

ABSTRAK

Di saat arah perkembangan ekonomi yang semakin tidak terduga terjadi, kota-kota mengubah strategi mereka untuk fokus kepada apa yang ada di dalamnya, yaitu sejarah, kreatifitas masyarakatnya, dan artefak. Di satu sisi, pengaruh dari globalisasi yang menghadirkan tuntutan untuk menjadi kompetitif antara satu kota dengan kota lainnya dan restrukturasi perekonomian yang membuat kota-kota perlu untuk memperbarui identitas mereka. Hal ini mendorong untuk mengembangkan asset 'budaya' yang ada dalam kota untuk mencapai kesejahteraan ekonomi, sosial dan politik. Kini, festival menjadi komponen yang penting untuk strategi pengembangan urban dalam konteks global maupun lokal. Dengan festival, suatu kota dapat memperbarui identitas, mewadahi kreatifitas masyarakat lokal, momen dimana ide-ide tentang kota tersebut disampaikan oleh para perencana urban dan sebagai daya tarik bagi investor dan wisatawan.

Surabaya *Urban Culture Festival* yang digelar oleh Suara Surabaya Media bekerja sama dengan Pemerintah Kota dan Polrestabes Surabaya merupakan salah satu festival tahunan kota Surabaya. Dengan mengusung konsep *urban culture* dalam festival ini beragam budaya baik tradisional maupun modern ditampilkan. Peneliti menganalisis pemberitaan media *online* menggunakan *media discourse analysis* untuk mendeskripsikan bagaimana konsep *urban culture* tersebut menjadi *urban identity* kota Surabaya dengan formasi diskursif media sebagai teknik pengumpulan data yang dianalisis. Media dipilih sebagai sumber dalam menjelaskan konsep *urban culture* karena jelas bahwa media dan kebudayaan menjadi hal yang penting dalam pemeliharaan dan reproduksi masyarakat kontemporer.

Sebagai hasilnya, dari wacana media *online* yang memberitakan SUCF, kita dapat mengambil jalan tengah bahwa sesungguhnya identitas bukanlah sesuatu yang mutlak sifatnya. Dengan kata lain, ia terus diperbarui sesuai dengan perkembangan yang ada. Ia dapat berubah sesuai dengan tempat dan waktu tertentu, dan pada akhirnya identitas adalah sesuatu yang kita bagikan dan apa yang ingin kita tunjukkan. Keberagaman dan perbedaan dalam wacana media *online* yang mengulas SUCF, bukanlah sesuatu yang dianggap problematik, melainkan perbedaan justru sebagai aset dari identitas yang dimiliki oleh Surabaya.

Kata kunci: wacana media *online*, *urban culture*, perkembangan ekonomi, ekonomi budaya, identitas, festival.