

# BATU AKIK SEBAGAI BUDAYA POPULER

Yagus Triana HS\*

Dosen Program Studi Pendidikan Sejarah FKIP-Universitas Galuh Ciamis  
Jl. R. E. Martadinata No. 150 Ciamis, 46274 Jawa Barat

## ABSTRAK

Batu Akik telah menjadi budaya populer di Indonesia, hal tersebut menjadi industri budaya yang pada waktunya selalu ramai di perbincangkan serta menjadi industri yang menjanjikan keuntungan bagi masyarakat. Tujuan karya ilmiah ini untuk mengetahui sejauhmana perkembangan batu yang menjadi aksesoris populer di Nusantara. Metode penulisan karya ini memakai metode analisis kualitatif deskriptif, cara pengumpulan data berupa studi pustaka yang relevan. Hasil karya ilmiah ini adalah Budaya populer dianggap oleh sebagian kalangan ialah sebagai sebuah tiruan dari budaya tinggi melalui perkembangan dan penyebarannya tersebut berubah menjadi budaya kelas bawah. Beberapa lainnya menyatakan jika budaya pop adalah ancaman yang mengakibatkan budaya autentik di masyarakat lama-lama akan menghilang. Hal ini erat hubungannya dengan hegemoni, sehingga budaya populer bersifat komersil. Melalui budaya populer, batu akik berkembang dengan berbagai jenis dan variasi. Menyebarkan ke seluruh daerah dengan beberapa media juga teknologi yang semakin modern, akan semakin mudah dikenali oleh masyarakat. Maraknya batu akik, mendorong masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dengan cara berdagang di setiap tempat keramaian daerahnya. Dengan demikian saya menyimpulkan budaya pop yang bervariasi representasinya memiliki banyak pengaruh dan potensi yang mampu merekonstruksi budaya lokal menjadi budaya yang disukai setiap kalangan masyarakat. Kita haruslah cerdas memaknai macam-macam tayangan yang berisi nilai-nilai budaya pop yang banyak tersebar di masyarakat dan harus mampu menelaah keberadaan suatu kepentingan lain di belakang penyebaran budaya populer, seperti kepentingan politis, komersil dan kekuasaan.

**Kata Kunci:** Batu Akik, Budaya dan Budaya Populer

## ABSTRACT

*Batu Akik has become a popular culture in Indonesia, it becomes a cultural industry which in time is always crowded in talks and become an industry that promises benefits for the community. The purpose of this scientific work to know the development that is growing in the archipelago. The method of writing this work descriptive qualitative method of writing, how to relate data libraries. The result of this scientific work is a popular culture which in some circles is a replica of the high culture through its development and its spreading that turns into the lower class culture. Some others argue that if pop culture is a threat that is missing authentic culture in society will be long gone. It is closely linked to hegemony, so it is so popular commercial. Through popular culture, agate developed with various types and variations. Spread into areas with some media as well as increasingly modern technology, will be more easily recognizable by the community. The rise of agate, the encouragement of society for profit by way of trading in every place crowded area. Thus I add a varied pop culture whose representation has many influences and potentials capable of reconstructing local culture into a culture of mutual respect for society. We strive to intelligently interpret the variety of impressions that contain pop culture that is widely spread in the community and must be able to examine an interest other behind the spread of popular culture, such as political interests, commercial and power.*

**Keywords:** Gemstone, Culture, and Popular Culture

---

\* Penulis Koresponden  
E-mail address: yagustrianahs@unigal.ac.id  
doi: 10.25157/ja.v4i1.311

## PENDAHULUAN

Batu yang menjadi aksesoris kaum pria, yaitu batu akik. Batu akik menjadi budaya pop di kalangan kaum pria Indonesia tahun 2015 terus berkembang. Maraknya fenomena mengenai batu akik ini tidak dapat kita lepaskan dari masyarakat Indonesia sebagai konsumen. Hal ini dijadikan kesempatan oleh masyarakat untuk mencari keuntungan ekonomi. Para pedagang batu akik, akhir-akhir ini semakin banyak bermunculan karena pemakai batu akik semakin banyak pula. Hal ini perlu dibicarakan, karena penting dibahas sebagai budaya populer. Munculnya budaya populer pada umumnya bukan hanya berisi nilai-nilai budaya itu sendiri, namun mengandung beberapa kepentingan lain seperti kekuasaan, ekonomi, juga ideologi. Hal ini kemudian berkaitan pula dengan konsep hegemoni. Hal tersebut sangat menarik perhatian sehingga muncul rasa penasaran yang tinggi untuk mengetahui lebih jelas kaitan fenomena batu akik terhadap budaya pop yang begitu ramai diperbincangkan oleh seluruh kalangan masyarakat. Dalam pembahasan jurnal ilmiah ini, penulis mencoba memaparkan sebagian besar bentuk budaya pop yang tengah terjadi di masyarakat, yaitu batu akik yang berawal dari sejarah dan perkembangannya.

Penulisan didalam jurnal ini akan dijelaskan mengenai landasan batu akik menjadi sebuah fenomena budaya populer atau budaya pop. Pembahasan terlebih dahulu mengenai budaya populer dan sejarah hingga berkembangnya fenomena batu akik. Dalam permasalahan dalam pembahasan jurnal ilmiah ini sangat berkaitan dengan konsep dan teori-teori kebudayaan. Budaya sendiri berasal dari bahasa sansekerta yaitu, *buddhaya* yang merupakan konsep bentuk kata jamak dari *budhi* yaitu akal atau akal budi. Budaya secara teoretis terbentuk dari beberapa unsur yang rumit. Seperti agama, politik, adat-istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan dan karya seni adalah salah satu bentuk dari piranti budaya. Budaya juga diartikan menjadi hasil dari cipta, rasa dan karsa manusia. (Koentjaraningrat, 2009).

Sejak kecil, manusia sering sekali mengeluarkan larangan-larangan seperti tidak boleh melakukan sesuatu hal, bukan hanya itu saja, kita juga sudah diberikan bahkan ditanamkan nilai-nilai tertentu. Contohnya saja, saya mengenal istilah 'pamali' yang saya dapat

dari masa kecil saya. Ada saatnya istilah tabu yang menjadi larangan ini didasari karena kenyataan yang ada, misalkan, memang hal yang dilakukan memang benar-benar membahayakan si anak, tetapi acap kali hal yang menjadi tabu berdasarkan kepada anggapan atau kepercayaan semata. Sebagian konsep dari kebudayaan memang sebuah kepercayaan atau *religi*, karena kepercayaan lahir dari anggapan dan prinsip. Di samping hal tabu yang menjadi larangan, masih ada unsur lain yang takalah penting, yakni sebuah norma. Anggapan-anggapan dan kepercayaan dinilai meliputi sebuah keadaan, meskipun pada dasarnya norma meliputi sebuah perbuatan. Kedua unsur tersebut sangat berkaitan erat, melalui kepercayaan anggapan tentang suatu keadaan menimbulkan suatu kepercayaan, hal ini kemudian yang menghasilkan sebuah norma tentang perbuatan. Dengan demikian, setiap hal yang pernah dikerjakan dan atau ditangani oleh manusia adalah kebudayaan.

Batu akik yang dipakai dan diproduksi oleh manusia tentu merupakan hasil dari kebudayaan. Semakin banyak yang memakai batu akik, maka kebudayaan akan semakin populer. Mendefinisikan konsep "budaya" dan konsep "pop" atau "populer", pada dasarnya masih menjadi konsep yang diperdebatkan. Definisi budaya dan pop terus bersaing dan menghasilkan berbagai definisi budaya pop itu sendiri. Menurut John Storey, Budaya pop dapat didefinisikan menjadi sesuatu hal yang telah "diabaikan", ketika kita telah memutuskan hal yang disebut "budaya luhur". Akhirnya bertebaran karya yang berusaha melompati atau melanggar batas nilai budaya luhur, misalkan karya yang dibuat oleh Shakespeare, Dickens, Puccini-Verdi-Pavarotti-Nessun Dorma. Storey menitikberatkan konsep budaya pada kekuatan dan relasi, hal ini kemudian yang dapat menopang perbedaan-perbedaan secara prinsipil. Storey menjelaskan, budaya pop hadir karena proses urbanisasi yang muncul ketika revolusi industri, identifikasi istilah budaya pop secara umum berkaitan dengan definisi "budaya massa". Argumen mengenai budaya pop ini memperlihatkan adanya proses pengulangan kepada pertanyaan tradisional, mengenai proses bagaimana industri kebudayaan dapat memalingkan individu kepada sebuah komoditas yang mengabdikan untuk kepentingannya. Eksplorasi individu yang mengalihkan produk industri menjadi kebudayaan pop, dilakukan

untuk mengabdikan kepada kepentingan komoditas (Chris Barker, 2011). Budaya populer ini, kemudian tidak bisa kita lepaskan dari budaya massa.

Strinati (2009) mengungkapkan bahwa budaya massa ialah budaya populer yang prosesnya dihasilkan melalui teknik industrial, kemudian dipasarkan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Sehingga jika sebuah budaya tidak memberikan keuntungan, maka budaya tersebut tidak akan diproduksi (Strinati, 2009: 37). Ungkapan demikian seakan memberikan anggapan bahwa budaya tidak bisa dikomersilkan, yang lama-lama akan semakin berkurang oleh kebudayaan massa. Anggapan hal tersebut tidak bersifat mutlak, karena ada sebagian budaya yang menjadi budaya massa dengan mendapatkan apresiasi dalam masyarakat. Seperti akhir-akhir ini, tren pemakaian batu akik sangat marak di masyarakat luas. Tren ini bahkan menyentuh kalangan muda, tua, laki-laki bahkan perempuan. Batu akik ialah batu permata yang berasal dari alam. Batuan yang muncul karena campuran alam, memiliki komposisi zat kimia alam yang berbeda. Komposisi yang dikandungnya, kemudian mempengaruhi struktur batuan yang mengkristal di dalamnya, hal ini kemudian mempengaruhi setiap kepadatan batu.

Budaya massa kemudian menjadi sebuah produk kebudayaan yang terus menerus diproduksi dan dikonsumsi. Industri yang menghasilkan dari produk budaya ini sangat berorientasi pada keuntungan sebesar-besarnya. Budaya massa ini ialah akibat dari kritik budaya tradisional, yang dimana budaya tradisional ini hadir dan berkembang di masyarakat itu sendiri. Kritik ini tidak terikat atau tergantung pada peranan media. Sedangkan budaya tradisional, terbangun dari sebuah proses adaptasi dan interaksi kelas elite di masyarakat secara umum. Dalam hal estetika, budaya tradisional sangat mengagungkan-agungkan bentuk kesusastraan juga tradisi keilmuan. Budaya massa ialah sebuah hasil budaya yang dibuat secara masif demi kepentingan pasar. Budaya massa pada prinsipnya bersifat umum, ia terstandarisasi melalui sistem pasar yang anonim, praktis, dan heterogen, budaya massa kemudian lebih mengabdikan kepada kepentingan pemuasan selera. Ketika berbicara mengenai batu akik, ini tidak hanya sekedar penghias jari, akan tetapi batu akik telah menjadi objek pembahasan diberbagai kalangan, diberbagai tempat, seperti warung kopi, tempat ibadah hingga perkantoran. Batu

akik yang pada mulanya hanya dipakai oleh sebagian kecil orang dan bukan menjadi konsumsi khalayak, setelah diproduksi secara massal, batu akik kini mulai mendapat tempat dikalangan anak-anak muda, peran serta budaya massa yang telah membantu memasarkan batu akik hingga dikenal hampir di seluruh daerah Indonesia. Budaya massa sebetulnya memiliki beberapa karakter (Bungin, 2011):

1. Non-tradisional, yaitu sebuah komunikasi massa yang berkaitan erat dengan budaya pop. Acara-acara *entertainment*, seperti acara reality show indonesian idol, penghuni terakhir, dan lainnya ialah sebagian contoh dari karakter budaya massa..
2. Budaya massa pun mempunyai sifat merakyat, akhirnya tersebar kepada massa. Budaya massa tidak mengerucut ke tingkat elite. Namun jika tingkat elite ada yang terlibat dalam proses ini, maka elite tersebut termasuk bagian dari basis massa itu sendiri.
3. Budaya massa pun ikut menghasilkan budaya massa, seperti *infotainment* adalah produk sebuah pemberitaan yang diberikan kepada massa yang luas. Setiap orang bisa memanfaatkan informasi sebagai hiburan.
4. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Secara tegas disebutkan bahwa bukan populer kalau budaya massa ialah budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa. Contohnya srimulat, ludruk, juga campursari. Awal mula kesenian yang bersifat tradisional ini kemudian berkembang di masyarakat tradisional dengan beberapa karakter-karakter yang bersifat tradisional, namun ketika kesenian ini kemudian dikemas di dalam media massa, dan sentuhan populer akhirnya ikut mendominasi seluruh kesenian tradisional itu. Bentuk kostum, latar cerita, dan lainnya kemudian tidak hanya menjadi konsumsi masyarakat pedesaan namun secara massal menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat di pedesaan dan perkotaan.
5. Budaya massa, terlebih budaya yang telah diproduksi oleh media massa, tentu diproduksi dengan biaya yang besar, karena menggunakan biaya yang besar, akhirnya dapat menghasilkan keuntungan untuk keberlanjutan budaya massa, maka budaya massa diproduksi secara komersial agar hanya menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa, namun dapat mulai menjadi komoditas yang menghasilkan

keuntungan bagi pemilik modal yang ikut berinvestasi di kegiatan kebudayaan tersebut.

6. Budaya massa pula diproduksi secara eksklusif, dengan menggunakan simbol-simbol. Hal ini terkesan menggambarkan masyarakat modern yang homogen, terbatas dan tertutup. Persyaratan yang utama dari eksklusifitas budaya massa ini ialah keterbukaan dan ketersediaannya ikut terlibat dalam perubahan budaya secara massal.

Menurut Strinati, budaya pop atau budaya massa yang terus berkembang, berawal dari tahun 1920-an dan 1930-an. Hal ini dapat dipandang sebagai salah satu sumber historis dari tema-tema maupun perspektif-perspektif yang berkenaan dengan budaya pop. Perkembangan ini kemudian ditandai dengan kemunculan sinema dan radio, produksi massal dan konsumsi kebudayaan kemudian membangkitkan anti-fasisme dengan protagonis kematangan demokrasi liberal yang terjadi di sejumlah negara Barat (Eropa Barat dan Amerika Serikat). Budaya pop ini pertama kali dikaji oleh para pemikir dari Universitas Frankfurt di Jerman, kelompok pemikir ini kemudian dikenal dengan nama Mazhab Frankfurt. Mazhab Frankfurt didirikan pada tahun 1923 di Jerman, para pendiri mazhab ini adalah intelektual Yahudi (kebanyakan). Bangsa Jerman sayap kiri yang berideologi *Marxist* yang berasal dari beberapa kelas atas (tangan progresif) dan kelas menengah rakyat Jerman. Fungsi mazhab frankfurt ini, untuk pengembangan teori dan penelitian kritis. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap anggota mazhab Frankfurt ini ialah hasil karya intelektual, yang bertujuan mengungkapkan permasalahan sosial yang dilahirkan oleh masyarakat industrial Eropa Barat, kemudian konsep kapitalis yang menjadi musuh bersama, dikaji dan dibahas secara serius oleh anggota mazhab frankfurt melalui kerangka ideologis secara umum, kemudian membangun kembali nalar dengan bentuk kritik secara teoritis kepada kapitalisme modern. Dari banyaknya kalangan intelektual di universitas frankfurt yang aktif, selalu dikaitkan dengan mazhab tersebut, beberapa di antaranya ialah Theodore Adorno (1903-1970), Marx Horkheimer (1895-1973) dan Herbert Marcuse. Budaya populer kemudian diangkat menjadi persoalan yang dikaji secara komprehensif didalam mazhab frankfurt, hal ini dikarenakan budaya populer bertentangan dengan semangat *renaissance*, misalnya: individu yang melebur

dengan massa, dan prinsip rasionalitas menjadi peletak dasar. Mazhab ini kemudian melihat massa sebagai yang dibuat bodoh oleh “industri budaya” kapitalis.

Sedyawati (2014) mendefinisikan Industri budaya sebagai produksi benda-benda yang berisi pesan budaya. Dalam perkembangannya Industri Budaya kemudian dikenal menjadi Industri Kreatif. Industri Budaya menekankan bahwa suatu produk adalah bagian dari kebudayaan, sementara itu industri kreatif menekankan pada kreativitas dari sebuah produk yang kemudian pula sangat berkaitan dengan pencipta produk dan hak cipta (Sedyawati, 2014:297). Industri Budaya terkait dengan bagaimana berbagai benda atau karya yang menyimpan nilai-nilai kebudayaan kemudian dibuat secara besar-besaran dan dipasarkan pada masyarakat. Namun, pemasaran berbagai benda yang mengandung unsur kebudayaan umumnya bukan hanya berisikan mengenai nilai-nilai budaya, melainkan berkaitan pula dengan kekuasaan dan hegemoni dari sebuah kebudayaan. Dalam hal ini saya menangkap sebuah pemikiran bahwa tanpa industri budaya, maka tidak sulit untuk sebuah budaya berkembang secara massal, dan akan sulit juga bagi sebuah budaya untuk dikenal masyarakat luas, sehingga industri budaya memang mendapatkan posisi yang sangat penting, untuk menghadirkan budaya pop di masyarakat. Selain itu, dalam pemaknaan budaya pop yang tersebar di masyarakat banyak yang kemudian melakukan kesalahan pemaknaan sehingga mengakibatkan ketidaksadaran dalam diri masyarakat terhadap berbagai bentuk praktik yang kekuasaan secara politik yang dilaksanakan melalui budaya pop.

Budaya populer yang tersiar didalam berita televisi, akan sangat bermanfaat jika masyarakat yang menonton tayangan tersebut mampu memaknai dan mengerti maksud dari tayangan tersebut, karena berita yang dominan kemudian akan menjadi hegemoni budaya (Fiske, 2005:3). Karena sebuah tayangan televisi dapat menjadi percontohan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga tidak sedikit aktivitas masyarakat yang dipengaruhi oleh tayangan-tayangan di televisi. Ketika kita pulang ke rumah, di lingkungan sekitar tempat tinggal, saya melihat anak kecil yang baru berusia lima tahun mampu menghafal sebuah lagu yang disiarkan di televisi, kemudian menari dengan gaya penyanyi di televisi tersebut. Saya menyimpulkan dari pengalaman tersebut bahwa

televise memberi pengaruh yang cukup kuat dalam kehidupan masyarakat. Melalui media televise, budaya akan semakin cepet berkembang dan semakin masyarakat hafal. Peluang besar bagi munculnya industri kebudayaan yang mempunyai beberapa kepentingan.

Mazhab Frankfurt berpandangan, industri budaya yang membentuk selera kecenderungan massa, akan mempengaruhi kesadaran mereka. Hal ini dilakukan dengan cara menanamkan keinginan atas kebutuhan-kebutuhan palsu, industri budaya amat efektif dalam menjalankan praktik tersebut sehingga sebagian masyarakat tidak mengetahui bahkan tidak sadar apa yang sedang terjadi (Strinati, 2009: 107). Hal ini juga berhubungan dengan dampak dari sebuah tayangan televise, orang tidak akan menyadari bahwa berbagai adegan di televise akan mempengaruhi kehidupan sehari-harinya, dari berbagai representasi politik kekuasaan yang terdapat di dalamnya, seperti kampanye, promosi suatu produk dan pencitraan seorang tokoh parpol dan lainnya. Menurut Ardon menjelaskan bahwa kekuatan industri budaya mengamankan dominasi dan kesinambungan kapitalisme yang berpotensi ikut membentuk pola pikir masyarakat yang bergantung, pasif, dan rendah diri (Strinati, 2009: 111). Hal ini menyatakan kekuatan industri budaya mampu mempengaruhi kehidupan manusia. Begitu mudahnya industri budaya untuk menghasilkan peluang yang sangat baik dibidang ekonomi dan menjadi media promosi budaya, walau ada beberapa nilai-nilai kebudayaan yang berubah dan kemudian menghilang.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian jurnal ilmiah ini, menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian yang berdasarkan studi pustaka berupa buku. Penelitian ini akan lebih fokus pada sumber-sumber yang relevan mengenai budaya populer. Raco (2010: 7) yang menyatakan bahwa dalam metode kualitatif penelitian sangat dipengaruhi oleh paradigma, pola pemikiran, dan pengetahuan peneliti. Hal ini karena data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti.

Adapun dalam teknik pengumpulan data, peneliti mengumpulkan literatur yang sangat berkaitan dengan penelitian ini dengan melakukan studi pustaka. Setelah studi pustaka terkumpul, peneliti menganalisis data. Moleong (2007: 103) menggambarkan bahwa analisis data

ialah proses yang mengatur urutan data, mengorganisasi-kannya ke dalam satu pola, beberapa kategori, juga satuan uraian mendasar. Setelah seluruh data dikumpulkan, baik data dari studi pustaka dan studi lapangan yang didapat dari beberapa sumber dan instansi pemerintah ataupun, juga dari masyarakat setempat yang berkaitan dengan penulisan jurnal ilmiah ini, data-data tersebut dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis dilakukan ketika penulis mengumpulkan data dari lapangan dengan mengumpulkan beberapa perspektif yang datang dari bermacam-macam sumber untuk dicatat dan dibagi menjadi beberapa bagian kelompok (Dwiatmini 2011: 35). Penyajian susunan kalimat yang sistematis dilakukan untuk mempermudah pemahaman penulis dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Batu Akik Sebagai Budaya Pop

Sejak dahulu, perhiasan berbahan dasar batu alam menjadi penghias cincin. Meskipun dewasa ini pengguna batu akik kebanyakan oleh orang tua, datuk, dukun, pejabat, serta jagoan kampung. Oleh sebab itu perhiasan batu alam yang digunakan menjadi cincin sering juga disebut batu akik. Kata akik sendiri kemungkinan berasal dari padanan kata “aki” yang artinya orang yang sangat tua. Namun perkembangan saat ini batu akik, ternyata tidak hanya menjadi domain perhiasan orang tua, atau datuk, pejabat dan sebagainya, batu akik kemudian berkembang menjadi pola gaya hidup. Batu akik yang selama ini melekat menjadi stereotipe orang-orang tua, saat ini sudah tidak sesuai lagi. Kini banyak kalangan anak muda yang menggunakan cincin batu akik. Biasanya kalangan anak muda banyak menaruh ketertarikannya kepada benda yang bernuansa futuristik, atau benda dengan teknologi canggih. Sejak dulu kalangan anak muda tidak begitu tertarik menggunakan aksesoris cincin batu akik ini, kemasan cincin dan gagang (*watang*) yang terlihat ketinggalan zaman dan sangat identik dengan dunia mistis dan perdukunan. Namun, kemudian perkembangan teknologi dan keindahan alami yang diperlihatkan oleh batu akik ini, menghilangkan sedikit-sedikit mengenai *stigma* citra batu akik yang dinilai sudah ketinggalan zaman. Keindahan campuran warna dan gambar serat alami bahkan pernak-pernik alami didalam batu yang berwarna dasar hirtam logam menjadi faktor utama mengapa

mereka yang berjiwa muda turut mencintai batu akik ini.

Ketertarikan batu akik itu sendiri tidak sekedar mengeluarkan keindahan dan pancaran warna yang dikeluarkan, unsur mistis yang ada didalamnya juga memiliki magnet. Hal ini yang kemudian membuat batu akik tidak pernah kehilangan penggemarnya bahkan cenderung penyuka aksesoris ini semakin naik kepopulerannya. Sebagian percaya bahwa batu akik ini bersifat pemilih, maka kecocokan dengan pemiliknya. Seperti contoh, orang dengan sifat tertentu atau hari lahir dihari tertentu akan cocok menggunakan batu akik dengan warna atau jenis tertentu. Misalnya orang yang lahir pada bulan Januari menurut kebudayaan Romawi, Yahudi dan Arab, batu yang cocok untuk dimiliki adalah jenis Garnet. Juga orang yang lahir pada hari jum'at batu akan cocok menggunakan batu Safir, batu Zamrud atau batu alami yang berwarna hijau. Batu akik dipercaya pula oleh sebagian masyarakat memiliki khasiat Batu Zamrud atau Emerald misalnya, dipercaya dapat membuat suasana pemakainya menjadi tenang. Batu Sulaiman Madu dipercaya dapat menambah kepercayaan diri juga meningkatkan instingnya agar lebih tajam. Ada pula batu Badar Besi yang dipercaya sebagai penolak bala. Selain jenis warna yang dipancarkan, beberapa batu memiliki khasiat tertentu secara spesifik. Seperti contoh batu warna putih berkhasiat untuk kesehatan tubuh, kesembuhan dan menjaga keharmonisan dalam keluarga. Batu berwarna hijau dapat meredam emosi, menyehatkan otot dan syaraf. Batu dengan warna biru dipercaya dapat menambah daya ingat dan sebagainya.

Sejak dahulu batu akik berfungsi menjadi simbol budaya. Simbol status juga simbol spiritual. Dikatakan sebagai simbol status karena kalangan tertentu seperti raja atau bangsawan yang menggunakan cincin dengan batu tertentu. Di Cina, seorang Kaisar memakai cincin berbatu giok di ibu jari. Ini adalah tanda bahwa ia seorang raja yang memiliki kekuasaan mutlak. Simbol spiritual dengan cincin berbatu akik sering menjadi tanda bahwa seseorang telah selesai dalam melaksanakan ritual spiritual seperti semedi atau bertapa. Batu akik kerap diisi oleh kekuatan gaib agar dapat menambah kepercayaan diri, untuk menghadapi lawannya. Faktor budaya ini, kemudian membatasi siapa saja yang ingin memakainya.

Di zaman modern ini saya melihat sesuatu yang membuat banyak perubahan dalam bidang

industri yang mempengaruhi banyak perkembangan industri dalam produksi batu akik. Dengan maraknya batu akik ini melanda semua kalangan, termasuk kaum anak muda, batu akik dewasa ini sangat mudah didapatkan, pedagang batu ini hampir ada di mana-mana, setiap sudut kota bisa kita temukan, bahkan sudah mulai masuk ke beberapa perumahan di sebagian kota. Melihat fenomena yang terjadi kepada batu akik ini, semakin lama semakin digemari dan diganderungi oleh semua lapisan masyarakat. Hal ini berimbas dengan menjamurnya lapak yang menawarkan cincin batu akik dan jasa lainnya, seperti pemotongan batu, pembentukan batu alam hingga lapak yang menjual batu sudah jadi dan diikat. Batu alamiah yang biasa digunakan juga di jual dengan berbagai pilihan ukuran dan warna, ada yang masih berupa bongkahan batu, potongan kecil sampai batu yang sudah jadi. Singkat kata dewasa ini, cara mendapatkan cincin batu akik yang sudah terbentuk dan sudah jadi sangatlah mudah dan gampang.

Dahulu jika seorang ingin mendapatkan batu akik, harus bekerja keras karena tidak mudah untuk menghasilkan batu yang bagus dan sudah jadi. Batu akik yang berkualitas terlihat dari batu bongkahannya, batu tersebut biasa berada di dasar sungai atau didalam tanah. Memotong, membentuk hingga menghaluskannya butuh ketekunan yang tinggi, ketelitian juga insting yang kuat. Bisa dipastikan agar menghasilkan satu buah cincin batu akik membutuhkan waktu berminggu-minggu, berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun. Jadi, jika melihat pengrajin yang membentuk batu akik seperti melihat seorang Empu sedang menempa sebilah pusaka. Didalamnya butuh ketelitian, ketekunan, serta insting dan penjiwaan supaya menghasilkan gambaran batu yang bagus dan berkarakter (urat jelas). Melihat fenomena yang marak tentang cincin batu akik saat ini telah terjadi pergeseran atau pengkikisan budaya. Begitu mudahnya mendapatkan batu, nilai-nilai kramat, dan kesakralan saat ini sudah tidak ada lagi. Batu akik kemudian tidak lebih dari aksesoris jari, karena dewasa ini batu akik bukan lagi menjadi benda yang dikramatkan. Batu akik telah menjadi komoditas dipasaran, batu akik bukan lagi komoditas yang disakralkan dan sulit didapatkan. Dari penjelasan tersebut, saya berpikir bahwa munculnya batu akik sebagai budaya pop disebabkan oleh dua faktor, yaitu konsumen dan industri budaya. Konsumen yang tinggi dapat berpengaruh terhadap

perkembangan batu akik, kemudian muncul industri budaya yang merupakan produksi terhadap benda yang bermuatan budaya yang menjadikan cincin batu akik mudah dikenal dan masyarakat dapatkan. Batu akik menjadi budaya pop, banyaknya konsumen yang tentu menjadi faktor sentral dalam penjualan hasil dari industri budaya batu akik.

## PENUTUP

### Simpulan

Kebudayaan populer yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, tentu dapat dinikmati oleh semua orang juga semua kalangan orang. Peralatan kebudayaan modern saat ini seperti mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh, dan sebagainya adalah penunjang gaya hidup. Menurut Ben Agger, sebuah budaya yang masuk ke dunia hiburan, budaya itu kemudian menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan mendapatkan kekuatannya jika media massa digunakan untuk menyebarkan pengaruh budaya di masyarakat luas. Budaya massa ialah suatu produk kebudayaan yang secara berkala direproduksi kemudian dikonsumsi secara massal, hingga industri yang ada dari budaya massa ini berorientasi pada penciptaan keuntungan sebesar-besarnya. Budaya massa ini ialah kritik atas budaya tradisional. Budaya tradisional ini hadir di masyarakat itu sendiri, lalu tidak terikat atau tergantung pada media massa. Budaya tradisional sendiri terbangun dari proses adaptasi dan interaksi kelas elite. Hal estetis yang sangat mengagungkan kesusatraan juga tradisi keilmuan.

Budaya populer dianggap oleh sebagian kalangan ialah sebagai sebuah tiruan dari budaya tinggi melalui perkembangan dan penyebarannya tersebut berubah menjadi budaya kelas bawah. Beberapa lainnya menyatakan jika budaya pop adalah ancaman yang mengakibatkan budaya autentik di masyarakat lama-lama akan menghilang. Hal ini erat hubungannya dengan hegemoni, sehingga budaya populer bersifat komersial. Melalui budaya populer, batu akik berkembang dengan berbagai jenis dan variasi. Menyebar ke seluruh daerah dengan beberapa media juga teknologi yang semakin modern, akan semakin mudah dikenali oleh masyarakat. Maraknya batu akik, mendorong masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dengan cara berdagang di setiap

tempat keramaian daerahnya. Dengan demikian saya menyimpulkan budaya pop yang bervariasi representasinya memiliki banyak pengaruh dan potensi yang mampu merekonstruksi budaya lokal menjadi budaya yang disukai setiap kalangan masyarakat. Kita haruslah cerdas memaknai macam-macam tayangan yang berisi nilai-nilai budaya pop yang banyak tersebar di masyarakat dan harus mampu menelaah keberadaan suatu kepentingan lain di belakang penyebaran budaya populer, seperti kepentingan politik, komersial dan kekuasaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2011). *Cultural Studies: Theory and Practice*: SAGE Publications.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Kencana.
- Dwiatmini, Sriati. 2011. *Upacara Adat Seren Taun Pada Masyarakat Kampung Budaya Sindangbarang Desa Pasireurih Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor: Analisis Fungsional*. Bandung: Tesis.
- Fiske, John. 2005. "Understanding Popular Culture" Dalam John Fiske, *Reading the Popular*, London & New York: Unwin Hyman.
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. : PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Raco. J. R. M. E. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya)*. Jakarta: Grasindo.
- Sedyawati, E. (2014). *Kebudayaan di Nusantara: Dari Keris, Tor-tor, sampai Industri Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Strinati, D. (2009). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (A. Muchid, Trans.). Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

