti bekerja.

## Daftar Pustaka

- Adiputra, K. (2018). Inovasi Kerajinan Gerabah I Wayan Kuturan Di Desa Pejaten Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. Prabangkara. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 127-137.
- Alfazri, A., Selian, R., & Zuriana, C. (2016). Kerajinan Gerabah Di Desa Ateuk Jawo Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Seni, Drama, Tari & Musik*, 22 31.
- Ardika, I. (1988). *Ekskavasi Arkeologi di Desa Pacung, Sembiran dan Julah, Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng*. Denpasar: Fakultas Sastra Universitas Udayana.
- Ardika, I. W. (2007). *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Bruce, A. (2009). *Communication Skills for Pharmacists: Building Relationships, Improving Patient Car*. America: America Pharmacists Association.
- Burgoon, M., & Ruffer, M. (2002). *Human Communication*. London: Allyn & Bacon Inc.
- Disbud. (2019, Mei 29). *Kerajinan Gerabah Desa Banyuning Buleleng*. Retrieved Agustus 10, 2019, from <https://disbud.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/kerajinan-gerabah-desa-banyuning-buleleng-86>
- Efendi, O. (1986). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Efendi, O. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Firdaus. (2018). Modernisme (Suatu Kajian Akademis dan Historis). *AL-QALAM*, 41-55.
- Gunawijaya, I., & Putra, A. (2020). Makna Filosofis Upacara Metatah dalam Lontar Eka Prathama. *Vidya Darsan: Jurnal Mahasiswa Filsafat Hindu*, 1 (1), 77 86.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar – Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Kdt.
- Hidayah, A. (2017). Jejak Austronesia Di Situs Gua Gede, Pulau Nusa Penida, Bali. *Forum Arkeologi*, 1-10.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Monika, D., & Widiastuti, N. (2020). Strategi Komunikasi Masyarakat Kampung Jelekong Dalam Mewariskan Seni Lukis. *Mediakom*, 58-69.
- Mudra, I. W., Muka, I. K., & Sunarini, N. M. (2009). *Studi Eksistensi Gerabah Tradisional*. Denpasar: Fakultas Seni Rupa dan Design ISI Denpasar.
- Mumpuni, S., & Nurpratiwiningsih, L. (2018). Pendidikan Multikultural sebagai Upaya Menghadapi Pergeseran Budaya di Era Milenial. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 1-10.
- Sedyawati, E. (1997). Konsep dan Strategi Pelestarian Warisan Budaya. *Internasional Whorkshop on Balinese Cultural Heritage*. Denpasar.
- Soegondho, S. (1995). *Tradisi Gerabah di Indonesia dari Masa Prasejarah Hingga Masa Kini*. Jakarta: Himpunan Gerabah Indonesia.
- Sucita, D. N. (2020). Eksistensi Tradisi Pembuatan Gerabah Tradisional Dalam Kaitannya Dengan Pelaksanaan Upacara Agama Hindu Di Desa Bayuning, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Widya Sastra Pendidikan Agama Hindu*, 28 42.
- Undiksha. (2017, Oktober 12). *Gelar Pameran Gerabah Elemen Estetik Rumah Etnik*. Retrieved Agustus 10, 2022, from <https://undiksha.ac.id/p2m-ibm-undiksha-gelar-pameran-gerabah-elemen-estetik-rumah-etnik/>