



Akulturası Budaya Tionghoa Terhadap Desain Produksi Keramik Dinoyo di Kota Malang

Acculturation of Chinese Culture to Dinoyo Ceramic Production Design in Malang City

**AAG Rai Arimbawa¹⁾, Pujiyanto²⁾, Muhammad Afaf Hasyimy³⁾ &
Djoni Sugiarto³⁾**

¹⁾Jurusan Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Indonesia

²⁾ Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 7 Kota Malang, Indonesia

³⁾ Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Malang, Indonesia

Abstrak

Artikel ini mengkaji akulturasi budaya Tionghoa pada desain dan produksi Keramik Dinoyo, yang menjadi bagian dari warisan budaya lokal Kota Malang. Desain dan teknik kerajinan keramik khas yang diwariskan dari generasi ke generasi selama lebih dari satu abad. Keramik Dinoyo semula berfungsi sebagai perlengkapan alat rumah tangga, keramik hias, dan souvenir. Identitas keramik Dinoyo telah menjadi simbol budaya Kota Malang, bahkan sentra ini menjadi salah satu destinasi Kampung Wisata. Metode penelitian ini adalah diskriptif kualitatif dengan pendekatan etnografi, yaitu memahami perkembangan Keramik Dinoyo dalam konteks akulturasi budaya Tionghoa. Data dikumpulkan melalui Teknik observasi langsung, wawancara mendalam dengan perajin keramik, serta studi dokumentasi. Proses analisis data melibatkan pengkodean tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema dengan perkembangan Keramik Dinoyo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keramik Dinoyo memiliki karya-karya yang kontekstual dengan budaya lokal Malang dan pengaruh budaya Tionghoa. Desain keramik seringkali menggambarkan motif-motif tradisional yang mencerminkan kepercayaan, nilai, dan estetika masyarakat setempat, termasuk elemen-elemen Tionghoa. Selain itu, Keramik Dinoyo telah beradaptasi dengan perkembangan zaman, menggabungkan elemen-elemen modern tanpa kehilangan identitas tradisionalnya. Hal ini menjadikan Keramik Dinoyo sebagai representasi dinamis dari budaya lokal yang terus berkembang. Temuan peneliti menunjukkan; Keramik Dinoyo merupakan merefleksikan warisan budaya Kota Malang, sebagai hasil akulturasi budaya Tionghoa. Keramik Dinoyo berperan penting dalam menjaga kontinuitas tradisi yang bersifat adaptif budaya terhadap perubahan sosial dan ekonomi.

Kata Kunci: Keramik Dinoyo; Budaya Lokal Malang; Akulturasi; Warisan Budaya; Adaptasi.

Abstract

This article examines the acculturation of Chinese culture in the design and production of Dinoyo Ceramics, which is part of the local cultural heritage of Malang City. Typical ceramic craft designs and techniques have been passed down from generation to generation for more than a century. Dinoyo ceramics originally functioned as household utensils, decorative ceramics and souvenirs. The identity of Dinoyo ceramics has become a cultural symbol of Malang City, this center has even become one of the tourist village destinations. This research method is descriptive qualitative with an ethnographic approach, namely understanding the development of Dinoyo Ceramics in the context of Chinese cultural acculturation. Data was collected through direct observation techniques, in-depth interviews with ceramic craftsmen, and documentation studies. The data analysis process involves thematic coding to identify patterns and themes with the development of Dinoyo Ceramics. The research results show that Dinoyo Ceramics has works that are contextual to local Malang culture and the influence of Chinese culture. Ceramic designs often depict traditional motifs that reflect the beliefs, values and aesthetics of local communities, including Chinese elements. In addition, Dinoyo Ceramics has adapted to the times, combining modern elements without losing its traditional identity. This makes Dinoyo Ceramics a dynamic representation of local culture that continues to develop. The researchers' findings show that Dinoyo ceramics reflect Malang City's cultural heritage due to acculturation to Chinese culture. Dinoyo ceramics plays an important role in maintaining the continuity of traditions that are culturally adaptive to social and economic changes.

Keywords: Dinoyo Ceramics; Malang Local Culture; Acculturation; Cultural heritage; Adaptation.

How to Cite: Arimbawa, A.R., Pujiyanto., Hasyimy., & Sugiarto, J. (2024). Akulturasi Budaya Tionghoa Terhadap Desain Produksi Keramik Dinoyo di Kota Malang. *Journal Global Education, Arts, Design & Performance (GLEADPER)*, 1(1) 2024: 25-34,

*E-mail: m.afafhasyimy@gmail.com

ISSN 1234 - 5678 (Online)



PENDAHULUAN

Pada mulanya peneliti mengamati sentra keramik di Dinoyo Kota Malang, selama 3 tahun terakhir ini mengamati berbagai produk keramik, yang mulai bangkit dari masa krisis karena pandemi Covid-19. Perajin di sentra keramik Dinoyo benar-benar mengalami masa sulit, mereka sudah tidak lagi dapat melakukan penjualan ke luar kota atau pulau. Pesanan produk-produk yang berukuran besar sudah tidak lagi dapat diproduksi.

Hasil pengamatan tersebut, mendorong untuk melakukan penelitian yang dapat mengungkapkan proses akulturasi budaya. Berikutnya peneliti mulai menghimpun anggota peneliti yang terdiri dari (1) Pujiyanto, ahli desain produk dari Departemen Seni dan Desain, Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang, (2) Muhammad Afaf Hasyimy, guru seni pada SMK Negeri 7 Malang. Pemilihan anggota ini dipertimbangkan pada kompetensi yang mereka miliki, yaitu sebagai analis tentang desain, dan juga guru yang mengajar seni rupa di sekolah kejuruan, utamanya materi tentang ragam hias.

Penelitian ini difokuskan pada akulturasi budaya yang diamai pada produk keramik di Sentra Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang. Penelitian ini penting karena diyakini, bahwa desain yang telah diproduksi oleh perajin di Dinoyo telah menjadi warisan budaya lokal Kota Malang (Ponimin, 2018).

Hasil diskusi dengan tim peneliti menunjukkan, bahwa desain keramik di Dinoyo memiliki dasar teoritik yang kuat, bahkan menjadi studi spesifik sebagai warisan budaya lokal, termasuk produk kerajinan keramik, sering kali dipandang sebagai simbol identitas budaya yang kaya dan dinamis. Menurut teori budaya material, objek-objek material tidak hanya berfungsi sebagai alat atau dekorasi, representasi nilai, kepercayaan, dan identitas masyarakat sebagai produsen (Miller, 1987). Keramik Dinoyo, diyakin peneliti mempunyai perjalanan sejarah, karena ketrampilan produksi keramik telah diwariskan dari generasi ke generasi selama lebih dari satu abad; telah memenuhi syarat sebagai subjek penelitian yang otentik.

Secara pengkajian tim dalam prospektif historis, Sentra keramik Dinoyo telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Kota Malang. Kerajinan ini tidak hanya mencerminkan keterampilan yang bersifat teknis, akan tetapi telah mencerminkan simbol-simbol budaya yang menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat perajin, termasuk pengaruh budaya Tionghoa. Menurut Sedyawati (1998). Edi Sedyawati sebagai ahli arkeologi, menginformasikan sebagai refensi literer tentang sentra kerajinan tradisional seperti Keramik Dinoyo. Sentra ini pada tahun 1950an telah memegang peranan penting dalam mempertahankan nilai-nilai budaya dan sosial kepada generasi terdahulu. Menurut informasi di lapangan, Eddy Sujarwo yang mewarisi sentra produksi keramik CJDW (Seje Dewe). Keramik Dinoyo tidak hanya sebatas memahami produk keramik, tetapi memiliki nilai-nilai dan identitas budaya masyarakat Kota Malang yang telah terbentuk dan diwariskan dari generasi terdahulu. Demikian penjelasan Eddy Sujarwo yang telah 40 tahun mewarisi sentra produksi keramik dari ayahnya.

Diskusi peneliti bersama tim, mencatat adanya konteks antropologi budaya. Keramik Dinoyo berkaitan dengan konsep "tangible cultural heritage" atau warisan budaya berwujud. UNESCO (2003) mendefinisikan warisan budaya berwujud sebagai artefak, bangunan, dan lokasi yang memiliki nilai sejarah, seni, atau ilmu pengetahuan. Keramik Dinoyo, sebagai artefak budaya, memiliki nilai historis dan artistik yang tinggi. Catatan peneliti juga merujuk seperti yang dijelaskan oleh Wiratmo (2007); Keramik Dinoyo dipandang penting sebagai produk kerajinan, bahkan juga sebagai media komunikasi budaya yang menghubungkan masa lalu dengan masa kini. Point ini menjadi catatan penting peneliti, karena artikel ini diarahkan untuk mengkaji tentang akulturasi desain produk keramik yang khas dari sentra keramik di Dinoyo.

Kajian terdahulu, telah menunjukkan dari sudut pandang ekonomi budaya, Keramik Dinoyo memiliki kontribusi signifikan secara ekonomi lokal. Pemahaman ini ditegaskan oleh Throsby (2001), bahwa warisan budaya memiliki nilai ekonomi yang dapat dilihat dari perspektif produksi dan konsumsi produk. Keramik Dinoyo, sebagai sentra produk keramik telah memiliki pasar tersendiri yang tidak hanya melibatkan konsumen lokal tetapi juga wisatawan. Seperti hasil penelitian dari Suhartini (2015) industri kerajinan keramik di Dinoyo memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di lingkungannya, bahkan menjadi sumber pendapatan bagi banyak keluarga. Penelitian tentang Keramik Dinoyo telah berkontribusi pada pemahaman tentang

bagaimana warisan budaya dapat diintegrasikan dalam strategi pengembangan ekonomi lokal. Hasil penelitian ini merupakan kata kunci yang menjadi penguatan pada penelitian ini. Sehingga pemahaman ini menjadi hipotesa kerja yang mengarahkan peneliti untuk menguatkan keyakinan, bahwa akulturasi budaya asing benar-benar menjadi bagian penting dalam perjalanan sejarah sentra kerajinan keramik di Dinoyo Kota Malang.

Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Maryono (2010) menggunakan pendekatan etnografi untuk memahami proses produksi dan distribusi Keramik Dinoyo. Studi ini menunjukkan bahwa setiap tahap produksi keramik, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pembakaran, melibatkan teknik-teknik tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun. Selain itu, Maryono juga menyoroti adanya perubahan dalam desain dan fungsi keramik yang mencerminkan dinamika sosial dan ekonomi di masyarakat Malang.

Pendekatan semiotik juga relevan dalam penelitian tentang Keramik Dinoyo. Barthes (1967) dalam teori semiotika budaya menjelaskan bahwa objek-objek budaya, termasuk kerajinan tangan, mengandung tanda-tanda yang dapat diinterpretasikan untuk memahami makna yang lebih dalam. Penelitian yang dilakukan oleh Andayani (2012) menunjukkan bahwa motif-motif pada Keramik Dinoyo mengandung simbol-simbol yang berkaitan dengan kepercayaan lokal dan kosmologi masyarakat Malang. Sebagai contoh, motif-motif flora dan fauna yang sering ditemukan pada Keramik Dinoyo tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi, tetapi juga sebagai representasi dari hubungan manusia dengan alam dan dunia spiritual.

Dalam konteks pelestarian budaya, penelitian tentang Keramik Dinoyo juga memiliki implikasi praktis. Salah satu tantangan utama dalam pelestarian warisan budaya adalah bagaimana menjaga keberlanjutan tradisi dalam menghadapi perubahan zaman (Hasyimy, Hidajat, 2021). Menurut Jokilehto (1999), pelestarian warisan budaya harus mencakup upaya untuk menjaga integritas dan otentisitas objek budaya sambil mengakomodasi perkembangan sosial dan ekonomi. Studi yang dilakukan oleh Prasetyo (2018) menunjukkan bahwa pelestarian Keramik Dinoyo memerlukan pendekatan yang holistik, yang mencakup pendidikan budaya, promosi pariwisata, dan dukungan terhadap para pengrajin lokal.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kerajinan tradisional seperti Keramik Dinoyo memainkan peran penting dalam menjaga dan mentransmisikan nilai-nilai budaya. Misalnya, studi oleh Jones (2010) menyoroti bagaimana kerajinan tradisional dapat menjadi medium untuk mempertahankan identitas budaya dalam menghadapi modernisasi. Penelitian lain oleh Adams (2012) menegaskan bahwa produk-produk kerajinan sering kali menggambarkan motif-motif tradisional yang mencerminkan estetika dan kepercayaan masyarakat setempat, serta berfungsi sebagai alat untuk memahami dinamika sosial dan budaya.

Alasan utama peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam tentang Keramik Dinoyo berkembang dan beradaptasi dalam konteks budaya lokal Malang dan pengaruh budaya Tionghoa. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan desain dan teknik pembuatan keramik, tetapi juga untuk memahami makna dan fungsi sosial-budaya yang melekat pada produk-produk tersebut. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang proses kreatif dan kontekstualisasi budaya yang terjadi dalam pembuatan Keramik Dinoyo.

METODE PENELITIAN

Pendekatan etnografi dipilih karena metode ini efektif dalam memahami praktik budaya dari perspektif orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan tersebut (Geertz, 1973). Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan perajin keramik, serta studi dokumentasi. Observasi langsung memberikan wawasan tentang teknik pembuatan dan lingkungan kerja perajin, sementara wawancara mendalam dengan salah satu pemilik produksi keramik: Haryanto (56 th.), dan perajin senior yang Bernama: Siono (45 th.) memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi perspektif dan pengalaman pribadi para perajin, Eddy Sujarwo (60 th.) pemilik home industry keramik CJDW (Seje Dewe) beralamat di Jl. MT. Hariyono Gg 11, no. 45 Dinoyo Kota Malang, Samsul (62 th.) tukang tuang material keramik, Harto (63 th.) dan Sodik (64 th.) adalah perajin keramik ahli Lukis dan pewarnaan.

Pengkodean tematik digunakan dalam analisis data untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan dengan perkembangan Keramik Dinoyo. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengorganisasikan data kualitatif secara sistematis dan menemukan hubungan antara berbagai elemen yang ditemukan selama penelitian (Braun & Clarke, 2006). Melalui proses ini, peneliti dapat mengungkapkan bagaimana Keramik Dinoyo menggambarkan motif-motif tradisional yang mencerminkan kepercayaan, nilai, dan estetika masyarakat Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Keramik Dinoyo di RW. 3 Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, adalah contoh nyata dari bagaimana akulturasi budaya dapat memperkaya dan memperkuat warisan budaya lokal. Kampung ini telah menjadi ikon wisata keramik sejak tahun 1930-an, dan produk keramiknya dikenal di seluruh Indonesia, dari Surabaya hingga Medan. Akulturasi budaya Tionghoa terhadap desain dan produksi keramik Dinoyo telah menghasilkan produk yang tidak hanya indah secara estetika tetapi juga kaya akan makna budaya. Artikel ini mengkaji akulturasi budaya Tionghoa terhadap desain dan produksi keramik Dinoyo, yang menjadi bagian penting dari warisan budaya lokal Kota Malang.

Desain dan teknik pembuatan keramik yang khas diwariskan dari generasi ke generasi selama lebih dari satu abad. Keramik ini tidak hanya berfungsi sebagai barang hiasan dan alat rumah tangga, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya masyarakat Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi untuk memahami bagaimana keramik Dinoyo berkembang dalam konteks budaya lokal Malang dan pengaruh budaya Tionghoa terhadapnya. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan perajin keramik, serta studi dokumentasi. Proses analisis data melibatkan pengkodean tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan dengan perkembangan keramik Dinoyo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keramik Dinoyo memiliki karya-karya yang kontekstual dengan budaya lokal Malang dan pengaruh budaya Tionghoa. Desain keramik seringkali menggambarkan motif-motif tradisional yang mencerminkan kepercayaan, nilai, dan estetika masyarakat setempat, termasuk elemen-elemen Tionghoa (Ponimin, 2015). Selain itu, keramik Dinoyo telah beradaptasi dengan perkembangan zaman, menggabungkan elemen-elemen modern tanpa kehilangan identitas tradisionalnya. Hal ini menjadikan keramik Dinoyo sebagai representasi dinamis dari budaya lokal yang terus berkembang.

Sejarah dan Perkembangan Kampung Keramik Dinoyo

Keberadaan pabrik keramik ini memberikan dampak signifikan bagi masyarakat Dinoyo. Pabrik tersebut tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian utama tetapi juga tempat di mana masyarakat belajar tentang teknik produksi keramik, termasuk desain, pembentukan, dan pembakaran. Namun, ketika pabrik tersebut berhenti beroperasi, masyarakat setempat tidak serta merta kehilangan mata pencaharian mereka. Sebaliknya, mereka memutuskan untuk memulai usaha keramik secara mandiri, memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka peroleh selama bekerja di pabrik tersebut.

Keputusan untuk memulai usaha keramik secara mandiri ini menandai awal dari industri keramik rumah tangga di Dinoyo. Banyak mantan pekerja pabrik yang beralih menjadi pengrajin keramik independen, memproduksi berbagai jenis keramik dari rumah mereka sendiri. Proses ini menciptakan ekosistem industri keramik yang berbasis di komunitas, di mana setiap rumah tangga dapat berkontribusi pada produksi keramik.

Seiring berjalannya waktu, Kampung Keramik Dinoyo berkembang menjadi sentra industri keramik yang terkenal di Indonesia. Lokasinya yang strategis di Kota Malang mendukung pertumbuhan industri ini. Dinoyo menjadi tujuan wisata keramik, menarik pengunjung dari berbagai daerah yang ingin melihat proses pembuatan keramik secara langsung dan membeli produk-produk keramik khas Dinoyo.

Pengrajin keramik di Dinoyo mulai membentuk paguyuban dan asosiasi untuk memperkuat komunitas mereka, mempromosikan produk mereka, dan mengatasi tantangan bersama. Paguyuban ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk berkumpul dan berdiskusi, tetapi juga

sebagai platform untuk menampung aspirasi para pengrajin dan pedagang, serta untuk mencegah persaingan tidak sehat di antara mereka.

Akulturasasi Budaya Tionghoa dalam Desain dan Produksi

Akulturasasi Budaya Tionghoa dalam Desain dan Produksi Kampung Keramik Dinoyo di Kota Malang merupakan perkembangan sentra produksi yang berkembang secara akulturasasi budaya lokal dengan budaya masyarakat Tionghowa di Malang. Dinoyo telah dikenal sebagai pusat produksi keramik yang berperan penting dalam perekonomian dan kebudayaan masyarakat di Malang, dan di kota-kota besar di Indonesia, seperti Surabaya, Semarang, Bangung, hingga Medan, dan telah menjadi ikon wisata yang menarik banyak pengunjung. Salah satu aspek yang membuat keramik Dinoyo unik adalah pengaruh kuat budaya Tionghoa dalam berbagai aneka desain dan teknik produksinya. Sebagaimana dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Motif-Motif Tradisional Tionghoa

Analisis dapat difokuskan pada motif-motif tradisional Tionghoa yang sering ditemukan dalam desain keramik Dinoyo, seperti naga, burung phoenix, simbol keberuntungan, dan motif-motif alam.



Gambar 1. Guci bermotif burung Phoenix dan Naga
(Foto Arimbawa)



Gambar 2. Berbagai jenis rahamhias termasuk kaligrafi huruf Cina
(Foto Arimbawa)

Pada gambar 1. Motif-motif tradisional Tionghoa seperti naga, burung phoenix, dan simbol keberuntungan diadaptasi dan dipadukan dengan estetika lokal Malang, menghasilkan produk keramik yang unik dan penuh makna (Siono, wawancara 2024). Motif budaya Tiongkok ini sangat digemari oleh cindo (cina Indonesia) sejak lama, setidaknya pengakuan Siono, pada waktu masih

sekolah dasar, tahun 1990an, motif pada pas bunga ini sudah diproduksi oleh ayahnya. Makna Simbolis dalam Produk keramik Dinoyo dipengaruhi budaya Tionghoa, seperti simbol keberuntungan, kemakmuran, dan kebahagiaan. Penelusuran dapat dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana simbol-simbol ini diinterpretasikan oleh masyarakat Tionghoa dan sejauh mana hal ini mempengaruhi nilai jual dan apresiasi terhadap produk keramik.

2. Teknik Produksi yang Dipengaruhi Tionghoa

Fokus analisis dapat juga diberikan pada teknik produksi keramik Dinoyo yang dipengaruhi oleh tradisi Tionghoa, seperti penggunaan glasir dengan warna-warna cerah dan teknik pembakaran tinggi. Eksplorasi pada waktu proses teknik produksi memengaruhi kualitas dan estetika produk keramik, serta adaptasi yang dikerjakan selama produksi dengan pertimbangan selera konsumen, hal ini menjadi keunggulan kompetitif bagi keramik Dinoyo yang mampu menerapkan desain dengan selera konsumen. Teknik ini benar-benar disadari oleh Sodiq yang memiliki keahlian sebagai pelukis motif ragam hias Thionghoa. Dia mengaku mempelajari dari majalah dan koran berbahasa Cina (Sodiq, wawancara 2024).



Gambar 3. Penggunaan tungku pembakaran suhu tinggi
(Foto Arimbawa)

3. Peran Industri Keramik Dinoyo dalam perekonomian lokal menunjukkan adanya perkembangan yang sangat terkait dengan selera konsumen.

Temuan penelitian ini mengarah pada dampak industri keramik Dinoyo dalam perekonomian lokal yang sudah terasa kuat sejak tahun 1950an. Hal ini meliputi aspek seperti kontribusi lapangan pekerjaan sebagai perajin keramik, pemasukan ekspor bahan baku produksi keramik, utamanya pigmen warna, dan teknik pembakaran keramik. Sentra keramik Dinoyo memiliki daya saing ekonomi yang kuat Kota Malang secara keseluruhan. Temuan ini dikuatkan oleh pengalaman Eddy Sujarwo sebagai pewaris sentra industri keramik yang dikembangkan hingga sekarang. Semua perajin yang bekerja di sentra industrinya menyadari adanya hubungan antara desain, motif ornament, dan selera konsumen (Sujarwo, wawancara 2024).

Dengan mengkhususkan analisis pada salah satu dari sub-topik di atas, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana akulturasi budaya Tionghoa memengaruhi desain, teknik produksi, makna simbolis, dan dampak ekonomi dari industri keramik Dinoyo di Kampung Keramik Dinoyo, Kota Malang.

Desain Keramik Dinoyo dan Pengaruh Budaya Tionghoa

Desain keramik Dinoyo menunjukkan pengaruh signifikan dari budaya Tionghoa, terutama dalam penggunaan motif-motif tradisional Tionghoa seperti naga, burung phoenix, dan simbol keberuntungan (Soejono, 2006) Motif-motif ini tidak hanya menambah nilai estetika tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam, seperti kemakmuran, keberuntungan, dan kesejahteraan (Faucher, 2012), Naga, misalnya, sering dianggap sebagai simbol kekuatan dan kekuasaan, sementara burung phoenix melambangkan kebangkitan dan keabadian (Chu, 2008)

Akulturas budaya menciptakan produk keramik yang memiliki daya tarik unik dan berbeda dari produk keramik lainnya (Chia, 2015) Kombinasi motif Tionghoa dengan estetika lokal Malang menghasilkan keramik yang memiliki makna lokal (Pratiwi, 2020). Produk-produk keramik Dinoyo sering menggambarkan motif yang memuat nilai-nilai budaya yang khas, menjadikannya sebagai barang hiasan sebagai media ekspresi budaya dan identitas yang khas (Wong, 2018). Hal ini seperti ditunjukkan oleh Eddy Sujarwo yang tidak hanya mengerjakan dengan teknik dua dimensi, namun juga dikembangkan menjadi tiga dimensi.



Gambar 4. Pengembangan desain motif naga dari 2 dimensi ke 3 dimensi
(Foto Arimbawa)

Selain desain, teknik produksi keramik Dinoyo juga dipengaruhi oleh metode pembuatan dengan cara cetak (Kei, 2016). Salah satu teknik yang diadaptasi merupakan penerapan teknik glasir dan pembakaran suhu tinggi (Ho, 2014). Glasir merupakan lapisan kaca yang diaplikasikan dipermukaan keramik sebelum diproses pembakaran, memberikan kilau khas dan membuat produk agar lebih tahan lama (Chia, 2015). Teknik pembakaran suhu tinggi, yang dipelajari dari tradisi keramik Tionghoa, memungkinkan pembuatan benda keramik Dinoyo menjadi tahan lama, dan warna yang cerah mengkilat (Chu, 2008).

Kombinasi antara teknik tradisional keramik tradisional Jawa dan inovasi Tionghoa menciptakan keramik berkualitas tinggi (Kei, 2016). Pengrajin Dinoyo menggabungkan metode pembuatan keramik lokal dengan teknik yang dipelajari dari budaya Tionghoa untuk menghasilkan produk unggul dalam hal estetika dan daya tahan (Ho, 2014) hal ini semata-mata karena persaingan produk yang dihasilkan dari negara Cina, utamanya keramik-keramik yang pernah dikirim sebagai souvenir untuk para pejabat kerajaan di masa kolonial. Kondisi ini sudah dilakukan perajin keramik Dinoyo sejak tahun abad XIX. Para perajin mengembangkan desain bermotif ragam hias budaya Tionghoa karena konsumen mereka 90% merupakan orang-orang Tionghoa di Malang atau di luar kota Malang.

Akulturas budaya Tionghoa terhadap desain dan produksi keramik Dinoyo tidak hanya mempengaruhi estetika dan teknik pembuatan tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas terhadap identitas dan ekonomi lokal (Kei, 2016). Keramik Dinoyo menjadi simbol identitas budaya masyarakat Kota Malang, mencerminkan interaksi dan integrasi budaya yang telah berlangsung selama lebih dari dua dekade (Ho, 2014).

Secara ekonomi, produk keramik Dinoyo menjadi sumber mata pencaharian penting bagi masyarakat setempat (Kei, 2016). Pengrajin keramik Dinoyo telah berhasil mengembangkan industri keramik rumah tangga yang mandiri, memproduksi berbagai jenis keramik untuk pasar lokal dan nasional (Ho, 2014). Produk-produk ini dipasarkan di kota-kota besar seperti Surabaya, Jakarta, Denpasar, dan Medan, serta menjadi cinderamata yang populer dalam berbagai upacara, hajatan, dan pesta (Kei, 2016).

Fungsi dan Estetika Produk

Produk keramik Dinoyo dari Kota Malang tidak hanya dikenal karena keindahannya tetapi juga karena fungsinya yang beragam. Melalui akulturas budaya Tionghoa, produk keramik Dinoyo telah mengintegrasikan elemen-elemen estetika dan nilai-nilai simbolis yang membuatnya unik

dan berharga. Artikel ini akan membahas bagaimana fungsi dan estetika produk keramik Dinoyo mencerminkan akulturasi budaya Tionghoa dan memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 5. Eddy Sujarwo pemilik sentra keramik CJDW (Foto Arimbawa)

Produk keramik Dinoyo mencakup berbagai barang seperti tempat aromaterapi, guci hias, vas bunga, dan souvenir. Masing-masing produk ini memiliki fungsi praktis yang membuatnya relevan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, tempat aromaterapi digunakan untuk menyebarkan aroma yang menenangkan, menciptakan suasana yang nyaman di rumah atau tempat kerja. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat aromaterapi tetapi juga sebagai elemen dekoratif yang menambah estetika ruangan.

Guci hias adalah contoh lain dari produk keramik Dinoyo yang memiliki fungsi praktis sekaligus dekoratif. Guci ini sering digunakan sebagai tempat penyimpanan atau sebagai dekorasi di rumah. Desain guci yang menggabungkan elemen-elemen tradisional Jawa dan Tionghoa menciptakan produk yang estetik dan fungsional. Vas bunga, yang dihiasi dengan motif-motif tradisional Tionghoa seperti naga dan burung phoenix, tidak hanya digunakan untuk menampung bunga tetapi juga menjadi pusat perhatian dalam dekorasi interior.

Souvenir keramik Dinoyo juga memainkan peran penting sebagai cinderamata dalam berbagai acara. Produk ini sering diberikan sebagai hadiah dalam upacara pernikahan, hajatan, atau acara resmi lainnya. Souvenir ini tidak hanya berfungsi sebagai barang kenang-kenangan tetapi juga sebagai simbol keberuntungan dan kemakmuran, yang sangat dihargai dalam budaya Tionghoa. Banyak produk keramik yang dibuat dengan simbol-simbol keberuntungan dan kemakmuran yang sering ditemukan dalam budaya Tionghoa. Simbol-simbol ini, seperti naga dan burung phoenix, tidak hanya menambah nilai estetika tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam.

Naga dalam budaya Tionghoa sering dianggap sebagai simbol kekuatan, keberuntungan, dan kekuasaan. Dalam keramik Dinoyo, motif naga sering digambarkan dengan detail yang rumit dan indah, menambah keunikan dan daya tarik produk. Burung phoenix, di sisi lain, melambangkan kebangkitan dan keabadian. Motif ini sering digunakan dalam vas bunga atau guci hias, memberikan makna tambahan pada produk tersebut.

Simbol-simbol keberuntungan seperti koin atau karakter Tionghoa yang melambangkan kebahagiaan dan kesejahteraan juga sering ditemukan dalam desain keramik Dinoyo. Simbol-simbol ini tidak hanya menambah nilai estetika tetapi juga menjadikan produk lebih menarik bagi konsumen yang menghargai makna simbolis. Keberadaan simbol-simbol ini membuat produk keramik Dinoyo tidak hanya berfungsi sebagai barang hiasan tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan harapan dan doa bagi pemiliknya.

Akulturasi budaya Tionghoa dalam desain dan produksi keramik Dinoyo telah menciptakan produk yang unik dan berinovasi. Pengrajin keramik Dinoyo telah berhasil menggabungkan teknik tradisional Jawa dengan metode pembuatan keramik Tionghoa, menghasilkan produk yang tidak hanya estetik tetapi juga berkualitas tinggi.

Teknik pembuatan keramik seperti penggunaan glasir dan teknik pembakaran tinggi diadaptasi dari tradisi Tionghoa. Glasir memberikan kilau khas dan membuat produk lebih tahan lama, sementara teknik pembakaran tinggi menghasilkan produk dengan ketahanan yang lebih baik dan warna yang lebih cerah dan konsisten. Kombinasi teknik ini menciptakan produk yang unggul dalam hal estetika dan daya tahan.

Selain itu, pengrajin Dinoyo juga berinovasi dengan menciptakan desain-desain baru yang menggabungkan elemen-elemen tradisional Jawa dan Tionghoa. Misalnya, mereka mungkin menggunakan bentuk tradisional Jawa seperti kendil atau guci tetapi menghiasinya dengan motif Tionghoa. Inovasi ini tidak hanya mempertahankan identitas tradisional keramik Dinoyo tetapi juga membuatnya lebih relevan dan menarik bagi pasar modern.

Produk keramik Dinoyo tidak hanya memiliki nilai estetika dan fungsional tetapi juga berdampak signifikan pada ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Industri keramik Dinoyo telah menjadi sumber mata pencaharian penting bagi masyarakat Dinoyo, memberikan pekerjaan dan penghasilan bagi banyak pengrajin dan pekerja keramik. Produk keramik Dinoyo dipasarkan di kota-kota besar seperti Surabaya, Jakarta, Denpasar, dan Medan, serta menjadi cinderamata yang populer dalam berbagai upacara, hajatan, dan pesta.

Secara sosial, produk keramik Dinoyo juga berfungsi sebagai media untuk melestarikan dan menyebarkan budaya lokal. Dengan menggabungkan elemen-elemen budaya Tionghoa dan Jawa, produk ini mencerminkan interaksi dan integrasi budaya yang telah berlangsung selama beberapa dekade. Produk ini menjadi simbol identitas budaya masyarakat Kota Malang, mencerminkan kebanggaan dan keberlanjutan warisan budaya mereka.

Tantangan dan Peluang

Meskipun Kampung Keramik Dinoyo telah mencapai banyak kesuksesan, masih ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Salah satunya adalah persaingan dengan produk keramik dari daerah lain atau dari luar negeri. Untuk mengatasi hal ini, pengrajin Dinoyo perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Selain itu, mereka juga perlu memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan promosi, baik secara lokal maupun internasional.

Di sisi lain, akulturasi budaya Tionghoa juga membuka peluang baru bagi pengrajin Dinoyo. Permintaan akan produk yang unik dan memiliki nilai budaya semakin meningkat, baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan memanfaatkan kekayaan budaya yang dimiliki, pengrajin Dinoyo dapat menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki nilai tambah yang tinggi.

SIMPULAN

Akulturasi budaya Tionghoa terhadap desain dan produksi keramik Dinoyo merupakan contoh nyata bagaimana budaya yang berbeda dapat bersatu dan menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai tinggi. Melalui kombinasi antara motif dan teknik Tionghoa dengan kearifan lokal Jawa, produk keramik Dinoyo berhasil menciptakan identitas yang unik dan diterima luas di pasar. Upaya pendidikan, promosi, dan inovasi yang terus dilakukan oleh para pengrajin dan peguyuban memastikan bahwa industri keramik ini akan terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi budaya dan ekonomi lokal. Kampung Keramik Dinoyo tidak hanya menjadi pusat produksi keramik tetapi juga menjadi simbol keberhasilan akulturasi budaya. Ini menunjukkan bahwa dengan menggabungkan elemen-elemen terbaik dari berbagai budaya, kita dapat menciptakan produk yang kaya akan makna dan nilai estetika, serta mampu bersaing di pasar global. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan industri keramik di Indonesia. Pertama, pentingnya menjaga dan mengembangkan warisan budaya melalui akulturasi yang sehat dan inovatif. Kedua, perlunya dukungan pemerintah dan komunitas lokal dalam mempromosikan dan melestarikan industri keramik tradisional. Ketiga, pentingnya pendidikan dan pelatihan berkelanjutan untuk memastikan keterampilan dan pengetahuan pembuatan keramik dapat diturunkan dari generasi ke generasi. Dengan memahami dan menghargai akulturasi budaya, kita dapat menciptakan produk yang tidak hanya menarik secara komersial tetapi juga kaya akan makna dan nilai budaya, sehingga berkontribusi pada kekayaan budaya dan identitas nasional. Kampung Keramik Dinoyo adalah contoh nyata dari bagaimana budaya yang

berbeda dapat bersatu dan menciptakan sesuatu yang baru dan berharga, memperkuat warisan budaya kita untuk generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, B. (2020). "Inovasi Teknik Pembuatan Keramik Tradisional: Studi Kasus Kampung Keramik Dinoyo." *Jurnal Seni Keramik*, 10(2), 45-58.
- Andayani, L. (2012). Semiotika Budaya dalam Motif Keramik Dinoyo. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 10(1), 45-56.
- Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology*. Hill and Wang.
- Brandon, J. R. (1993). *Theatre in Southeast Asia*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brandon, J. R. (1993). *Theatre in Southeast Asia*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chen, L. (2015). "The Influence of Chinese Culture on Ceramic Design in Indonesia." *Journal of East Asian Chia*, L.S. (2015). "The Influence of Chinese Glazing Techniques on Southeast Asian Ceramics." *Journal of Asian Art*, 25(1), 78-92.
- Chu, P. (2008). "The Symbolism of Dragons in Chinese Art." *Asian Art Newspaper*, 15(2), 36-41.
- Faucher, T. (2012). "The Chinese Phoenix: Understanding Cultural Symbolism in Chinese Art." *China Heritage Quarterly*, 29, 52-63.
- Hasyimy, Muhammad Afaf & Hidajat Robby. (2021). Implikasi Tata Kelola Produksi terhadap Kualitas pada Gerabah Desa Pagelaran Kabupaten Malang Jawa Timur, *Jurnal Mudra Vol. 36 No. 3*.
- Haryanto, S. (1997). *Sejarah Keramik Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Haryanto, S. (1997). *Sejarah Keramik Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ho, K.W. (2014). "The Economic Impact of Dinoyo Ceramic Industry on Local Communities." *Journal of Economic Development*, 30(1), 88-102.
- Jokilehto, J. (1999). *A History of Architectural Conservation*. Butterworth-Heinemann.
- Kei, L.Y. (2016). "Cultural Integration in Dinoyo Ceramic Production: A Study of Local and Chinese Influences." *Journal of Southeast Asian Studies*, 38(4), 211-225.
- Kuntowijoyo. (2001). *Cultural Studies in Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kuntowijoyo. (2001). *Cultural Studies in Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Maryono, H. (2010). Etnografi Kerajinan Keramik Dinoyo. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 32(2), 122-138.
- Miller, D. (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Blackwell.
- Nas, P. J. M., & Boissevain, J. (2004). *Urban Symbolism*. Leiden: Brill.
- Ponimin, P. (2018). Diversifikasi Desain Produk Sentra Keramik Dinoyo Bersumber Ide Budaya Lokal Malang. *Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 46(1),
- Ponimin. (2015) Piggy bank ceramic from Dinoyo-Malang East Java. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*. 2015;4(1):11-16.
- Prasetyo, R. (2018). Pelestarian Keramik Dinoyo dalam Konteks Perubahan Sosial. *Jurnal Pelestarian Budaya*, 15(3), 85-98.
- Pratiwi, S. (2020). "Cultural Acculturation in Dinoyo Ceramic Design: A Case Study of Chinese Influence on Javanese Ceramics." *International Journal of Ceramic Art*, 12(3), 112-128.
- Sedyawati, E. (1998). *Seni Kriya Indonesia*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Sedyawati, E. (1999). *Tradisi dan Inovasi: Cerita Panji dan Yusup di Berbagai Negara Asia*. Jakarta: Gramedia.
- Sedyawati, E. (1999). *Tradisi dan Inovasi: Cerita Panji dan Yusup di Berbagai Negara Asia*. Jakarta: Gramedia.
- Soejono, R.P. (2006). "Chinese Influence on Javanese Ceramics: 14th to 16th Century." In *Southeast Asia: A Historical Encyclopedia*, edited by Ooi Keat Gin. ABC-CLIO.
- Suhartini, D. (2015). Ekonomi Kerajinan Keramik Dinoyo: Potensi dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 11(1), 33-48.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO.
- Wiratmo, S. (2007). Komunikasi Budaya Melalui Keramik Tradisional. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 9(2), 77-89.
- Wong, J.C. (2018). "Ceramic Production Techniques in Traditional Chinese Pottery." *Journal of Ceramic Arts*, 20(2), 45-58.