

Alih wahana folklor Indonesia dalam tumbler kopi

A transformation of Indonesian folklore in a coffee tumbler

Gunawan Wiradharma^{1)*}, Zul Fahmi²⁾, dan Melisa Arisanty³⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka

³⁾Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, UIN Syarif Hidayatullah

³⁾Jurusan Ilmu Komunikasi dan Informasi, Universitas Terbuka

¹⁾³⁾ Jl. Pd. Cabe Raya, Pd. Cabe Udik, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten
15418

²⁾ Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat Tangerang Selatan Banten, 15412

Diserahkan 27 Juli 2021 / Disetujui 7 Februari 2022

ABSTRACT

At the moment era of digitalization, the development of folklore culture has changed drastically. Folklore, which was originally known as an oral tradition, was gradually eroded, destroyed, and transformed into something new. The purpose of this research is to find out how to transfer a folklore tradition into a Starbucks coffee tumbler. Qualitative followed by descriptive narrative method is the type of method used in this study indicate that the process of transferring the folklore tradition into the form a Starbucks coffee in the form of shrinking and varied changes. the shrinking of the transfer of oral folklore into a Starbucks coffee tumbler is very much dominated by the substructure of characters and plots. Meanwhile, in the form of non-verbal folklore, it displays the shape of the building, traditional clothes, and the technology used by the area. This research also shows that the transfer of folklore traditions into the form of a tumbler brings a crucial and big idea for cultural preservation and environmental care.

Keywords: Folklore, Transformation, and Starbucks Coffee Tumbler.

ABSTRAK

Pada era digitalisasi perkembangan budaya folklor mengalami perubahan. Folklor yang semula dikenal sebagai tradisi lisan lamban laun terkikis, musnah, dan bertransformasi menjadi bentuk yang baru, seperti sinetron, film, dan musik. Tujuan penelitian adalah mengetahui bagaimana proses alih wahana suatu tradisi folklor ke dalam tumbler kopi Starbucks. Kualitatif dengan metode deskriptif naratif merupakan jenis dan metode penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses alih wahana tradisi folklor ke dalam bentuk tumbler kopi Starbucks mengalami perubahan yang signifikan, berupa penciutan dan perubahan variatif. Penciutan pada alih wahana folklor lisan ke dalam tumbler kopi Starbucks sangat didominasi pada substruktur tokoh dan alur. Dalam bentuk folklor nonlisan lebih menampilkan bentuk bangunan, baju adat, dan teknologi yang digunakan oleh daerah tersebut. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa alih wahana tradisi folklor ke dalam bentuk tumbler membawa suatu gagasan yang krusial dan besar untuk pelestarian budaya dan kepedulian lingkungan.

Kata Kunci: Alih Wahana, Folklor, dan Tumbler Kopi Starbucks.

*Korespondensi Penulis:

E-mail: gunawan.wiradharma@ecampus.ut.ac.id

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi perkembangan budaya folklor mengalami perubahan secara drastis. Perubahan ini tentu dapat dilihat dengan dua sudut pandang yang berbeda. Pada satu sisi, perkembangan digital membuat evokasi budaya folklor menjadi lebih mudah diakses oleh orang-orang yang berada di luar lingkungan suatu daerah tersebut. Katakanlah masyarakat Jakarta jadi dengan mudahnya mengetahui tentang budaya folklor yang berada di daerah Makassar, yaitu folklor lisan *Putri Mandalika* atau yang berada di daerah Bali, yaitu tentang folklor lisan *Wisnu Garuda Kencana*.

Di sisi lain perkembangan digital juga pada akhirnya menjadi bumerang untuk eksistensi folklor itu sendiri. Esensi dari folklor yang semula diartikan sebagai sastra lisan lambat laun terkikis, musnah, dan bertransformasi menjadi sesuatu yang baru, seperti sinetron, film, dan musik. Pelestarian folklor yang tidak berjalan baik ditambah dengan kurangnya minat masyarakat milenial dengan isu-isu yang berbau “kolot” menjadi penyebab kepunahan dari folklor itu sendiri. Fenomena di atas menimbulkan kegelisahan peran akademik dalam menyikapi perputaran budaya berbasis folklor yang terancam punah.

Pada hakikatnya *folklore* merupakan bentuk majemuk dari dua kata, yaitu *folk* dan *lore*. Alan Dundes (dalam Pudentia MPSS, 2015) menerangkan bahwa *folk* diartikan sebagai ciri-ciri pengenalan fisik, sosial, dan kebudayaan yang diakui oleh suatu sekelompok tertentu serta telah diwariskan secara turun-temurun, sedangkan *lore* adalah tradisi *folk* itu sendiri yang secara spesifik diwariskan melalui tradisi lisan, gerak isyarat atau alat pengingat (Pudentia MPSS, 2015). Jadi, secara singkatnya folklor adalah adat dan pengetahuan mengenai rakyat, bisa berupa kostum, adat-istiadat, kepercayaan, peralatan, juga keseniannya, yang diwariskan secara turun temurun dan berkembang dikalangan masyarakatnya.

Brunvand dalam Endaswara menggolongkan folklor ke dalam tiga kelompok, yakni (1) folklor lisan (*verbal folklore*) seperti ujaran rakyat (*folk speech*), yang bisa dirinci dalam bentuk mite, nyanyian rakyat, legenda, pertanyaan rakyat, ungkapan, dialek, julukan, ungkapan, kalimat tradisional, dan sebagainya. (2) folklor sebagian lisan (*partly verbal*) seperti kepercayaan rakyat, adat-istiadat, pesta, dan permainan rakyat. (3) folklor bukan lisan (*non-verbal folklore*) seperti folklor material, seni kriya, arsitektur, busana, mainan, dan lain-lain. Folklor-folklor tersebut terkompres menjadi tiga wujud: (1) dalam bentuk oral dan verbal (*mentifacts*), (2) kinesilogik (berupa kebiasaan dan *sosiofacts*), dan (3) material (*artefacts*) (Endaswara, 2009).

Untuk membedakannya dengan kebudayaan universal, Danandjaja (dalam Chaer, 2017) menjelaskan bahwa folklor memiliki ciri-ciri: a) bersifat tradisional; b) penyebaran dan pewarisannya bersifat lisan; c) milik bersama (kolektif); d) bersifat anonim; e) mempunyai fungsi dalam kehidupan bersama kolektifnya; f) biasanya mempunyai bentuk berumus; g) bersifat pralogis; h) ada eksis dalam versi-versi bahkan varian yang berbeda; dan i) pada umumnya bersifat polos dan lugu.

Melihat jurang kepikunan yang menjembatani kedua sudut pandang ini cukup jauh, berbagai upaya pun dilakukan untuk merajut kembali hubungan terhadap budaya tersebut. Salah satu cara kreatif yang kental dengan sarat “milenial” adalah dengan mentransformasinya menjadi produk yang kekinian, seperti *tumbler* yang diproduksi oleh Starbucks Corporation.

Pada tahun 2020, dalam rangka merayakan Starbucks 18th Anniversary, Starbucks meluncurkan serangkaian *merchandise* eksklusif bertema ‘*Folklore City Collection*’. Koleksi eksklusif yang diangkat oleh Starbucks diambil dari cerita rakyat atau folklor yang ada di berbagai daerah di Indonesia, misalnya Palembang, Jakarta, Makassar, Yogyakarta, Bandung, Lombok, Semarang, Surabaya, Pekanbaru, Bali, dan Medan. Produk-produk yang hadir pun sangat unik dan beragam. Mulai dari koleksi Starbucks Card, buku album untuk koleksi Starbucks Card, hingga koleksi cerita rakyat yang dikemas dalam bentuk *tumbler*.

Proses kreatif itulah yang dimaksud oleh Sapardi sebagai alih wahana atau pengubahan suatu karya sastra menjadi karya seni lainnya, dari folklor yang menjadi *cover tumbler*.

Penerjemahan, penyaduran, pengubahan, pentransformasian, atau pemindahan satu jenis kesenian ke jenis kesenian lain adalah cakupan kegiatan yang terdapat dalam alih wahana (Damono, 2018). Wahana ini juga dapat diartikan sebagai medium untuk mengungkapkan, mencapai, atau memamerkan gagasan atau perasaan sehingga menurut hemat penulis pendefinisian alih wahana ini tidak hanya terikat antara sastra dengan seni saja, tetapi menyangkut seluruh aspek pemindahan dan pengubahan dari berbagai ilmu pengetahuan menjadi karya seni.

Hubungan antarmedia dalam diskursus alih wahana memang tidak dapat dipisahkan. Setidak-setidaknya terdapat dua konsep penting yang dikemukakan oleh Sapardi. *Pertama*, wahana diartikan sebagai medium yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu; *Kedua*, wahana juga dapat diartikan sebagai alat untuk memindahkan suatu hal dari satu tempat ke tempat lain. ‘Sesuatu’ yang dimaksud dalam tulisan ini bisa berwujud gagasan, pesan moral, intuisi, atau ‘sekadar’ suasana (Damono, 2018). Dengan demikian, hermafrodit dari masing-masing media yang tentunya dengan berbagai perbedaan, pemahaman, dan keindependennya itu dapat dijembatani.

Selain itu, perpindahan dari folklor yang merupakan bentuk dari sastra lisan, menjadi tumbler kopi adalah salah satu dari pengaktualisasian konsepsi sastra bandingan. Istilah sastra bandingan, menurut Wellek dan Warren (dalam Endaswara, 2014), dalam praktiknya menyangkut pula bidang studi sastra dengan masalah lain. Konsepsi ini pertama kali digunakan untuk studi sastra lisan, terutama cerita-cerita rakyat dan migrasinya, serta bagaimana dan kapan suatu cerita rakyat masuk ke dalam penulisan sastra yang “lebih artistik” (Endaswara, 2014). Merembaknya sastra lisan yang banyak mengalami penyesuaian dan rekayasa menyebabkan semakin kompleks dan menggoda para ilmuwan untuk dianalisis lebih lanjut.

Pemunculan *merchandise* eksklusif bertema ‘*Folklore City Collection*’ yang diproduksi oleh Starbucks Corporation secara tidak langsung menyadarkan kita bahwa sebenarnya isu-isu kedaerahan atau hal-hal yang bersangkutan dengan kebudayaan merupakan suatu hal yang masih dianggap menarik untuk diproduksi secara massal ke publik. Di sisi lain, Starbucks pun merupakan salah satu perusahaan yang kedai kopinya tersebar hampir di seluruh Indonesia. Salah satu cara untuk mengakrabkan diri dengan para penikmat kopi adalah dengan mengusung budaya setempat agar Starbucks, kopi, dan penikmatnya terasa dekat dan erat. Artinya, suatu perusahaan akan masih memanfaatkan isu-isu lawas ini untuk kepentingan profit dan komoditi mereka dan sebagai lembaga bisnis, bentuk pengalihwahanaan dari folklore menjadi tumbler dalam konteks komodifikasi budaya dengan tujuan mencari keuntungan.

Fenomena ini kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana alih wahana suatu tradisi folklor ke dalam tumbler kopi Starbucks? Apakah proses alih wahana mengalami perubahan pada cerita suatu folklor secara signifikan? Apakah proses ini justru melunturkan lokalitas budaya tersebut atau bahkan sebaliknya? Berdasarkan pertanyaan inilah kemudian muncul “Folklor Indonesia dalam Tumbler Kopi: Suatu Kajian Alih Wahana” sebagai judul untuk tulisan ini.

Penelitian yang membahas tentang alih wahana folklor lisan ke dalam tumbler memang belum pernah dilakukan. Namun, setidaknya ada beberapa penelitian yang beririsan dengan kajian yang akan peneliti lakukan. Salah satunya yaitu penelitian dengan judul *Transformasi Cerita Rakyat Jamarun Ke Pertunjukan “Cahaya Memintas Malam/The Light Within a Night”* yang ditulis oleh Sahlan dkk. Diadakannya penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana proses transformasi folklor lisan ke dalam bentuk pertunjukan. Teori penelitian ini merujuk pada teori transformasi yang dicetuskan oleh Michael Riffatere. Penulis menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini membuahkan hasil, yakni ditemukan adanya konsep konversi dan ekspansi dalam pertunjukan CMM, serta ditemukan bahwa ternyata perbedaan latar budaya tidak dapat membatasi kerja kreatif. Cerita rakyat yang dipilih sebagai poros utama cerita pada

akhirnya mampu memperkenalkan gagasan kolektif masyarakat yang bersangkutan (Mujtaba, 2019).

Kajian tentang alih wahana juga pernah diteliti oleh Ni Luh Gede Diah dkk dengan judul *Alih Wahana Cerita Rakyat Momotaro dari Ehon Menjadi Kashi dan Anime*. Tujuan penelitian ini tidak lain untuk memberikan pengetahuan mengenai alih wahana karya sastra, serta untuk mendeskripsikan alih wahana salah satu cerita rakyat Jepang yang berjudul *Momotaro* dari sebuah buku cerita bergambar (*ehon*) menjadi lirik lagu (*kashi*) dan animasi (*anime*). Penulis menggunakan metode pustaka yang dibantu dengan teknik simak catat. Penelitian Diah dkk membuah hasil bahwa *ehon* yang dialihwahanakan ke dalam bentuk *kashi* menyebabkan terjadinya penciptaan dan perubahan bervariasi tanpa adanya penambahan pada unsur intrinsik dalam *kashi*. Sedangkan alih wahana *ehon* menjadi *anime* menyebabkan penciptaan, penambahan, dan perubahan bervariasi pada unsur intrinsik dalam *anime* (Padmiani et al., 2017).

Ninda Dwi Laras dengan judul penelitian *Kajian Bandingan Alih Wahana Cerita Rakyat Nusantara Dengan Video Animasi Youtube Sebagai Bahan Ajar Siswa SMP* juga dilakukan sebagai apresiasi khazanah kesusastraan Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk penyusunan bahan ajar cerita rakyat Nusantara dari animasi dan teks, juga untuk mengetahui struktur faktual cerita rakyat Nusantara yang diubah menjadi animasi di youtube dan teks, serta mengetahui hubungan hipertekstualitas di antara keduanya. Adapun metode yang digunakan oleh Ninda adalah kualitatif deskriptif. Simpulan penelitian menunjukkan adanya penemuan kategori antara animasi dan teks yang ditampilkan. Kategori tersebut tidak hanya kategori nolstasia yang ditemukan dalam animasi, namun juga yang berkategori afirmasi (Laras, 2019).

Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana alih wahana tradisi folklor ke dalam tember kopi Starbucks. Oleh karena itu, teori Alih Wahana Damono dan teori Strukturalis dirasa mata pisau yang tepat untuk digunakan sebagai bahan analisis objek penelitian ini.

Penelitian ini penting dilakukan karena bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai alih wahana dan bagaimana pengaplikasiannya. Secara spesifik, tujuan penelitian ini juga akan membahas bagaimana isu kedaerahan yang telah terlupakan ini mampu dikemas kembali dengan gaya yang menarik dan kekinian karena minum dan kedai kopi menjadi gaya hidup orang saat ini.

Kontribusi akademik perlu dilakukan sebagai upaya preventif cendekiawan terhadap karya seni muatan lokal. Pengkajian secara ilmiah sangat dibutuhkan. Selain sebagai bagian dari dokumentasi sejarah, wacana intelektual ini juga diharapkan dapat merangsang pikiran kritis orang yang berusaha membaca, memahami, atau pun mengkaji penelitian yang serupa, sehingga nantinya akan menumbuhkan sikap memelihara dan mengembangkan keanekaragaman aset budaya bangsa.

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan judul *Alih Wahana Folklor Indonesia dalam Tumbler Kopi* menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta (Ratna, 2015) konkret yang sengaja ataupun tidak disengaja pada masing-masing botol tumbler yang akan diteliti. Oleh karena itu, berbagai fakta yang muncul dalam pembahasan nantinya akan menghasilkan gambaran secara detail tentang berbagai situasi, keadaan sosial, atau hubungan antara masyarakat dengan botol tumbler yang merepresentasikannya. (Gushevinalti; Suminar, Panji; Sunaryanto, 2020). Selain karena penelitian ini tidak bersangkutpaut dengan hal-hal yang bersifat matematis, penelitian kualitatif peneliti rasa mampu memberikan hasil pengetahuan yang lebih luas, kaya, dan tajam dibandingkan jenis penelitian kuantitatif yang hanya terpaku pada angka. Hal inilah yang menyebabkan peneliti lebih memprioritaskan menggunakan metode kualitatif dibandingkan kuantitatif. Argumen ini diperkuat dengan gagasan yang dikemukakan oleh Albi Anggito dan Johan Setiawan (2018) bahwa penelitian

kualitatif lebih menekankan proses dan makna daripada outcomenya, sehingga hasil penelitian akan lebih komprehensif.

Fokus analisis folklor dan tumbler sebagai sumber primer lebih menekankan pada segi pemaknaan, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari (Rukin, 2019). Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian.

Penggunaan metode analisis naratif, selain sebagai pendukung metode kualitatif, juga berguna untuk melihat keseluruhan cerita yang terdapat di tumbler dengan karakter yang khas dan tidak dimiliki oleh media lainnya. Tumbler Starbucks memiliki dua unsur, yaitu gambar dan cerita (narasi). Dikatakan sebagai narasi karena adanya gaya tutur seperti alur dan plot pada keseluruhan cerita. Metode penelitian ini mengikuti standar metode penelitian analisis isi strukturalisme (Kristiyono, Jokhanan; Sirikit, 2019). Menurut peneliti metode pendukung ini tepat untuk memberikan pemahaman dan penjelasan terkait alih wahana tradisi folklor yang terdapat pada *cover* tumbler Starbucks.

Sumber primer penelitian ini adalah *cover* 12 tumbler kopi Starbucks bertema “*Folklore City Collection*” yang menampilkan ke-12 folklor lisan dari berbagai daerah, yaitu Palembang, Jakarta, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Lombok, Pekanbaru, Semarang, Surabaya, Bali, dan Medan. Sumber sekunder diperoleh dari berbagai sumber diluar sumber primer peneliti seperti buku-buku, artikel, laman, dan sebagainya yang dirasa memiliki korelasi dengan objek penelitian. Hal ini yang membuat penelitian berbasis folklor ini sangat terbantu dengan digunakannya teknik simak, catat, dan studi pustaka dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan Struktur Cerita Folklor Menjadi Tumbler Kopi Starbucks

Alih wahana yang terjadi pada budaya folklor menjadi tumbler Starbucks mengalami banyak perubahan yang signifikan. Karena adanya perbedaan dimensi antara karya sastra, dalam hal ini tradisi lisan, dengan produk buatan manusia, dalam hal ini tumbler, menyebabkan pesan yang ingin disampaikan menjadi multitafsir. Dari segi fisik, folklor atau tradisi lisan mengungkapkan pesan atau isi dengan bahasa yang terurai, naratif, dan parafratif. Sementara, pesan atau isi yang diungkapkan dalam tumbler tentulah sangat padat dan sublimatif karena hanya disimbolkan melalui gambar-gambar.

Signifikansi antara dua media tersebut cukup banyak dan beragam. Jika didasarkan pada konsep Eneste, dapat dipetakan bahwa transformasi tradisi lisan menjadi tumbler Starbucks meliputi penambahan, perubahan bervariasi, dan pengurangan.

Secara general, perbandingan struktur cerita yang terdapat dalam folklor aslinya dengan tumbler Starbucks tidak mengalami perubahan yang cukup signifikan. Struktur seperti tema dan latar masih mengikuti keotentikan tradisi aslinya. Pada tumbler, tema dan latar cerita yang dibawakan masih sesuai dengan hipogramnya. Hanya saja sudut pandang dan amanat tidak menjadi titik utama pada proses alih wahana ini sehingga tidak ditemukan sudut pandang ataupun amanat pada tumbler Starbucks tersebut.

Tabel 1. Perubahan tokoh dan alur dalam sampul tumbler Starbucks

Tumbler Folklor	Tokoh	Alur Cerita
Palembang	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kanan
Jakarta	Penciutan tokoh	-
Bandung	Penciutan	Arah baca alur ke kanan

	tokoh	
Makassar	-	-
Yogyakarta	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kanan
Lombok	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kiri
Pekanbaru	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kanan
Semarang	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kanan
Surabaya	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kiri
Bali	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kiri
Medan	Penciutan tokoh	Arah baca alur ke kanan
Pesona Indonesia	-	-

Berdasarkan tabel di atas, terdapat beberapa tumbler yang mengalami perubahan baik dari segi tokoh maupun alur. Tumbler-tumbler yang mengalami perubahan dalam bentuk penciutan tokoh diantaranya tumbler Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Lombok, Pekanbaru, Semarang, Surabaya, Bali, dan Medan. Sementara tumbler-tumbler yang mengalami perubahan alur diantaranya tumbler Palembang, Bandung, Yogyakarta, Lombok, Pekanbaru, Semarang, Surabaya, Bali, dan Medan. Adapun tumbler yang tidak menampilkan tokoh cerita folklor dalam *cover* tumbler Starbucks di antaranya tumbler Makassar dan Pesona Indonesia, serta terdapat beberapa tumbler yang mengalami perubahan alur varitatif seperti yang terlihat pada tumbler Jakarta, Makassar, dan Pesona Indonesia. Penjelasan lebih lanjut diuraikan pada subbab berikut.

1. Penciutan Tokoh

Perubahan yang cukup signifikan justru terlihat pada subsistem struktur karya tersebut, yakni tokoh dan alur. Burhan Nurgiantoro (2018) menyatakan bahwa unsur penting yang harus ada dalam sebuah cerita fiksi ditandai dengan plot atau pemlotan dan tokoh atau penokohan. Tokoh dalam hal ini menunjuk pada orangnya, pelaku ceritanya. Sementara penokohan adalah bentuk interpretasi pembaca pada sifat dan sikap para tokoh yang ditampilkan. Pembeda tokoh-tokoh dalam karya fiksi dibedakan berdasarkan oposisi binernya, yaitu tokoh utama dan tambahan; protagonis dan antagonis; sederhana dan bulat, statis dan berkembang, serta tipikal dan netral.



Gambar 1. Tumbler Medan, Surabaya, Bali, Yogyakarta, dan Semarang
(Sumber: [tumbler starbucks edisi folklore indonesia - Google Penelusuran](#))

Tabel 2. Perbandingan Tokoh dalam Folklor dan cover tumbler Starbucks

Folklor Daerah	Tokoh dalam Folklor	Tokoh dalam Tumbler
<i>Timun Mas</i>	Mbok Sarni, Timun Mas, Raksasa, dan Pertapa Sakti	Timun Mas, Nenek, Raksasa, dan Lelaki
<i>Sangkuriang</i>	Sungging Perbangkara, Wayungyang, Dayang Sumbi, Sangkuriang, Tumang, dan Masyarakat (Evendi, 2017: 3-5)	Sangkuriang, Dayang Sumbi, dan Tumang
<i>Candi Prambanan</i>	Roro Jonggrang, Bandung Bondowoso, Raja Pengging, Prabu Baka, Darmamaya, Jin, Sang Patih, Gadis-gadis Desa (Mardiyanto, 2007: 36-40)	Roro Jonggrang dan Jin
<i>Keong Mas</i>	Kertamarta, Dewi Galuh, Candra Kirana, Pangeran Inu Kertapati, Penyihir, Nenek Nelayan (K, 2014: 213-217)	Candra Kirana, dan Nenek Nelayan
<i>Si Pitung</i>	Si Pitung, Rais, Hj. Naipin, Schout Heyne, Mpok Pinah, Bang Piun, dan orang tua Pitung (Bemoe, 2018: 76-82)	Si Pitung
<i>Bawang Merah Bawang Putih</i>	Bawang Putih, Bawang Merah, Mbok Rondo Dadapan, Ibu Tiri	Bawang Putih dan Bawang Merah
<i>Danau Toba</i>	Toba, Putri Ikan, Samosir	Putri Ikan dan Samosir
<i>Garuda Wisnu Kencana</i>	Resi Kasyapa, Kadru, Winata, Naga, Burung Garuda, Ucaihswara, Dewa Wisnu	Naga dan Burung Garuda
<i>Putri Mandalika</i>	Raja, Putri Mandalika, Pangeran, Nyale	Putri Mandalika, Pangeran, Nyale
<i>Raden Alit dan Dayang Bulan</i>	Ratu Ageng, Raden Alit, Raden Kuning, Nenek Dewi Langit, Dayang Bulan, Ulung Tanggal, Malim Putih, Malim Hitam, Serincung Dabung, Raja Jin, Salipuk Jantung Pandan	Dayang Bulan, Raden Alit, Raden Kuning, dan Malim Hitam
<i>Makassar</i>	-	-
<i>Indonesia</i>	-	-

Berdasarkan tabel perbandingan tokoh di atas, dapat dilihat bahwa dari 12 tumbler yang ada, terdapat 10 tumbler yang mengalami penciptaan tokoh. Tumbler-tumbler tersebut yaitu tumbler Semarang, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Pekanbaru, Medan, Palembang, Lombok, Bali, dan Jakarta. Sementara dua tumbler lainnya, yakni tumbler yang bertuliskan Pesona Indonesia dan Makassar tidak menampilkan tokoh cerita folklor dalam cover tumbernya. Asumsi peneliti, penciptaan tokoh dimaksudkan untuk mengefisiensi letak gambar tokoh agar tidak terkesan ramai pada cover tumbler tersebut serta hanya mengambil beberapa tokoh penting yang mampu merepresentasikan cerita folklor secara keseluruhan.

Tumbler yang menunjukkan lokalitas daerah Semarang menampilkan cerita rakyat berjudul *Timun Mas* dengan tokoh utama, yaitu Timun Mas dan tokoh tambahan, yaitu Nenek, Raksasa, dan seorang lelaki. Tumbler bertuliskan daerah Bandung menampilkan cerita rakyat berjudul *Sangkuriang*

dengan tokoh utamanya, yaitu Sangkuriang dan tokoh-tokoh tambahan lain, seperti Dayang Sumbi, Tumang, serta Celeng Wahyu Hyang.

Masih pada pulau yang sama, yaitu tumbler Yogyakarta menampilkan cerita rakyat berjudul *Candi Prambanan* lengkap dengan tokohnya, yaitu Roro Jongrang sebagai tokoh utama dan Bandung Bondowoso sebagai tokoh tambahan. Tumbler bertuliskan daerah Surabaya pun demikian. Dengan mengangkat cerita rakyat *Keong Mas*, Starbucks sukses menampilkan Jambean sebagai tokoh utama serta Janda dan Ibu Jambean sebagai tokoh tambahan. Hal ini tentu tidak berlaku pada tumbler yang menceritakan Si *Pitung* dari Jakarta, karena hanya menampilkan seorang tokoh yang sekaligus sebagai tokoh utama, yaitu Si Pitung.

Bergeser ke Pulau Sumatera, Starbucks mengangkat beberapa cerita yang terkenal dan menarik. Cerita-cerita yang diangkat, yaitu cerita rakyat Pekanbaru dengan judul *Bawang Merah Bawang Putih*, *Danau Toba* untuk tumbler daerah Medan, serta *Raden Alit dan Dayang Bulan* untuk tumbler bertulis daerah Palembang. Tokoh-tokohnya pun diambil sesuai dengan realita cerita rakyat. Kita bisa lihat ini, misalnya, pada tumbler daerah Pekanbaru dengan mempertahankan tokoh utamanya yang protagonis yaitu Bawang Putih yang secara lengkap dioposisibinerkan dengan tokoh antagonisnya, Bawang Merah.

Pada daerah Sumatera Utara, Toba sebagai tokoh utama adalah nama yang tidak asing untuk cerita rakyat masyarakat Medan. Disusul dengan Putri dan Samosir sebagai tokoh tambahan dalam *Legenda Danau Toba*. Sementara, pada tumbler Palembang hanya menampilkan tiga tokoh dari sekian banyak tokoh yang terdapat dalam cerita aslinya, yaitu Raden Alit selaku tokoh utama, serta Raden Kuning dan Dayang Bulan sebagai tokoh tambahannya.

Tumbler terakhir yang menampilkan tokoh penting dalam cerita rakyat yang dibawa yaitu cerita rakyat dari Bali dan Lombok, yakni *Garuda Wisnu Kencana* dan *Putri Mandalika*. Tokoh Naga dan Garuda ditampilkan sebagai ikon dari daerah Bali yang terkenal sebagai pulau dewata. Sementara, Lombok menampilkan Putri Mandalika sebagai ikon dari budaya yang terus dilestarikan oleh masyarakat Lombok hingga saat ini.

2. Perubahan Alur

Aspek penting lain yang muncul dalam alih wahana tradisi folklor menjadi tumbler juga terlihat pada alur. Sebagaimana dijelaskan oleh Burhan Nurgiantoro boleh dikatakan bahwa Alur atau plot merupakan unsur terpenting dalam sebuah karya fiksi. Stanton (dalam Burhan Nurgiantoro, 2018) menyatakan plot merupakan urutan kejadian dalam sebuah cerita yang dihubungkan secara kausalitas.

Jika biasanya alur dalam sebuah karya sastra hanya menampilkan jalinan cerita yang progresif atau regresif atau bahkan campuran, hal ini tidak berlaku pada tumbler yang telah dialihwahanakan. Walaupun diadaptasi dari hipogramnya, ada cara khusus untuk membaca folklor yang terdapat dalam tumbler tersebut. Hal ini tentu unik melihat bahwa inovasi ini belum pernah dilakukan sebelumnya.



Gambar 2

Tumbler Jakarta, Makassar, Pekan Baru, Palembang, Lombok, dan Bandung
(Sumber: [tumbler starbucks edisi folklore indonesia - Google Penelusuran](#))

Pada ke-12 tumbler Starbucks bertema ‘*Folklore City Collection*’ ini, terdapat enam tumbler dengan pembacaan alur ke arah kanan botol tumbler. Tumbler-tumbler tersebut di antaranya tumbler yang menceritakan daerah Semarang, Bandung, Yogyakarta, Pekanbaru, Medan, dan Palembang. Kita bisa ambil contoh, misalnya, pada cerita rakyat *Timun Mas* dari Semarang, Jawa Tengah. Alur dimulai pada gambar rumah adat daerah Semarang. Bergeser ke arah Raksasa yang memberikan bibit buah timun. Kemudian bergeser pada buah timun berwarna mas yang banyak dan masak. Kemudian gambar bergeser pada buah timun mas yang telah dibuka. Kemudian bergeser lagi pada seorang nenek yang menggendong bayi tersebut. Bergeser lagi ke arah kanan pada *Timun Mas* yang telah dewasa namun terlihat cemas dan ketakutan. Bergeser lagi pada tangan Raksasa yang tenggelam dalam air dan berakhir pada pergeseran gambar yang menampilkan kebahagiaan *Timun Mas* dengan seorang lelaki tampan.

Pergeseran dari satu gambar ke gambar lainnya ini kemudian menghasilkan polarisasi yang menunjukkan bahwa alur cerita pada tumbler mengalami penciutan. Karena tradisi folklor lisan ini tidak mungkin diceritakan secara utuh dalam produknya yang baru, Starbucks menyiasatinya dengan menampilkan gambar-gambar dominan yang mewakili seluruh jalinan cerita tanpa mengurangi esensi dari folklor daerah yang bersangkutan. Dengan demikian, tumbler Starbucks bertema ‘*Folklore City Collection*’ ini juga secara tidak langsung menjembatani dua lini masa sekaligus, yakni masa kuno yang ditampilkan dengan folklor daerah-daerah tertentu dan masa modern yang diimplementasikan melalui tumbler.

Jika kita rangkai sesuai dengan folklor daerah Semarang, cerita rakyat *Timun Mas* dimulai pada suatu masa yang mana hidup seorang janda tua sebatang kara bernama Mbok Sarni. Setiap hari Mbok Sarni tersebut berdoa kepada Tuhan agar diberikan seorang anak untuk menemani sisa hayat hidupnya. Suatu ketika, Raksasa lewat dan mendengar doa janda tua tersebut. Keesokan harinya Raksasa datang ke rumah Mbok Sarni dan memberikan sebuah biji buah mentimun. Raksasa itupun berkata bahwa kelak apabila buah timun itu sudah masak, akan ada seorang bayi di dalamnya. Raksasa tersebut memberikan syarat, yakni anak dari buah timun tersebut harus dikembalikan kepada Raksasa apabila umurnya telah genap 17 tahun untuk dia makan. Akhirnya, Mbok Sarni menyetujui syarat tersebut. Setelah lama merawat buah timun, lahirlah seorang bayi perempuan cantik setelah Mbok Sarni memotong buah timun yang berwarna Mas itu.

Lamban laun, *Timun Mas* tumbuh menjadi perempuan yang cantik dan jelita. Ketika mendekati umur 17 tahun, Mbok Sarni memberikan tiga benda dari kantong yang diberikan oleh petapa sakti di atas bukit agar *Timun Mas* bisa terhindar dari kejaran Raksasa yang ingin memakannya. Maka, datanglah Raksasa ketika umur *Timun Mas* genap 17 Tahun. Karena melihat *Timun Mas* tidak ada di rumahnya, sang Raksasa mengejar *Timun Mas* dengan kekuatan saktinya. *Timun Mas* yang terus dikejar akhirnya mengeluarkan benda ajaib pertama yang diterimanya dari Mbok Sarni, yaitu biji timun. Seketika tumbuhlah kebun-kebun timun yang luas. Karena raksasa sudah sangat lapar dan letih, dilahaplah semua buah timun yang ada itu. Setelah itu, sang Raksasa terus mengejar lagi *Timun Mas*.

Melihat usahanya yang pertama sia-sia, dia mengeluarkan benda ajaib yang kedua, yaitu jarum. Seketika itu pula tumbuhlah ranting dan semak-semak berduri yang membuat Raksasa kesakitan. Karena Raksasa itu memiliki kekuatan sakti mandraguna, semua rintangan itu mudah dilewatinya. *Timun Mas* yang telah merasa begitu lelah karena terus berlari akhirnya mengeluarkan benda ajaib terakhir, yaitu garam dan terasi. Tepat ketika Raksasa hampir menangkapnya muncullah lautan lumpur yang luas sehingga Raksasa terjerembab dan terhisap oleh lumpur tersebut. Akhirnya, *Timun Mas* dan Mbok Sarni hidup bahagia dan damai.

Selain bisa dibaca dari arah kanan, terdapat pula tiga tumbler dengan pembacaan alur ke arah yang berlawanan. Tumbler-tumbler tersebut di antaranya tumbler bertuliskan daerah Lombok, Surabaya, dan Bali. Proses pembacaan atau polarisasi alur yang terwujud pada tiga tumbler tersebut tidak berbeda jauh dengan polarisasi alur yang dibaca dari arah kanan. Perbedaan konkret hanya terletak pada arah pembacaannya.

Untuk mengetahui arah alur cerita dalam tumbler Starbucks ini, peneliti memotong cerita aslinya menjadi beberapa bagian. Pemotongan ini dibagi menjadi awal cerita, tengah cerita, dan akhir cerita. Apabila pola alur dibaca ke arah kanan yang menunjukkan akhir cerita pada cerita aslinya, hal itu sudah dipastikan bahwa pola alurnya dimulai ke arah kiri tumbler tersebut. Peneliti berasumsi bahwa proses kreatif adalah alasan kuat terkait perbedaan alur yang mengarah ke kanan atau kiri dari arah tumbler tersebut diputar.

Permasalahan justru muncul ketika tidak ditemukan bagian awal, tengah, ataupun akhir dari cerita aslinya dalam tumbler tersebut. Hal ini terlihat pada tiga tumbler terakhir, Jakarta, Makassar, dan Indonesia yang tidak memiliki alur. Problematika ini kemudian peneliti masukkan sebagai perubahan yang variatif.

Tumbler Jakarta memang menampilkan sosok Si Pitung pada *cover* botolnya. Namun, tidak ditemukan polarisasi alur seperti pada sembilan tumbler sebelumnya. Pada tumbler ini, peneliti hanya menemukan tokoh dan ikon yang menjadi ciri khas kota Jakarta.

Ikon-ikon Jakarta sebagai manifestasi dari folklor nonlisan itu di antaranya berupa bangunan yang dicitrakan melalui Monas, Museum Fatahillah, dan ornamen Gigi Balang. Pencitraan ikon Jakarta lainnya ditunjukkan dengan alat musik khas Jakarta, yaitu *tehyang*, *tanjidor*, dan *gambus*. Ikon terakhir Jakarta yang dihadirkan dalam tumbler Jakarta adalah *Silat* yang peneliti rasa sinkron dengan tokoh Si Pitung yang memiliki keahlian silat untuk membela rakyat miskin dari kungkungan kompeni.

Selain itu, secara filosofis pemunculan gigi balang ini melambangkan karakter masyarakat Betawi yang konsisten menjalani hidup dengan memegang teguh kejujuran, kerja keras, sifat rajin dan sabar seperti belalang yang mampu mematahkan kayu walaupun membutuhkan waktu lama (Tanjung, 2018). Dari sudut pandang ini dapat kita interpretasikan bahwa tumbler bertuliskan Jakarta ini selain menampilkan ikon-ikon Jakarta juga merepresentasikan karakter lelaki Betawi yang rajin salat, ngaji, dan jago silat.

Hal tersebut tentu sejalan dengan delapan ikon kebudayaan Betawi yang ditetapkan pada Perda No. 4/2015, Pergub No. 229/2016, dan Pergub No. 11/2017 yang berisi tentang Pelestarian Kebudayaan, Pelestarian Kebudayaan Betawi, dan Ikon Budaya Betawi. Sebagai informasi, ikon budaya Betawi meliputi *ondel-ondel*, *kembang kelapa*, *gigi balang*, *batik Betawi*, *baju sadariah*, *kebaya kerancang*, *kerak telur*, dan *bir pletok* (Handayani, 2017).

Diskusi

Jika sebelumnya, Tumbler bertuliskan daerah Jakarta menampilkan tokoh Pitung sebagai gambaran dari cerita rakyat Si Pitung. Tumbler daerah Makassar juga menampilkan lokalitasnya yang termanifestasi melalui tradisi lisan dengan judul *I La Galigo*. Di dalam dunia sastra, *La Galigo* memiliki posisi yang unik mengingat *La Galigo* adalah salah satu karya sastra besar di dunia. Ciri khas *La Galigo* adalah bentuknya yang tidak tetap seperti karya sastra lisan. Jumlah 'baris' dalam karya sastra Bugis itu kurang lebih 225.000 yang jika dilihat sedikit lebih panjang dibandingkan epos bahasa Sanskerta *Mahabharata* yang hanya berjumlah antara 160.000 dan 200.000 (Toa, 2017). Secara garis besar, kisah yang bersifat epis-mitologis itu menceritakan pengalaman petualangan enam generasi keturunan dewa-dewa dunia atas (*Boting Langiq*) dan dunia bawah (*Peretiwi*). Karya sastra ini ditulis dengan aksara *lontaraq* Bugis Kuno dalam bentuk puisi dan diperkirakan ada pada kisaran abad ke-13 dan ke-15.

Selain itu, ada hal menarik lain yang peneliti temukan pada botol tumbler bertuliskan daerah Makassar ini. Hal tersebut adalah wacana tentang pengeksploitasian hewan-hewan terancam punah. Penemuan ini juga menunjukkan bahwa alih wahana tradisi folklor menjadi tumbler kopi Starbucks mengalami perubahan secara variatif.

Secara general, memang gambar-gambar yang terdapat dalam tumbler Makassar ini tidak memiliki evokasi tertentu. Jika konteks ini kita tarik pada aspek historis, tergambar secara jelas dalam imaji kita tentang tradisi berburu paus di Desa Lamalera, Pulau Lembata, NTT. Gambar-gambar berupa kapal layar atau *paledang* dan Paus secara tidak langsung telah menggambarkan tradisi ini. Selain itu, tumbler bertuliskan Makassar ini juga secara tidak langsung merepresentasikan tentang

tradisi lama masyarakat Sulawesi Selatan yang senang melakukan perjalanan panjang mengarungi pulau-pulau yang ada di sekitarnya.

Masyarakat Lamalera, berdasarkan historisnya, adalah keturunan pelaut dari Pulau Sulawesi bagian Selatan yang tiba dipulau itu pada tahun 1500 M. Menurut Peneliti dari Australia Ambrosius Oleona dan Pieter Tedu Bataona, orang Lamalera bukanlah penduduk asli Pulau Lembata. Syair *Lia asa usu* (syair asal-usul) adalah bukti dilakukannya perjalanan nenek moyang orang-orang Lamalera dari tanah Luwu hingga kemudian membangun peradaban di selatan Pulau Lembata. Sebelum menetap, orang-orang leluhur Lamalera mengikuti perjalanan armada Patih Gajah Mada terlebih dahulu menuju perairan Halmahera, dan sampai Irian Barat. Kemudian mereka balik arah menuju selatan menyinggahi Pulau Seram, Pulau Grom, lalu ke Ambon, ke kepulauan Timor dan akhirnya mendarat di Pulau Lembata. Kisah ini sering dinamakan “Perjalanan di bawah bimbingan roh”.

Maka dari itu, esensi *Lia asa usu* selain mengandung unsur historis seperti menguak asal-muasal masyarakat tersebut, juga menampilkan jadi diri atau identitas sosial masyarakat Lamalera yang diwarnai berbagai pengalaman spiritual yang dalam. Berbagai rasa seperti suka duka, permohonan, harapan, dan ucapan syukur berkecamuk dalam satu perjalanan panjang. Oleh karena itu pula, *lia asa usu* juga menjadi mediasi hubungan vertical-transendental, antara Allah, roh leluhur, dan roh alam. Kekuatan adikodrati ini menjadi bahan bakar utama dalam menentukan keberuntungan, keberadaan, dan keberlangsungan kekuatan spiritual masyarakat Lamalera (Tube, 2017).

Ciri khas lain yang terdapat dalam tumbler Makassar adalah lebih dominan mengekspose fauna-fauna yang terancam punah. Fauna-fauna yang digambarkan pada tampilan tumbler tersebut, di antaranya ikan *Coelacanth*, ikan Mola-mola, dan ikan Napoleon.

Menurut data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan, ikan *Coelacanth* atau ikan raja laut merupakan fosil hidup yang sudah mendiami bumi sejak 400 juta tahun lalu. Hewan ini telah dianggap punah karena tidak pernah ditemukan keberadaannya sejak 80 juta tahun yang lalu. Namun pada kisaran tahun 1997 dan 1998, ikan ini justru populer di Manado Tua, Sulawesi Utara yang ditemukan secara tidak sengaja di suatu pasar oleh Dr. Mark Erdman. Karena ketidakpahaman masyarakat terhadap pengenalan spesies ini, keberadaan ikan *Coelacanth* di alam liar tergolong langka karena tidak ada upaya pelepasan kembali apabila terpancing atau terjaring (dilansir pada laman Lpsplsorong, 2018).

Nasib serupa juga menimpa ikan Napoleon. Sekelompok spesialis peneliti ikan napoleon dan kerapu dibawah naungan sekretariat CITES, LIPI, pada tahun 2000-an melakukan survei dan pengujian stok dengan memberikan hasil bahwa sirkulasi ikan napoleon berstatus rawan punah. Alasannya adalah karena berbagai sifat bawaanya, seperti pertumbuhan yang lambat dan reproduksinya rendah, serta perburuan ikan ini yang tidak terkendali. Menurut tingkat kepadatan ikan napoleon yang ditampilkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan, kriteria kepadatan ikan napoleon untuk seluruh perairan karang di Indonesia saat ini masuk pada kondisi A atau “sangat kritis” (Edrus, 2013, hlm. 55).

Selain ikan-ikan di atas, Ikan Mola-mola juga turut ditampilkan pada permukaan tumbler Makassar. Ikan Mola-mola atau ikan matahari adalah julukan untuk ikan ini karena bentuk tubuhnya yang seperti batu dengan warna putih keabu-abuan, memiliki tekstur kasar, berbentuk bulat, serta gemar sekali berjemur dipermukaan laut. Bentuknya yang aneh membuatnya sering menjadi korban kecelakaan dalam lalu lintas perairan laut. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan, penyebab kematian paling tinggi adalah akibat perburuan ilegal seperti yang dilakukan oleh para nelayan di Jepang untuk ditangkap dan dijual dagingnya ke restoran (Lpsplsorong, 2022).

Selain folklor lisan yang dimanifestasi melalui tokoh dan alur, terdapat pula folklor bukan lisan yang muncul dalam tumbler Starbucks bertema ‘*Folklore City Collection*’ ini. Folklor bukan lisan adalah jenis folklor yang bentuknya terdiri dari atas material dan non material. Material seperti arsitektur rakyat (bentuk rumah daerah, bentuk lumbung padi, dan sebagainya), kerajinan tangan dan obat-obatan tradisional. Selain itu, yang termasuk nonmaterial, seperti gestur atau gerakan isyarat tradisional (Rokhmawan, 2019, hlm. 28).

Segi material pada folklor bukan lisan ini terlihat pada bentuk rumah daerah yang ditampilkan pada masing-masing tumbler Starbucks tersebut. Dari ke 12 tumbler yang ada, delapan tumbler di antaranya menunjukkan secara eksplisit folklor nonlisan ini. Sementara sisanya tidak menunjukkan folklor nonlisan.

Tumbler daerah Semarang, misalnya, menampilkan ikon rumah adat Joglo khas daerah Jawa Tengah. Tumbler Bandung menampilkan ikon rumah adat Capit Gunting khas Jawa Barat. Tumbler Pekanbaru menampilkan ikon rumah adat Salaso Jatuh Kembar. Tumbler Medan menampilkan ikon rumah adat Bolon dan pegunungan. Tumbler Makassar menampilkan ikon rumah adat Toraja. Tumbler Palembang menampilkan ikonik rumah adat Limas. Tumbler Bali menampilkan ikonik bangunan Angkul-angkul dan Pura Ulun Danu Beratan, serta kedua tumbler terakhir, yakni tumbler Surabaya yang menampilkan ikonik daerahnya, yaitu Candi Jawi dan tumbler Yogyakarta yang menampilkan ikonik Candi Prambanan.

Jejak folklor nonlisan pada tumbler Starbucks bertema 'Folklor City Collection' juga dapat dilacak dengan kehadiran pakaian adat dan teknologi yang terpampang di dalamnya. Kehadiran pakaian adat itu sendiri terdapat di hampir seluruh tumbler Starbucks bertema Folklor Indonesia. Pakaian-pakaian adat tersebut antara lain pakaian adat pengantin *Baju Bodo* pada daerah Makassar, kain *Ulos* sebagai lambang ciri khas daerah Medan, *baju Sadariah* lengkap dengan sarung dan peci khas dari Jakarta, *Ksatrian* khas daerah Yogyakarta, *Menak* khas daerah Bandung, serta *Pegon* khas Lombok lengkap dengan *Sapuk* dan *Leang*.

Kendati demikian, terdapat beberapa tumbler yang tidak menampilkan pakaian adat pada botolnya. Beberapa di antaranya, seperti tumbler Semarang, Surabaya, Pekanbaru, dan Bali hanya memvisualisasikan pakaian-pakaian khas kerajaan dan pakaian rakyat biasa agar cerita seolah-olah otentik dengan hipogramnya.

Sementara itu, teknologi yang ditemukan pun hanya ditampilkan pada empat tumbler saja, yakni kapal layar yang disebut *paledang* melalui tumbler Makassar, *kendi* yang divisualisasikan melalui tumbler Surabaya, serta *lesung* yang diperlihatkan lewat tumbler Yogyakarta dan Bandung. Jika *paledang* dan *kendi* adalah lokalitas yang dimiliki daerah tertentu, hal tersebut tidak berlaku pada *lesung* karena menampilkan dua lokalitas dengan intensitas budaya dan adat istiadat yang bertolak belakang.

Asal mula lahirnya lesung ini belum dapat diketahui dengan jelas kapan dan dari mana asalnya. Karena, teknologi berupa lesung ini hampir tersebar di seluruh Indonesia. Di Daerah Jawa Barat lesung sering disebut *lisung* atau *lumpang*. Di Yogyakarta lesung diberi nama *gejog lesung*. Masyarakat Aceh justru mengenal lesung dengan sebutan *Jeungki*. Begitu juga *lesung* yang berada di daerah Dayak dan Bali.

Pada mulanya *lesung* adalah sebuah alat produksi masyarakat yang bermata pencahariannya sebagai petani. Seiring berjalannya waktu, karena ibu-ibu petani jenuh dengan aktivitas menumbuk padi yang begitu-begitu saja, maka muncul ide untuk membuat pola pukulan yang berbeda. Spontanitas inilah yang akhirnya mengubah teknologi yang semula digunakan untuk meningkatkan hasil produksi menjadi alat kesenian.

Kesenian *lesung* atau *gejog lesung* ini merupakan kesenian yang unik karena ibu-ibu petani memukul masing-masing *alu* yang terbuat dari bongkahan kayu berdiameter 10 cm dengan panjang 1,5 meter pada permukaan *lumpang* atau *lesung* atau sebangkah kayuangka berbentuk menyerupai kapal sebagai alas untuk padi yang masih bertangkai. Bagi masyarakat Yogyakarta, *Lesung* juga diartikan sebagai lambang kelamin wanita dan *alu* sebagai lambang alat kelamin pria.

Pemunculan lesung pada kedua tumbler tersebut tentu bukan tanpa alasan. Hal ini disebabkan karena *lesung* memiliki nilai-nilai sosial yang peneliti rasa hampir sama dengan lesung-lesung yang ada di daerah lain. Nilai-nilai sosial itu misalnya seperti nilai silaturahmi, mengokohkan sistem nilai kekerabatan, saling membantu dan gotong royong, dan nilai pendidikan (Asmanidar, 2018). Selain itu, karena proses modernisasi *lesung* saat ini telah ditinggalkan dan dialihfungsikan dengan mesin giling padi yang dirasa lebih efisien dan menghasilkan produksi secara lebih cepat. Pemunculan lesung dalam tumbler kopi Starbucks bisa direpresentasikan sebagai wadah edukatif agar masyarakat tidak

melupakan suatu tradisi lokalitasnya sekaligus sebagai sarana pelestarian lokalitas daerah yang bersangkutan.

Dari sini kita bisa lihat bahwa perusahaan Starbucks terlihat tidak main-main dalam mengalihwahkan folklor menjadi wadah minum tumbler. Artinya, proses alih wahana ini bukan hanya tentang soal komoditi ataupun memodernisasikan tradisi folklor. Lebih dari itu, substansi dari proses kreatif alih wahana ini juga ternyata membawa gagasan yang krusial dan besar.

Gagasan tersebut di antaranya, *pertama* alih wahana folklor menjadi botol tumbler ternyata mengangkat cerita-cerita familiar di masyarakat. Kita ambil contoh cerita rakyat *Bawang Merah Bawang Putih* dari Pekanbaru atau *Si Pitung* dari Betawi. Siapa masyarakat yang tidak tahu cerita tersebut? Pengejawantahan kedua cerita ini pada mulanya berkembang pesat saat folklor tersebut diekranisasikan ke dalam bentuk sinetron atau film sehingga konsepsi masyarakat terhadap kehadiran botol tumbler bertema "*Folklore City Collection*" tentu masih koheren ketika kedua folklor di atas sedang menjamur di masyarakat pada saat itu. Dengan mengangkat lokalitas daerah tersebut, seperti cerita rakyatnya, teknologi, adat-istiadat, hingga tradisinya secara otomatis akan membuat masyarakat dekat dengan produk alih wahana ini.

Kedua, beberapa folklor yang dialihwahkan pada tumbler ini ternyata sudah menjadi tradisi masyarakat tempat folklor tersebut dilahirkan. Tradisi folklor yang terlukis pada botol tumbler Starbucks yang masih dilestarikan hingga saat ini misalnya Festival *Bau Nyale* yang dilaksanakan sekitar bulan Februari dan Maret oleh masyarakat Lombok Tengah sebagai cerminan dari cerita rakyat Putri Mandalika.

Festival ini dirayakan sebagai bentuk penghormatan kepada Putri Mandalika yang berusaha mencegah peperangan yang ditimbulkan akibat perseteruan berbagai putra bangsawan yang datang untuk melamarnya. Untuk menghindari konflik tersebut, di suatu waktu Putri Mandalika mengundang seluruh masyarakat ke ujung tebing dan disaat bersamaan dia juga menerima seluruh lamaran yang ditujukan kepadanya. Lantas setelah mengucapkan itu, Putri Mandalika melompat dari atas tebing dan terjun ke dasar laut. Karena jasad Putri Mandalika tidak ditemukan oleh masyarakat dan justru menemukan banyak sekali cacing laut yang bertebaran setelah Putri Mandalika melompat, masyarakat percaya bahwa cacing laut tersebut adalah jelmaan Putri Mandalika yang mati.

Salah satu contoh tradisi di atas justru dianggap sangat penting oleh masyarakat Lombok Tengah. Pemerintah bahkan meliburkan satu hari penuh untuk perayaan Festival *Bau Nyale* ini dengan mengundang masyarakat untuk hadir berpartisipasi dalam pelestarian tradisi tersebut. Selain masyarakat, perayaan *Bau Nyale* juga mengundang publik figur dan tokoh-tokoh pemuka adat yang ada di masyarakat Lombok. Hal ini berlandaskan bahwa tradisi *Bau Nyale* ini adalah harapan dari masyarakat mengenai hal-hal yang baik atau sesuatu yang diagungkan untuk menilai baik-buruknya, bermanfaat tidaknya berbagai macam hal atau, peristiwa yang ada dalam fenomena kehidupan mereka (Purna, 2018). Hal ini mengindikasikan begitu dahsyatnya pesona folklor tersebut di mata masyarakat.

Upaya pelestarian folklor lisan dan nonlisan hingga pada wacana pengeksploitasian hewan-hewan terancam punah dilakukan sebagai bentuk penyadaran kepada masyarakat agar lebih melek terhadap sesuatu yang tidak tampak dan terlupakan. Hal ini tentu koheren dengan konsep dari alih wahana itu sendiri, yakni alat untuk membawa atau memindahkan sesuatu yang salah satunya berwujud gagasan.

SIMPULAN

Alih wahana yang terjadi pada tumbler Starbucks bertema '*Folklore City Collection*' mengalami banyak perubahan yang signifikan. Perubahan tersebut terlihat pada substruktur tokoh yang mengalami penciptaan dan alur yang mengalami pengubahan variatif. Penelitian ini juga menemukan adanya upaya penambahan pada folklor bukan lisan yang ditampilkan eksplisit pada tumbler Starbucks tersebut yang termanifestasi melalui bentuk bangunan, pakaian adat, dan teknologi yang digunakan dari masing-masing daerah. Selain itu, proses kreatif alih wahana

dari tradisi folklor menjadi tumbler ternyata membawa gagasan yang krusial dan besar sebagai bentuk pelestarian terhadap budaya dan kepedulian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Asmanidar, A. (2018). Tradisi Meujeungki (Keterlibatan Perempuan dalam Pelestarian Nilai-Nilai Sosial dan Budaya di Kabupaten Pidie). *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies*, 4(1), 111–130.
- Bemoe, A. (2018). *Kumpulan Cerita Rakyat Nusantara*. Grasindo.
- Burhan Nurgiyantoro. (2018). *Teori Pengkajian Fiksi*. Gadjah Mada University Press.
- Chaer, A. (2017). *Folklor Betawi: Kebudayaan & Kehidupan Orang Betawi*. Masup Jakarta.
- Damono, S. D. (2018). *Alih Wahana*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Edrus, I. N. (2013). *Ikan Napoleon: Status Stok dan Pengelolaannya di Indonesia*. IPB Press.
- Endaswara, S. (2009). *Metodologi Penelitian Folklor*. Media Pressindo.
- Endaswara, S. (2014). *Metodologi Penelitian Sastra Bandingan*. Bukupop.
- Evendi, T. (2017). *Cerita Rakyat Nusantara*. Penerbit Anpen Jaya.
- Gushevinalti; Suminar, Panji; Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83–100.
- Handayani, D. (2017). *Mengenal 8 Ikon Kebudayaan Betawi*. Sudinpusarjakpus.Jakarta.Go.Id. <https://sudinpusarjakpus.jakarta.go.id/?p=8260>
- K, D. (2014). *100 Cerita Rakyat Nusantara*. PT Buana Ilmu Populer.
- Kristiyono, Jokhanan; Sirikit, H. (2019). Menelusuri Siasat Cerita Digital Reality pada Film Ready Player One? *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 159–176.
- Laras, N. D. (2019). *KAJIAN BANDINGAN ALIH WAHANA CERITA RAKYAT NUSANTARA DENGAN VIDEO ANIMASI YOUTUBE SEBAGAI BAHAN AJAR SISWA SMP*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Lpsplsorong. (n.d.). *Mola-Mola*. Kkp.Go.Id. Retrieved January 6, 2022, from <https://kkp.go.id/djprl/lpsplsorong/page/2172-mola-mola>
- Lpsplsorong. (2018). *Ikan Diduga Coelacanth Tertangkap Pancing Di Raja Ampat*. Kkp.Go.Id. <https://kkp.go.id/djprl/lpsplsorong/artikel/5340-ikan-diduga-coelacanth-tertangkap-pancing-di-raja-ampat>
- Mamik. (2015). *Metode Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Mardiyanto. (2007). *KALARAHU: Kumpulan Cerita Rakyat Jawa*. Departemen Pendidikan Nasional Jakarta.
- Mujtaba, S. (2019). Transformasi Cerita Rakyat Jamarun ke Pertunjukan “Cahaya Memintas Malam/The Light Within A Night.” *Jurnal Salaka*, 1(1), 3–16.
- Padmiani, N. L. G. D., Damayanti, S., & Giri, N. L. K. Y. (2017). Alih Wahana Cerita Rakyat Momotaro dari Ehon Menjadi Kashi dan Anime. *Humanis*, 19(1), 400–408.
- Pudentia MPSS. (2015). *Metodologi Kajian Tradisi Lisan: Edisi Revisi* (Pudentia MPSS (ed.)). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Purna, I. M. (2018). Bau Nyale: Tradisi Bernilai Multikulturalisme Dan Pluralisme. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 10(1), 99–114.
- Ratna, N. K. (2015). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Pustaka Pelajar.
- Rokhmawan, T. (2019). *Penelitian Transformasi & Pengkajian Folklor*. Yayasan Kita Menulis.
- Rukin. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Tanjung, A. C. (2018). *Pesona Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Toa, R. K. C. P. A. P. (2017). *La Galigo: Menurut naskah NBG 188, Jilid 1*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Tube, B. (2017). *Tradisi Lisan LIA ASA USU sebagai Potret Jati Diri Masyarakat Lamalera: Sebuah Kajian Etnopragmatik*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.