

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan seni tari yang terjadi di Indonesia dari masa ke masa mengalami berbagai perubahan dengan ciri–ciri tersendiri yang terikat dengan periode yang sedang dilalui. Periode perkembangan seni tari ini dapat digolongkan menjadi tiga tahap, periode pertama terjadi pada tahun 20.000 SM hingga 400 M atau dalam masa primitif yang dimana tari–tarian diiringi dengan sorak sorai serta tepuk tangan, periode kedua terjadi pada tahun 400 M hingga 1945 M atau dalam masa feodal ditandai dengan munculnya pakar tari yang menciptakan fungsi baru yaitu untuk tari upacara, tari hiburan, dan tari pertunjukan. Lalu periode ketiga terjadi sekitar tahun 1945 sampai saat ini atau dalam masa modern memunculkan koreografer dan lebih mengekspresikan diri daripada ekspresi komunal (Anggraini & Hasnawati, 2018).

Seiring dengan perkembangan tari, tari kreasi lebih digandrungi oleh para koreografer tari untuk menciptakan suatu karya tari, salah satunya tari Sparkling Surabaya. Dengan segala proses kreatif yang dilalui oleh pencipta karya tari dan tantangan dalam pengambilan keputusan terciptalah suatu karya seni yang unik. Walaupun tari Sparkling Surabaya merupakan tarian kreasi baru, namun sangat dikenal masyarakat Surabaya dan menjadi tarian selamat datang untuk menyambut wisatawan atau tamu yang datang ke kota Surabaya. Mengusung kesenian urban menghasilkan Tari Sparkling Surabaya gampang dikenal oleh tamu atau wisatawan yang hadir di kota Surabaya.

Tari Sparkling Surabaya merupakan tari kreasi baru yang terinspirasi dengan kehidupan masyarakat kota Surabaya yang dinamis dan plural. Tari Sparkling Surabaya tercipta pada tahun 2007 yang bertepatan dengan peringatan hari ulang tahun kota Surabaya ke–714 yang jatuh pada tanggal 30 Mei. Diaziarni selaku pencipta tari Sparkling Surabaya melihat kedinamisan masyarakat Surabaya sebagai masyarakat yang plural, sehingga terciptalah gerakan dengan teknik cepat dan dinamis. Suasana yang berkembang di kota

Surabaya menjadikan kota yang memiliki ribuan masyarakat pendatang menjadi latar belakang terciptanya musik dan alur tari yang disusun menjadi gambaran dari masyarakat Surabaya yang plural. Tarian ini merupakan buah pikiran dari logo Surabaya yaitu Sparkling Surabaya yang telah digunakan oleh pemerintah kota Surabaya menjadi produk kota atau *city branding*. Pada tahun 2005 menjadi awal mula diluncurkannya logo kota yang menjadikan bentuk promosi dan pengenalan kota Surabaya. Tari Sparkling Surabaya kian menjadi *branded Sparkling Surabaya* untuk disosialisasikan secara luas kepada masyarakat dan diharapkan menjadi pelengkap *branded Sparkling Surabaya* guna mempromosikan kota Surabaya di kancah nasional maupun internasional (Triana, 2017).

Tari Sparkling Surabaya ingin mengkomunikasikan mengenai struktur, makna simbol, dan identitas yang terkandung dalam tarian tersebut. Struktur yang menjadi rangkaian gerak dan bentuk, makna simbol yang menjadi sebuah pesan yang ingin disampaikan mengenai kehidupan kota Surabaya, dan identitas yang merepresentasikan jati diri kota Surabaya. Sehingga dengan kehadiran tari Sparkling masih berpijak pada hasil budaya yang tidak meninggalkan tradisi sebagai bentuk warisan bangsa. Sama halnya dengan struktur gerak yang ada dalam tarian ini merupakan gabungan dari beberapa gerak tradisi Jawa Timur, yaitu tari remo putri, jejer, tayub, dan jaranan yang tumbuh di kota Surabaya. Salah satu ragam gerak remo putri yang diambil adalah gerakan *tebaan* dan *gedrug kaki*. Selain itu ragam gerak yang diambil pada tari Jejer adalah gerak egol dan disempurnakan menjadi *dolanan sayap*, *langkah egol dolanan sayap*. Inspirasi lain juga diambil pada ragam gerak tari jaranan yaitu gerakan kaki dan disempurnakan menjadi *mlaku srimpet gedrug*. Ragam gerak yang terdapat dalam tari Sparkling Surabaya ini tak luput dari kreativitas dan inovasi pencipta tari untuk menyempurnakannya (Setiawan et al., 2015).

Kedinamisan dan kelincahan gerak tarinya mencerminkan kota Surabaya menjadi salah satu daya tarik wisatawan, karena dengan modifikasi dari beberapa tarian tradisional yang ada di Jawa timur. Sehingga dalam beberapa

acara, tari Sparkling Surabaya kerap kali digunakan untuk penyambutan acara. Dapat dibuktikan dengan terciptanya tari Sparkling Surabaya disuguhkan untuk melengkapi sarana promosi yang telah dilakukan oleh pemerintah. Dengan mengenalkan tarian ini di beberapa provinsi selain Jawa Timur dapat meningkatkan citra yang dimiliki oleh Surabaya dan menjadi sarana wisatawan untuk mengunjungi Surabaya.

Busana tari Sparkling Surabaya menjadi ikon yang wajib dilestarikan dan dikembangkan dengan mengikuti era perkembangan teknologi yang ada, sehingga dapat menjadi pembaharuan untuk mengembangkan potensi dan menghargai budaya masyarakat Surabaya. Busana tari Sparkling Surabaya yang bernuansa biru dicampur dengan warna emas, orange dicampur dengan warna emas, kuning dicampur dengan warna emas, dan hijau yang dicampur dengan warna emas menjadi ciri khusus kota Surabaya. Sehingga pada sayap emas yang merupakan perwujudan dari kata “*Sparkling*” yaitu bersinar atau berkilauan yang diharapkan dapat menjadi kota Surabaya yang selalu bersinar dan berkilau dari pagi ke pagi berikutnya, tentu saja juga mampu untuk menarik wisatawan dalam negeri maupun mancanegara berdatangan (Istighfaria et al., 2022).

Iringan musik dalam tari selain sebagai irama juga ikut andil dalam membangun suasana yang mendukung dalam menghidupkan jalan cerita tari tersebut. Iringan musik tari Sparkling Surabaya merupakan gabungan dari musik tradisional Jawa Timuran yang dikemas dengan nuansa *modern*. Salah satu ragam alat musik tari Sparkling Surabaya menggunakan gamelan berlaras khas Jawa Timuran yang digabung dengan alat musik perkusi, serompot Ponorogo, jula jula Surabaya, terbang, dan jidor khas Banyuwangi. Iringan musik ini terdiri dari irama etnis Surabaya, Ponorogo, serta Banyuwangi yang mencerminkan suasana kondisi setiap adegan dengan apik (Hendriana & Suhartiningsih, Mutimmatul Faidah, 2020).

Eksistensi tari Sparkling Surabaya juga tidak perlu diragukan kembali karena tarian yang tercipta di tahun 2007 yang diciptakan dalam rangka menyambut hari jadi kota Surabaya ini masih tetap digunakan dalam

penyambutan kota Surabaya. Dinas Pariwisata menggunakan tari ini sebagai salah satu sarana promosi di tahun 2008 hingga sekarang dalam mengenalkan kota Surabaya melalui tarian. Dengan hadirnya tari Sparkling Surabaya memberikan sumbangan yang berharga bagi pemerintah dalam membantu promosi Surabaya. Karakter tari Sparkling Surabaya yang dibangun untuk mempromosikan Surabaya membuktikan bahwa keseriusan pemerintah dalam mengenalkan Surabaya melalui seni tari, sehingga tari Sparkling Surabaya tidak hanya sebagai representasi masyarakat Surabaya saja namun juga menjadi hiburan dan kepentingan lainnya yang dicapai. Kehadiran tari Sparkling Surabaya dapat berdampak bagi pendapatan masyarakat Surabaya dan diharapkan dapat meningkatkan pariwisatanya. Salah satu yang perlu ditingkatkan dalam hal image yaitu dengan slogan “Sparkling Surabaya” membuat Surabaya mempunyai kesan tersendiri di mata wisatawan yang berkunjung ke Surabaya (Wijaya, 2009).

Hadirnya slogan “Sparkling Surabaya” menghasilkan kota Surabaya memiliki kesan yang berkilau dan sangat indah untuk dikunjungi. Aktivitas yang ramai dan terus menerus bergulir menjadikan kata *Sparkling* cocok untuk mewakili arti dari kota Surabaya. Penataan lampu kota dan penanam pohon yang tertata apik menjadikan kota Surabaya memiliki daya tarik tersendiri dan keanekaragaman budaya yang dimilikinya. Sehingga dengan pemilihan slogan “Sparkling Surabaya” dapat menghadirkan kesan tersendiri bagi wisatawan yang telah berkunjung ke kota Surabaya dan mempromosikan Surabaya di dalam maupun diluar negeri. Slogan “Sparkling Surabaya” ini mengambil peran penting dalam kegiatan promosi yang digarap dengan berbagai bentuk yang diringkas dalam promosi dan kerjasama. Dapat dibuktikan bahwa dengan pemasaran *city branding* disandingkan dengan pemasaran aksi atau atraksi wisata dan budaya lain di Jawa timur (Lestari & Agustiniingsih, 2020).

Gambar 1. 1. Logo Slogan Sparkling Surabaya



Sumber: (<https://tourism.surabaya.go.id/>)

City branding merupakan suatu proses atau usaha dalam membentuk suatu kota menjadi kota yang terkenal dan dapat mengkomunikasikan kota tersebut menjadi tepat sasaran dalam melengkapi daya jual sebuah kota (Nawangarsi, E. R., & Suksmawati, 2019). Dalam *city branding* diperlukan pemasaran citra dalam memasarkan Surabaya menjadi kota metropolitan. Dengan berbagai macam daya tarik yang dimiliki kota Surabaya, beberapa kegiatan yang bertujuan untuk melestarikan budaya, dan membangun prasarana yang mendukung wisatawan untuk dapat diakses wisatawan dengan mudah merupakan salah satu strategi *city branding* (Arwanto et al., 2020).

Berkembangnya nilai dalam tari Sparkling Surabaya yang saat ini menjadi salah satu pelengkap *icon* “Sparkling Surabaya” dijadikan suatu tari kreasi modern, sehingga sangat erat pengaruhnya terhadap pendapatan dan nilai budaya masyarakat setempat. Komodifikasi sering kali diartikan dengan sesuatu yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memiliki sejumlah nilai yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai sebuah komoditas dan menghasilkan keuntungan yang besar. Maka tidak diragukan kembali mengenai perkembangan kesenian ini turut dijadikan sebagai objek dalam mendapatkan keuntungan baik secara instansi atau perorangan (Aldianto, 2019).

Komodifikasi budaya sering kali dikaitkan dengan adanya perkembangan teknologi yang ada, dimana terciptanya produk – produk kesenian tradisional yang didasarkan atas ide dan nilai budaya yang selama ini melekat dalam masyarakat menjadi suatu produksi massal yang dapat diperjual belikan. Sehingga gerakan komodifikasi kesenian tradisional yang ada di Indonesia tidak dapat dihindari. Tuntutan dunia pariwisata seringkali mengubah cara pandang masyarakat pendukung kesenian tradisional terhadap keberadaannya.

Dimana keberadaan kesenian tradisional dituntut untuk menjadi komoditi hiburan yang dapat memuat unsur komersial (Irianto, 2016).

Komodifikasi budaya juga menjadi sebuah proses dalam menjadikan unsur - unsur budaya menghasilkan produk komoditas yang dapat diperjual belikan dengan motif ekonomi, dengan proses yang dilalui yaitu produksi ulang, distribusi, dan konsumsi sehingga konsumen mudah memahami arti dari penampilan. Komodifikasi dalam kesenian mendorong para seniman untuk dapat mengubah pertunjukan yang mereka ciptakan agar lebih menarik, sehingga dapat menjadi pertunjukan yang disukai. Eksistensi dari kesenian tradisional juga dipaksakan menjadi komoditi hiburan yang memuat unsur komersial. Permasalahan ini sangat menarik untuk dikaji lebih dalam, karena itu peneliti ingin meneliti fokus permasalahan mengenai perubahan nilai yang terjadi pada tari Sparkling Surabaya dan bagaimana penggiat tari dalam memaknai tari Sparkling Surabaya

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang ditujukan dalam penelitian “Komodifikasi Tari Sparkling Surabaya Dalam Slogan Sparkling Surabaya” sebagai berikut :

1. Bagaimana komodifikasi yang terjalin dalam tari Sparkling Surabaya dengan slogan “Sparkling Surabaya”?
2. Bagaimana penggiat tari dalam memaknai tari Sparkling Surabaya yang semakin masif?

1.3. Tujuan Penelitian

Merujuk dari fokus penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat diambil garis besar bahwa penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Memahami perubahan komoditas yang terjadi pada tari Sparkling Surabaya terhadap slogan “Sparkling Surabaya”
2. Memahami penggiat tari dalam memaknai tari sparkling Surabaya

1.4. Manfaat penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan kajian mengenai komodifikasi budaya yang telah ada sebelumnya dengan memiliki perbedaan fokus objek kajian dan dapat menambah pengetahuan. Selain itu diharapkan dapat memberikan sumbangan akademis pada disiplin ilmu sosiologi mengenai komodifikasi budaya, yaitu nilai komersil, eksistensi budaya, daya tarik konsumen di kalangan pecinta budaya tradisional. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi fokus studi yang sama bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dapat dibagi menjadi dua tujuan, yaitu bagi peneliti dan bagi masyarakat. Pertama, bagi peneliti yang memiliki fokus kajian mengenai komodifikasi budaya dapat membentuk kerangka berpikir dan analisis mengenai fenomena sosial secara sosiologis. Kedua, bagi masyarakat diharapkan mampu memberikan pengetahuan mengenai tindakan masyarakat khususnya kota Surabaya agar dapat memperdalam pengetahuan mengenai budaya yang ada di Surabaya.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Studi Terdahulu

Dasar penentuan penelitian dengan Judul “Komodifikasi Tari Sparkling Surabaya dalam Slogan “Sparkling Surabaya” berakar pada beberapa Studi terdahulu yang dapat diklasifikasikan menjadi : (1) Komodifikasi budaya: (2) Eksistensi tari sparkling Surabaya sebagai berikut :

1. Komodifikasi Budaya

Komodifikasi budaya yang terjadi pada festival Songkran Thailand dapat dilihat adanya komersialisasi dalam berbagai aspek, khususnya aspek ekonomi. Adanya kenaikan jumlah pendapatan dari sektor pariwisata, utamanya saat pelaksanaan festival Songkran di

Thailand yang tak lepas dari promosi pariwisata Thailand di luar negeri (Niko & Atem, 2019).

Jaranan sentherewe menjalani perombakan konsep pertunjukan yang direkonstruksi kembali oleh anggota kelompok *Jaranan Turonggo Jengki*. Dimana pola gerak pada sajian *Jaranan sentherewe* yang sudah dipakemkan, sehingga komodifikasi kesenian *Jaranan* memberikan banyak makna dan spekulasi pada penikmat seni (Pratiwi & Setyawan, 2022).

Terjadinya proses komodifikasi dan subsistensi pada tari jathilan di persimpangan jalanan Sleman Yogyakarta terjadi penyederhanaan dalam penampilan yang baik dari atribut dan tarian yang dipentaskan. Namun sekarang bentuk kreasi baru lebih sederhana dan menggunakan *tape* dalam proses penampilannya. Menjadikan jathilan sebagai alternatif dalam mendapatkan pendapatan dalam menopang ekonomi dalam keluarga di masyarakat Sleman Yogyakarta (Aldianto, 2019).

Komodifikasi bade di Denpasar menemukan bahwa proses komersialisasi arsitektur bade berkaitan dengan kebutuhan masyarakat sebagai konsumen dan pengrajin arsitektur sebagai produsen dalam menawarkan barangnya. Komodifikasi menjadi perspektif untuk menganalisis fenomena yang terjadi perubahan dan bagaimana orang-orang menanggapi perubahan itu (Segara, 2020).

Komodifikasi menjadi salah satu isu kontemporer yang berkembang dengan pemikiran globalisasi di jaman pasca modernitas. Sehingga komodifikasi budaya kian marak berkembang yang ditandai dengan munculnya industri pariwisata yang salah satu bentuk budayanya dikomodifikasikan yaitu kesenian tradisional. Kesenian tradisional yang awalnya dijadikan sebagai subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal berubah menjadi objek yang wujudnya dapat diperjual belikan melalui proses produksi budaya (Irianto, 2016).

Bencana dalam wisata lumpur panas lapindo dimana dulunya lumpur lapindo ini menjadi suatu bencana yang berdampak negatif bagi

masyarakat sekitar, seperti kehilangan harta benda, membawa dampak psikis bagi para korban, dan kerusakan lingkungan. Namun kini lumpur panas lapindo dijadikan objek wisata dimana masyarakat setempat menyediakan fasilitas untuk para wisatawan menikmati suasana di sekitar lumpur lapindo (Kartika, 2020).

Komodifikasi yang terjadi dalam kesenian menuntut seniman untuk mengubah pertunjukan agar lebih menarik, sehingga diharapkan pemerintah mendukung perkembangan seni wayang kulit menjadi potensi yang berhubungan dengan kemajuan dalam sektor budaya. Dalam penelitian ini peneliti memilih dua paguyuban dengan karakteristik yang berbeda, yaitu nilai ekonomi dari setiap paguyuban tersebut. Komoditas budaya muncul karena terdapat pengaruh dengan modernisasi, maka dari itu bentuk dari komodifikasi wayang kulit terbagi menjadi dua yaitu mengangkat wayang kulit baku dan mengkombinasikan dengan budaya lokal. Sehingga wayang kulit tetap dapat populer pada masa kini dan memperlihatkan aura seni dengan makna tersendiri bagi masyarakat dalam memaknai kesenian wayang kulit hingga muncul anggapan musik atau alunan lagu yang ditampilkan memberikan label kesan mistis (Putri & Sudrajat, 2019).

2. Eksistensi tari sparkling Surabaya

Tari Sparkling Surabaya ialah dramatik yang mempunyai daya suasana dan ditampilkan pada gerakan yang memiliki alur. Tarian gerakan lincah dan lebih cepat yang seirama dengan musik tradisional Jawa Timuran, meskipun tarian yang bernuansa modern, tetapi tak melepaskan nilai seni dan budanya yang telah ada (Hendriana & Suhartiningsih, Mutimmatul Faidah, 2020).

Potensi dan keunggulan bidang pariwisata lokal yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, kota Surabaya memiliki *city branding* yang bertemakan “Sparkling Surabaya” guna memperkenalkan kepada masyarakat luas atau wisatawan sebagai pengikat seluruh komponen dan lapisan masyarakat serta pemerintah

dalam mempromosikan kota Surabaya sebagai kota wisata (Arwanto et al., 2020).

Image kota Surabaya dalam slogan “Sparkling Surabaya” mempunyai kesan tersendiri di mata wisatawan yang berkunjung ke Surabaya. Dengan slogan “Sparkling Surabaya” dapat mempromosikan Surabaya menjadi didalam maupun luar negeri, adanya tari Sparkling Surabaya menjadi pelengkap *icon* kota Surabaya dalam menarik wisatawan. Sehingga dengan adanya diferensiasi membuat suatu pasar tradisional terdapat berbagai makanan khas Surabaya dan menambah salah satu tujuan wisata (Wijaya, 2009).

Saat ini Surabaya menjadi kota industri dan perdagangan yang sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi. Dengan penataan konsep “*green and clean*” menjadikan kota Surabaya menjadi ramah lingkungan dan diperindah dengan berbagai macam tanaman yang sedap dipandang. Tarian Sparkling Surabaya juga diilhami oleh logo Surabaya yang dijadikan pemerintah kota Surabaya menjadi *city branding*, melalui bahasa gerak yang mencoba untuk mengkomunikasikan mengenai struktur, simbol, dan identitas yang terkandung didalamnya (Lestari & Agustiningsih, 2020).

1.5.2. Definisi Konsep

1. *City Branding*

Setiap kota tentu saja memerlukan adanya proses strategis yang dapat membangun citra dan identitas kota menjadi menarik untuk dikunjungi, dihuni, ataupun diinvestasikan. Maka dari itu tiap kota diwajibkan untuk dapat menetapkan dan memperkuat posisinya menjadi sebuah kota yang memiliki nilai bisnis, investasi yang berpotensi, sehingga dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan ekonomi dalam sebuah negara (Lestari & Agustiningsih, 2020). Sehingga memiliki tujuan untuk dapat membedakan kota satu dengan kota lainnya dan menciptakan citra yang positif mengenai kota tersebut. Dalam proses *city branding* tentu saja melibatkan kerja sama

yang baik antara pemerintah kota, swasta, organisasi nirlaba, dan masyarakat lokal guna menciptakan citra yang kuat dan melekat mengenai identitas kota dan dapat mengkomunikasikan dengan efektif kepada audiens yang dituju.

Kota yang memiliki citra kuat dan menarik dapat menjadi tujuan wisata yang terkenal dan dapat menarik investasi yang menguntungkan, sehingga *city branding* dapat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian, kualitas hidup, dan dapat membangun masa depan kota menjadi lebih baik. Dalam strategi pariwisata yang optimal dapat meminimalisir resiko yang akan terjadi dari ketidakefektifan suatu strategi, karena tujuan utama yang ingin dicapai yaitu membentuk kerjasama dengan semua lini serta mengoptimalkan publikasi mengenai obyek pariwisata yang ada di kota tersebut. Tentu saja dengan penggunaan *city branding* memberikan berbagai dampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata (Megantari, 2018).

2. Tari Kreasi

Penciptaan tari kreasi seringkali berkaitan dengan proses kreatif yang lebih beragam dan inovatif, sehingga jenis tarian yang telah diciptakan dan dikembangkan dengan gaya baru oleh koreografer atau kelompok tari. Tari kreasi merupakan tari yang telah mengalami perkembangan, tari ini biasanya berangkat dari bentuk tari yang sudah ada sebelumnya. Menurut Keni Andewi tari kreasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu tari kreasi baru berpolakan tradisi dan tidak berpolakan tradisi (Djuanda & Agustiani, 2022):

a. Tari kreasi baru berpolakan tradisi

Tari kreasi baru berpolakan tradisi merupakan tari kreasi yang diciptakan dengan landasan kaidah – kaidah tradisi, bisa dalam bentuk koreografi, musik, ragam gerak, kostum, atau dalam teknik pementasannya. Meskipun terdapat penggabungan dan pengembangan tetap tidak menghilangkan kaidah – kaidah tradisinya.

b. Tari kreasi baru tidak berpolakan tradisi

Tari kreasi baru tidak berpolakan tradisi merupakan tari kreasi yang diciptakan tidak menganut pola – pola tradisi, baik dalam bentuk koreografi, iringan musik, rias, kostum, ragam gerak, atau teknik pementasannya. Meskipun dalam penciptaan tarian ini tidak menggunakan nilai – nilai tradisi, mungkin masih sedikit menggunakannya dalam acuan tema atau gagasan dalam penciptaan tari tersebut.

1.5.3. Kerangka Teori

1. Komodifikasi

Komodifikasi budaya merupakan salah satu topik kontemporer yang berkembang seiring dengan berkembangnya globalisasi di era pascamodernitas, sehingga di era ekonomi global ini menuntut semua kebudayaan untuk dapat menjadi komoditas dan menghasilkan istilah komodifikasi budaya. Komodifikasi budaya dapat diartikan menjadi proses produksi budaya menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan melalui industri budaya dengan mengikuti aturan pasar. Maka kesenian tradisional yang mulanya menjadi subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat berubah menjadi objek berupa benda yang dapat diperjual belikan melalui proses produksi budaya. Komodifikasi budaya merupakan sebuah proses yang merubah unsur budaya menjadi barang atau jasa hingga dapat diperjual belikan, yang dulunya mengikuti aturan sosial non padar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar. Sehingga komodifikasi dapat dikatakan menjadi salah satu bentuk kapitalisme global yang mengakumulasikan kapital, sehingga komodifikasi dapat bertransformasi menjadi nilai guna dan nilai tukar yang bersifat komersial (Irianto, 2016).

Komodifikasi lahir karena terdapat arus globalisasi yang tak lepas dari dampak ekonomi dan budaya, sehingga memiliki pengaruh yang erat akan pendapatan dan nilai budaya masyarakat setempat. Salah satu

faktor pendorong komodifikasi yaitu globalisasi yang berperan untuk mengkoneksikan global ekonomi, sosial, budaya, dan politik yang semakin mengarah ke seluruh penjuru dunia. Komodifikasi budaya adalah sebuah proses yang menjadikan unsur budaya menjadi unsur budaya produk komoditas dengan motif ekonomi melalui proses produksi ulang, distribusi, dan konsumsi sehingga memudahkan penampilan dapat tersampaikan ke konsumen (Pratiwi & Setyawan, 2022).

Komodifikasi merupakan bentuk kreasi baru yang lebih sederhana dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Dengan adanya budaya dan kepentingan dari masyarakat untuk mendapatkan nilai dari suatu barang yang berorientasi untuk mencari keuntungan. Komodifikasi yang terjadi antara pelaku atau fenomena tersebut dapat diubah menjadi nilai yang lain, atau dalam arti lain keuntungan yang sangat besar. Sehingga komodifikasi menjadi sebuah transformasi pengguna nilai yang diubah kedalam nilai lainnya, dalam artian siapa yang memulai kapital dengan menjelaskan komoditi maka ia yang akan memperoleh keuntungan (Aldianto, 2019).

Komodifikasi menjelaskan mengenai bagaimana kaum kapitalisme melancarkan aksinya dalam mengakumulasi kapital atau meyakini transformasi nilai untuk merubah nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua hal yang memiliki saling berhubungan yaitu objek dan proses, dan dapat dijadikan salah satu indikator dalam kapitalisme global yang kini tengah terjadi. komodifikasi adalah suatu bentuk transformasi dari hubungan yang awalnya terbebas dari hal – hal yang bersifat dapat diperdagangkan dan menjadi hubungan yang memiliki sifat komersil (Kartika, 2020).

Komodifikasi dapat ditentukan dengan sekelompok pemilik modal dalam industri budaya dengan parameter hukum pasar, dimana produk yang dianggap standar jika digunakan dan memungkinkan adanya proses produksi budaya dalam jumlah yang masif dan

mengakibatkan segala jenis budaya apapun menjadi suatu komoditas. Sehingga komodifikasi menjelaskan dalam bentuk – bentuk komersial dimana negara dapat menempatkan bentuk aturan yang didasarkan pada standar pasar dan menetapkan aturan pasar (Widyastuti, 2011)

Komodifikasi budaya merupakan bentuk tindakan yang menjadikan unsur budaya menjadi suatu hal yang bernilai ekonomi dan dapat diperjualbelikan sehingga menyebabkan suatu modifikasi pada unsur budaya tersebut. Sehingga komodifikasi selalu erat dengan nilai ekonomi, kapital, dan komersil. Komodifikasi juga mendeskripsikan bagaimana cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital dan menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar, dengan adanya komodifikasi budaya dalam suatu budaya dapat mengurangi kesakralannya namun dapat mendatangkan peluang bisnis yang ada (Niko & Atem, 2019).

Komodifikasi merupakan bentuk khusus yang dapat diambil oleh produk saat sedang menjalani proses produksinya yang didasarkan pada pertukaran. Komodifikasi memiliki arti yaitu proses mengubah nilai penggunaan menjadi nilai tukar. Menurut Marx komoditas dapat muncul dari berbagai macam kebutuhan dapat dari fisik atau budaya dan dalam penggunaannya dapat diartikan yang kemungkinan muncul dari serangkaian kebutuhan sosial tertentu. Komodifikasi budaya dapat diamati dalam kehidupan sehari – hari dan terus menjadikan bentuk pandangan mengenai konsumsi dalam mencapai kepuasan. Pada dasarnya, pandangan tersebut mungkin tidak dapat dianggap begitu penting namun dilihat secara menyeluruh terpadu dalam proses produksi. Sehingga dengan seiring berjalannya waktu pandangan tersebut akan menjadi lebih kuat (Shamad, 2023).

2. Apropriasi

Apropriasi kultural lebih dikaitkan dengan masalah klaim asal usul, sehingga perlakuan dalam produk kultural asing diambil dan dimiliki dengan cara mengklaim asal - usul produk kultural sebagai

miliknya. Dengan tujuan memiliki budaya otentik dan memiliki kepentingan material dan spiritual (Novitasari, 2017).

Apropriasi merupakan pengambilan, penambahan, pemakaian unsur budaya asing yang dipakai atau dimasukkan ke dalam budaya sendiri. Kemudian setelah proses itu semua budaya tersebut diakui sebagai budaya sendiri. Apropriasi budaya dalam konteks musikal adalah bentuk apropriasi musikal antara gamelan Jawa dan ansambel musik Eropa untuk mengiringi tari Jawa yang posisinya tidak sama (Surtihadi, 2021).

Apropriasi budaya lebih berfokus pada tindakan klaim dan pengambilan suatu unsur budaya yang dilakukan oleh kelompok budaya besar terhadap suatu kelompok budaya yang lebih kecil, sehingga klasifikasi apropriasi budaya James O Young terdapat 5 yaitu :

- a) *Object appropriation*
- b) *Content appropriation*
- c) *Style appropriation*
- d) *Motif appropriation*
- e) *Subject appropriation*

Dimana klasifikasi apropriasi dianggap sangat penting dalam menentukan suatu peristiwa apropriasi budaya secara obyektif dan data yang diidentifikasi sesuai dengan kelompoknya (Laksana, 2021).

Apropriasi menjelaskan bahwa terdapat praktik yang melampaui pendekatan formal dalam sejarah seni, dimana dapat didefinisikan sebagai pengambilan suatu konteks dan memperteguh yang baru. Sehingga apropriasi merupakan pengambilan ide dari berbagai elemen musik atau gaya kepemilikan seseorang dan merubah kerangka yang berpacu dalam suatu acuan, sehingga apropriasi sangat mempengaruhi perjalanan yang lebih menentukan dari sumber informasi ke dalam produk dan kekuasaan budaya yang baru (Budrianto, Wilma Sriwulan, 2018).

Apropriasi dapat dimaknai menjadi pembuatan suatu barang milik pribadi dan mengambil sebagai milik sendiri atau digunakan untuk dirinya sendiri. Apropriasi juga memiliki kecenderungan dalam menempatkan ide kreatif sebagai bentuk kultur, karena ide kreatif tersebut menjadi sesuatu yang tidak berwujud fisik. Maka apropriasi dalam suatu objek bisa dikatakan sebagai wujud fisik dan *intangible* sebagai wujud makna (Fitriasari et al., 2023).

Apropriasi budaya dapat dikatakan sebagai tindakan yang mengambil dan menggunakan unsur budaya orang lain tanpa memahami atau tanpa izin dengan pengakuan yang memadai. Sehingga seringkali melibatkan pengambilan unsur budaya yang dirasa cukup menarik oleh beberapa kelompok yang dominan tanpa melihat konteks asli dari unsur tersebut. sehingga apropriasi sering diartikan menjadi pengadopsian elemen budaya tertentu oleh kelompok budaya yang lain, contohnya seperti penggunaan simbol budaya, artefak, atau genre. Dimana dalam unsur – unsur tersebut sering kali dipilih melalui proses adaptasi oleh kedua budaya yang sedang berinteraksi agar hasilnya dapat diterima menjadi hak milik tanpa harus ada kewajiban dalam memproduksi bentuk baru yang dapat diterima oleh kedua belah pihak (Sitindjak, 2020).

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Paradigma Kualitatif

Penelitian ini menggunakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik–interpretatif, dimana gaya penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksikan realitas dan memahami makna. Sehingga dalam penelitian ini akan menggali mengenai pengalaman dan pemaknaan Tari Sparkling bagi pegiat tari serta bentuk komodifikasi yang terjadi pada Tari Sparkling Surabaya dalam slogan “Sparkling Surabaya”. Penelitian kualitatif lebih memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas. Walaupun dalam

penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, maka dapat melibatkan subjek dengan jumlah yang relatif sedikit (Somantri, 2005).

Pendekatan dalam metode penelitian dapat digunakan peneliti yang memiliki fokus pada penelitian kualitatif. Pendekatan filsafat pengetahuan mendekatkan para mahasiswa dengan berbagai macam model yang telah terbit terlebih dahulu dalam kancah pengetahuan (Yusanto, 2019). Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu metode yang semakin berkembang dan banyak diimplementasikan dalam berbagai bidang keilmuan. Dalam penerapannya penelitian kualitatif diperlukan untuk memahami prosedur pelaksanaannya dan memahami fungsi dari penelitian kualitatif tersebut dan menjadikan sarana pengembangan ilmu pengetahuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti terlibat dalam konteks dengan situasi dan setting fenomena alami yang sesuai dengan apa yang sedang diteliti. Tujuan dari penelitian kualitatif untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam untuk potret kondisi dari suatu konteks yang alami dan tentang apa yang sebenarnya terjadi dalam apa adanya di lapangan studi (Nugrahani, 2014).

Penelitian kualitatif pada dasarnya digunakan untuk ilmu sosial dan humaniora dalam aturan kajian mikro. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada pola pikir induktif atas pengamatan obyektif partisipatif terhadap fenomena sosial. Penelitian kualitatif mencoba untuk mengerti, mendalami, dan menerobos masuk terhadap suatu fenomena yang kemudian menginterpretasikan dan menyimpulkan gejala tersebut sesuai dengan konteks (N. Harahap, 2020).

1.6.2. Tipe Penelitian

Menggambarkan suatu fenomena atau situasi yang terjadi harus secara mendalam dan terperinci, dalam penelitian menggunakan metode kualitatif dengan perspektif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan rangkaian kegiatan dalam mendapatkan data yang bersifat apa

adanya tanpa ada di dalam kondisi tertentu, sehingga dapat menjelaskan dan menggambarkan suatu fenomena yang ada dengan hasil yang alamiah tanpa ada rekayasa dari manusia. Paradigma deskriptif juga lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Maka dari itu penelitian deskriptif tidak melibatkan kegiatan manipulasi atau perubahan dalam variabel yang sedang diteliti, namun lebih menggambarkan suatu kondisi dengan apa adanya (Sukmadinata, 2011). Penelitian kualitatif deskriptif sangat bermanfaat untuk mendapatkan wawasan yang melimpah dan lebih spesifik terhadap fenomena yang kompleks, terutama ketika peneliti ingin lebih memahami pengalaman individu atau kelompok dengan baik.

1.6.3. Pendekatan Penelitian

Sedangkan untuk pendekatan yang dilakukan pada studi kualitatif ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menelaah pengalaman manusia, sehingga dalam memperoleh ilmu pengetahuan baru dan mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah – langkah yang logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan kepada prasangka, dan tidak dogmatis. Dalam fenomenologi terdapat beberapa konsep dasar yang perlu untuk dipahami, yaitu konsep fenomena, epoche, konstitusi, kesadaran, dan reduksi (Maramis, 2022).

Fenomenologi berasal dari kata “*phenomenon*” yang memiliki arti penampakan dari sesuatu. Fenomenologi merupakan cara dan metode pendekatan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh pemahaman terhadap pendekatan fenomenologis yang bukan hanya sekedar memahami keberadaan subjek dalam situasi namun juga dapat menempatkan diri sebagai sesuatu yang dihayati (Desiningrum, 2017).

1.6.4. Setting Sosial Penelitian

Penelitian ini ditujukan kepada penggiat Tari Sparkling di kota Surabaya. Peneliti memilih Kota Surabaya menjadi lokasi penelitian karena berdasarkan dari perkembangan Tari Sparkling Surabaya yang sangat pesat

dan mudah ditemukan di kota ini karena : (1) Mudahnya akses informasi secara digital; (2) Wilayah perkotaan yang masyarakatnya masih memegang tradisi lokal; (3) Keberadaan penggiat sanggar tari Sparkling Surabaya; (4) Banyaknya penggiat tari Sparkling Surabaya lainnya yang ikut melestarikan tari Sparkling Surabaya.

Selain dikarenakan faktor lokasi penelitian yang berada dalam satu wilayah peneliti dalam memudahkan studi, Kota Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena dapat kita ketahui banyaknya fakta-fakta yang telah diuraikan sebelumnya. Terlebih lagi dengan perkembangan Tari Sparkling Surabaya yang terus dilestarikan oleh remaja Kota Surabaya, diharapkan dapat memberikan kekayaan dan keunikan data yang akan diperoleh. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang dampak Tari Sparkling terhadap perkembangan seni tari di Surabaya serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilannya.

1.6.5. Subjek Penelitian

Penelitian kualitatif melihat fenomena dari aspek non materi, dibalik yang tampak, kajian makna sebagai sesuatu yang holistik (Subadi, 2006). Subjek penelitian dalam penelitian ini merupakan individu-individu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang akan didalami. Mengacu pada fokus penelitian yang telah direncanakan, maka yang menjadikan subjek penelitian dalam penelitian harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan relevansi dan kualitas informasi yang diperoleh. Yaitu :

1. Harus memiliki keterlibatan langsung dalam komunitas tari di Surabaya, khususnya yang berhubungan dengan Tari Sparkling. Dapat mencakup pegiat tari, pelatih tari, dan anggota sanggar tari yang aktif;
2. Individu dengan rentan usia 19 – 35 tahun;
3. Aktif mengikuti kegiatan sanggar tari baik secara online maupun offline selama 5 tahun kebelakang, sehingga dapat memberikan wawasan yang mendalam dan berbobot;

4. Berasal dan bertempat tinggal di Kota Surabaya.

Awalnya peneliti akan ikut berpartisipasi dalam pelatihan Tari Sparkling Surabaya untuk mencari informan. Setelah itu peneliti juga melakukan pendakatan dengan cara menghubungi kerabat-kerabat terdekat dan memiliki kenalan yang sesuai dengan karaktersitik informan atau dapat dikatakan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sebuah metode pengambilan data non random yang memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan output yang bisa menanggapi kasus riset (Lenaini et al., 2021). Melalui kedua pendekatan peneliti dapat menemukan informan sebanyak 6 orang yang telah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan penelitian. Selain itu peneliti juga menghubungi Pemerintah Kota dengan dinas terkait yang menaungi komunitas-komunitas di Surabaya guna menjadi informan pendukung pada penelitian ini.

1.6.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sering kali digunakan dalam mengumpulkan data guna suatu studi penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Instrumen penelitian ini sangatlah penting karena dapat memberikan pengaruh dalam validitas dan reliabilitas data yang akan digunakan dalam penelitian. Sehingga peneliti mempertimbangkan berbagai faktor untuk memilih instrumen yang akan digunakan, yaitu :

1. Pedoman Observasi

Pedoman observasi menjadi alat bantu penelitian yang digunakan peneliti untuk menuntun pengamatan dan pencatatan data dengan sistematis dan lebih terstruktur. Dimana dalam pedoman ini tentu saja berisikan daftar variabel yang akan diamati disertai dengan definisi dan indikator pengukurannya. Sehingga pedoman observasi dapat digunakan dalam mengamati bagaimana para penggiat tari merespon mengenai perkembangan komodifikasi Tari

Sparkling Surabaya. Tidak hanya melibatkan respon dan pola pikir saja, namun mencakup bagaimana perubahan nilai yang terjadi dalam Tari *Sparkling* Surabaya yang dijadikan sumber daya pendapatan bagi para penggiat seni tari hingga apakah dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi para. Selain itu, perilaku yang terjadi selama kegiatan wawancara yaitu mengenai mimik wajah dan tubuh juga dapat menjadi fokus pengamatan peneliti dalam melakukan kegiatan wawancara. Oleh karena itu, pedoman observasi menjadi alat bantu yang penting untuk dapat membantu peneliti melakukan pengamatan yang objektif dan sistematis.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara menjadi alat bantu penelitian yang bermanfaat untuk memandu peneliti dalam melakukan kegiatan wawancara dengan narasumber. Pedoman wawancara dibuat untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data yang telah diperoleh, sehingga dapat dipastikan peneliti mendapatkan informasi yang telah dibutuhkan untuk dapat mencapai tujuan penelitian. Pertanyaan yang diajukan berisikan latar belakang mengenai pegiat tari, keterlibatan pegiat tari yang terlibat dalam pertunjukan Tari *Sparkling* Surabaya, pertunjukan Tari *Sparkling* Surabaya sebagai komoditas dari slogan *sparkling* Surabaya, peran pegiat tari dalam merespon perkembangan Tari *Sparkling* Surabaya, dan pengaruh komodifikasi budaya terhadap sosial - ekonomi para pegiat tari dalam keberlangsungan hidup. Kegiatan wawancara dilakukan secara luring dan menggunakan alat perekam audio selama kegiatan wawancara berlangsung.

1.6.7. Teknik Pengumpulan Data

Data kualitatif merupakan data mentah yang berasal dari dunia empiris, dengan bentuk uraian rinci, kutipan langsung, dan dokumentasi kasus. Tangkapan data kualitatif merupakan perkataan subjek penelitian dalam bahasanya sendiri, maka temuan data bersifat panjang lebar dan

mengakibatkan analisis data kualitatif bersifat lebih spesifik. Terutama dalam meringkas data dan menyatukan dalam suatu alur analisis yang mudah dipahami oleh pihak lain. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam atau *indepth interview*. Wawancara mendalam memiliki sifat luwes, terbuka, tidak terstruktur, dan tidak baku. Maka dengan pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subjek penelitian (Djaelani, 2013).

Wawancara mendalam merupakan suatu proses dalam memperoleh keterangan untuk mendapatkan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan saling bertatap muka antara pewawancara dan informan dengan menggunakan pedoman wawancara sehingga pewawancara dapat terlibat dalam kehidupan sosial informan (Anufia, Budur, 2019). Selain menggunakan teknik wawancara, peneliti juga menggunakan teknik observasi untuk menunjang hasil data wawancara. Observasi pada konsep alternatif metode pengumpulan data kualitatif. Observasi adalah salah satu kegiatan ilmiah yang empiris dan didasarkan pada fakta – fakta yang ada di lapangan maupun teks. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun. Tujuan dari observasi ini merupakan deskripsi pada penelitian kualitatif dapat menghasilkan teori dan hipotesis (Hasanah, 2017). Pertama-tama, pengumpulan data dilakukan dengan menyiapkan pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti kemudian akan mengajukan pertanyaan kepada informan yang memiliki pengalaman dalam mempelajari dan menggunakan Tari *Sparkling* Surabaya, berdasarkan pedoman wawancara tersebut. Jika setelah transkrip wawancara selesai, peneliti merasa ada data yang kurang maka peneliti akan menghubungi dan mewawancarai informan kembali untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

Berbeda dengan wawancara mendalam, pengumpulan data melalui observasi dalam penelitian sangat mendukung. observasi sebagai pemusatan terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh panca indra untuk mendapatkan data. Pengamatan langsung atau observasi

menggunakan penglihatan, penemuan, pendengaran, perabaan, dan jika diperlukan dengan pengecap. Observasi dalam penelitian kualitatif juga digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti mampu mencatat dan menghimpun data yang diperlukan untuk mengungkap penelitian yang dilakukan (Anufia, Budur, 2019). Penelitian ini menggunakan observasi partisipatoris dengan mengikuti peneliti mengikuti pelatihan Tari *Sparkling* Surabaya. Peneliti berusaha untuk mempelajari dan berinteraksi dengan pegiat tari lainnya, sehingga dapat mempermudah peneliti untuk melihat karakteristik dari para pegiat tari yang telah memiliki pengalaman dalam mengembangkan Tari *Sparkling* Surabaya.

1.6.8. Teknik Analisis Data

Alur kerja dalam penelitian kualitatif terdapat konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi yang dikembangkan atas dasar kejadian yang didapatkan ketika kegiatan lapangan berlangsung. Karena kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak memungkinkan dipisah satu sama lainnya, keduanya berlangsung secara simultan dan prosesnya berbentuk siklus dan interaktif (Rijali, 2018). Dalam penelitian kualitatif pengolahan data analisis data merupakan bagian penting dalam suatu penelitian, karena dari analisis ini akan mendapatkan temuan baik secara substantif maupun formal. Analisis bermakna analisa atau pemisahan dan pemeriksaan yang teliti. Analisis data dapat dimaknai sebagai proses yang menyikapi data dalam penelitian, menyusun, memilah, dan mengolahnya kedalam susunan yang sistematis dan bermakna (Saleh, 2017).

Analisis data penelitian kualitatif menurut (Miles, 1992) terdapat 3 alur yaitu :

1. Pengumpulan data, merupakan proses pengumpulan data dan memusatkan fokus pada penyederhanaan. dilanjutkan dengan pengabstrakan dan transformasi data kasar.

2. Penyajian data, pengumpulan informasi yang telah tersusun dan ditunjukkan dengan adanya kemungkinan penarikan kesimpulan dengan bentuk teks narasi.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, dimana terdapat peninjauan ulang oleh peneliti dari data yang telah didapatkan di lapangan yang diikuti dengan pertukaran pikiran dengan pihak lain dalam pengembangan kesepakatan.

Dalam penelitian ini, peneliti menyusun transkrip wawancara setelah mewawancari informan. Kemudian data yang telah dikumpulkan akan disajikan sesuai dengan fokus penelitian dan diatur dalam bentuk-bentuk tabel. Langkah ini diambil peneliti agar dapat mempermudah dalam mengidentifikasi pola hubungan dalam data tersebut. Selanjutnya data akan diuraikan dan dideskripsikan secara terstruktur untuk memastikan setiap kata dapat dipahami dengan jelas, sehingga pembaca dapat memahami dan menafsirkan dengan cara yang relatis sama.