

DISKURSUS IDENTITAS BUDAYA URBAN (Kajian Cultural Studies pada Event Jazz Traffic Festival Surabaya 2014)

Arina Habaidillah
London School of Public Relation
Intiland Tower, Annexe 6th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 32, Jakarta Pusat 10220,
Indonesia. Telp. (021) 57904365
Email: arinahabaidillah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada eksistensi identitas budaya urban yang ada pada *Audiens Jazz Traffic Festival* Surabaya. Peneliti akan melihat *Audiens* dalam *Jazz Traffic* Surabaya sebagai bentuk identitas budaya urban yang kemudian akan dianalisis sebagai sebuah wacana (*Discourse Analysis*) baik itu dalam bentuk dokumentasi maupun wawancara. Penelitian ini cenderung diarahkan pada apa saja identitas budaya urban yang ada pada *Jazz Traffic Festival* dan juga bagaimana identitas budaya urban tersebut diartikulasikan dalam *Jazz Traffic Festival* Surabaya melalui *audiens* atau penonton. Tinjauan pustaka dalam penelitian ini antara lain adalah Identitas dan Budaya Urban, fetisisme komoditas dalam spectacle serta analisis wacana : *Discourse Analysis*. kemudian, untuk pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe eksploratif. metode penelitian *Discourse Analysis* (analisis diskursus) dengan teknik observasi dan interview untuk data primer serta internet dan studi pustaka untuk data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah adanya identitas budaya urban yang terlihat dalam *Jazz Traffic Festival* seperti gaya hidup dan tidak bisa terlepasnya teknologi dari para audiens yang diartikulasikan dalam bentuk simbol fashion yang dipakai dan fetishism terhadap teknologi gadget yang di tunjukan dengan membawa handphone kemana mana maupun dibawanya kamera keluaran terbaru, seperti GoPro untuk menunjang *selfie* maupun *wefie* mereka.

Kata Kunci : *Jazz Traffic Festival, Identitas, Budaya Urban, Discourse Analysis*

ABSTRACT

This study concerns on urban culture identity of Jazz Traffic Festival Surabaya audience. Jazz Traffic Festival audiences are seen as the form of urban culture. They will be analyzed as a discourse, either in the form of documentation or interview. This research tends to see what's kind of urban culture identity of Jazz Traffic Festival Surabaya and also how does the urban culture identity articulated in Jazz Traffic Surabaya through the audiences. The Literature study of this research is about urban culture and identity, commodity fetishism of the audiences and discourse analysis. This study also using qualitative approach with explorative type. The analysis discourse research method is using observation and interview as the prime data, while web sources and literatures review are as the secondary data. The Result of the study, urban culture identity is existing in Jazz Traffic Festival Surabaya, such as lifestyle and it cannot be separated by technology. It is articulated by the fashion symbol

and the fetishism toward gadget technology, such as bringing mobile phone and camera with the new style, for example GoPro Camera to support their selfie or wefie.

Keywords : *Jazz Traffic Festival, Identity, Urban Culture, Discourse Analysis*

PENDAHULUAN

Penelitian ini fokus pada identitas budaya urban yang ada pada Event Jazz Traffic Festival Surabaya. Peneliti akan melihat seluruh komponen mulai dari penonton (audiens), panggung, sound system, umbul-umbul, tenant dan *wall of fame* dalam Jazz Traffic Surabaya (JTF) sebagai bentuk-bentuk dari identitas budaya urban yang kemudian akan dianalisis sebagai sebuah wacana (*Discourse Analysis*) baik itu dalam bentuk dokumentasi maupun wawancara. Penelitian ini akan diarahkan pada apa saja identitas budaya urban yang ada pada Jazz Traffic Festival dan juga bagaimana identitas budaya urban tersebut diartikulasikan dalam JTF melalui penonton dan juga bentuk ikonografi lain seperti panggung, sound system, *wall of fame*, umbul-umbul hingga tenant dan juga sponsor yang ikut berpartisipasi di dalamnya sebagai *context*.

Event Jazz dipilih karena akhir-akhir ini musik tersebut berkembang begitu pesatnya di Indonesia khususnya di Surabaya sendiri. Sehingga nantinya peneliti dapat mengungkap apa saja Identitas Budaya Urban yang ada dalam event yang diselenggarakan oleh Suara Surabaya Media tersebut. Asumsi dasar peneliti adalah bahwa pada event musik Jazz Traffic Festival di Surabaya muncul beragam identitas budaya urban baik dalam event maupun individu sendiri.

Di Surabaya sendiri sebenarnya terdapat tiga event musik jazz besar selain

Jazz Traffic Festival, sebut saja Urban Jazz Crossover dan Just Jazz Festival. Just Jazz Festival sendiri selama dua tahun berturut-turut mempunyai konsep pertunjukan musik jazz outdoor nan eksklusif dan elegan untuk pertama kalinya di Surabaya pada tahun 2011 (jazzuality.com). Namun event tersebut kemudian berhenti di tahun ketiga penyelenggaraannya pada 2013 lalu. Inilah yang membuat Jazz Traffic Festival kemudian dikatakan sebagai pentas musik Jazz terbesar di Indonesia timur (Arel, 2014). Karena menjadi satu-satunya event musik jazz yang bertahan di Indonesia Timur.

METODOLOGI

Peneliti menggunakan metode analisis discourse sebagai “pisau” untuk menganalisis identitas budaya urban pada event tahunan Jazz Traffic Festival Surabaya. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan peneliti mampu memperoleh makna tersembunyi dibalik teks yang sesuai dengan realitas yang ada pada saat itu. Ini seperti yang diungkapkan oleh Rachmah Ida (2011) dalam bukunya *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya* bahwa *discourse* sendiri adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk mendekonstruksi interpretasi dan “pembacaan” peneliti terhadap suatu masalah atau teks – teks sosial politik. Kemudian, pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan observasi langsung, dan wawancara sebagai data primer, dan internet serta studi pustaka sebagai data sekunder.

LANDASAN TEORI

Identitas dan Budaya Urban

Identitas melekat kuat pada diri seseorang, ini tidak berarti bahwa orang tersebut tidak bisa untuk “mengganti” identitasnya sendiri. Menurut Hall (1991, p. 21)

“Identity is a structured representation which only achieves its positive through the narrow eye of the negative. It has to go through the eye of the needle of the other before it construct itself. Identity is always a temporary and unstable effect of relations which define identities by marking differences”.

Identitas kemudian muncul sebagai salah satu upaya yang dilakukan oleh individu untuk mendefinisikan siapa dirinya. Identitas bukanlah sesuatu yang sifatnya tunggal dan dikonstruksi melalui beragam wacana, posisi dan aturan. Identitas merupakan produk dari perkembangan sejarah, berproses secara terus menerus, sehingga karakteristik identitas bukan hanya dibentuk oleh ikatan kolektif, melainkan juga oleh kategori-kategori pembeda (Hall, 1994).

Dalam hal ini dalam event Jazz Traffic Festival identitas tersebut seakan melebur dan membentuk sebuah identitas baru yang bersifat *temporary*. Mereka merasa memiliki sebuah kesamaan menyukai musik jazz atau hanya sekedar datang sebagai penunjuk ‘keberadaan’ atau *existence* mereka dalam sebuah event besar sekelas Jazz Traffic Festival. Oleh karena itu, menurut Butler (1992), konstruksi mengenai identitas melibatkan seluruh peluang-peluang dari berbagai kategori pembedaan kolektif yang saling berkompetisi dan, karena itu, kategori-kategori identitas tidaklah bersifat deskriptif, melainkan bersifat normatif.

Sedangkan pengertian urban adalah sebuah kata dari “urbanisasi” yaitu perpindahan penduduk dari desa ke kota. “Urban” berarti sesuatu yang bersifat kekotaan (Setijowati (Ed), 2010: 101). Dan “Budaya Urban”, masih menurut Setijowati, ialah wujud dari cara berpikir, cara merasa, dan cara bertindak manusia urban di tengah konstelasi kehidupan kota masyarakat modern. Cara berpikir, cara merasa, dan cara bertindak itu menyangkut soal nilai yang dihayati. Nilai yang dijunjung dalam kehidupan urban adalah pencarian dan pemuasan hasrat diri. Yang kemudian muncul membentuk budaya urban menjadi satu dengan penanda – penanda kehidupan urban.

Musik Jazz dan Budaya Populer

Musik sebagai suatu produk dari budaya populer yang digandrungi secara masal, tak terkecuali pada genre musik jazz. Menurut Small (1998), musik bukanlah suatu benda, melainkan bentuk kegiatan. Bagaimanapun kemasan yang di buat oleh produser untuk beragam jenis musik, daya tarik yang bertahan bersifat sementara dan tak kasat mata.

“Jazz” seperti yang dilontarkan oleh Duke Ellington dalam Salomone (2009):

“jazz is only a word and really has no meaning. We stop using it in 1943. To keep the whole thing clear, once and for all, I don’t believe in categories of any kind”

seakan dipertegas melalui statement Ellington bahwa jazz bukanlah sebuah hal yang berarti, baik ia berasal dari golongan kulit putih maupun kulit hitam. Karena dalam bermusik hal itu tidak perlu menjadi sebuah perdebatan. Jazz dipandang sebagai suatu gaya bermusik yang intergral. Ideologi yang dibawa oleh Jazz sendiri kemudian diidentikkan dengan mereka para kulit hitam negro Afrika-Amerika. Namun, bagaimanapun juga lahirnya Jazz, sekalipun itu berasal dari kulit hitam

setidaknya mereka adalah perpaduan dari budaya kulit hitam dan kulit putih yang saling mempengaruhi dalam perkembangannya kemudian (Austerlitz , 2005).

Musik Jazz, seperti kata Hardjana dalam bukunya *Musik antara kritik dan apresiasi* menyebutnya sebagai salah satu “bahasa ekspresi kebudayaan manusia modern abad ke-20” Hardjana (2004 , p.356) sifat darinya yang sangat dinamis membuat musik kebanggaan kaum primitive afrika ini mudah diterima oleh masyarakat. Kebebasan berimprovisasi dari musik ini menyisakan hal yang mendalam, sehingga ia banyak digandrungi masyarakat di seluruh penjuru dunia.

Kebenaran mengenai asal muasal musik Jazz dari Afrika Amerika merupakan suatu hal yang tidak bisa dibantahkan lagi, namun jika banyak yang menilai bahwa hanya orang afrika amerika saja yang bisa memainkan musik Jazz secara sempurna, itu patut di ragukan kebenarannya (Salomone, 2009).

Fetisisme Komoditas dalam Audience

Pujilaksono (2009) dalam Arimbawa (2011) mengatakan, Istilah *fetisisme* atau *fetisism* (dalam bahasa Inggris) berasal dari kata “*fetis*” dan “*ism*”. Fetis dalam bahasa Portugis; *feitico* yang berarti: pesona, daya pikat, atau sihir dan “*ism*” berarti faham atau bentuk religi yang berdasarkan kepercayaan. Jadi fetisisme sendiri adalah suatu bentuk religi yang berdasarkan kepercayaan akan adanya “jiwa” dalam benda-benda tertentu, sehingga melahirkan suatu bentuk ritual untuk memuja benda-benda yang dianggap berjiwa.

Adorno menambahkan bahwa “Rahasia sejati keberhasilan..semata-mata merupakan refleksi atas apa yang dibayar seseorang di pasar atas produk. Konsumen benar-benar memuja uang yang dia

bayarkan untuk tiket Toscanini” (1991, p. 34). Gagasan Adorno diatas menginspirasi bahwa uang adalah sebuah harga komoditas atau barang yang termasuk di dalamnya adalah *Gadget* dan tiket konser musik yang kemudian menjelaskan, serta mendominasi hubungan sosial dalam masyarakat kapitalis. Jazz Traffic Festival sendiri adalah sebuah festival dengan tiket sebagai tanda masuk. Dimulai dari tiket presale 1 hingga presale terakhir, dan masyarakat kemudian berbondong-bondong untuk membeli demi melihat tampilan artis idola mereka.

Ini juga berkaitan dengan industri budaya yang mencerminkan fetisisme komoditas, dominasi asas pertukaran dan meningkatnya kapitalisme monopoli negara. Selain itu industri budaya dalam hal ini adalah Jazz Traffic Festival dapat membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan (Strinati, 2007).

Disamping itu Theodore W. Adorno dalam bukunya *The Cultural Industry: Enlightenment as Mass Deception* (1991), mengungkap bahwa budaya massa berhubungan erat dengan standarisasi produksi budaya melalui film, radio, dan majalah untuk memanipulasi massa. Dengan demikian, secara tidak disadari, khalayak “dipaksa” untuk membutuhkan dan berusaha memiliki budaya yang sama, bagaimanapun kondisi mereka. Industri kapitalis telah menggerakkan massa dengan keinginan dan kebutuhan palsu atas nama kepentingan khalayak.

Analisis Wacana: Discourse Analysis

Ranah penelitian ini akan masuk pada ranah *Media and Cultural Studies* seperti yang di ungkapkan oleh O’Shaughnessy (2001) dalam bukunya *Media and Society* bahwa analisis konten *cultural studies*

dalam media lebih kepada “Apa” yang di perlihatkan oleh media bukan pada “bagaimana” acara tersebut dilihat.

“*Content Analysis Draws attention to What is being presented in the media. Its limitation is that it doesn’t look closely at how event are portrayed, a question that has been explored more in European tradition of media analysis*” (2001, p.15).

Analisis wacana (*Discourse Analysis*) merupakan metode analisi yang bertujuan untuk mengungkap serta membongkar makna dibalik sebuah teks dan juga melihat bagaimana suatu proses produksi teks dan konteks sosial turut mempengaruhi bagaimana teks itu dibentuk. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subjek yang mengemukakan suatu pernyataan (Eriyanto, 2001).

Ada tiga hal menurut O’Shaughnessy (2001) yang perlu diketahui mengenai teks :

1. *Text* : Analisis aktual teks sendiri
2. *Context* : Studi teks dalam konteks sosial
3. *Audiences* : Studi mengenai bagaimana sebenarnya para audiens menggunakan/memahami teks.

Ketiga hal diatas berkontribusi besar untuk membaca apa sebenarnya arti dari teks yang kita buat.

Produksi media dalam hal ini mengkonstruksi gambar dan juga cerita yang merefleksikan berbagai macam ide sosial dan kepercayaan, yang di jalankan oleh kelompok yang berbeda-beda.

“*The media producers, in constructing their images and stories, are reflecting various social ideas and beliefs, held by different social groups. the audiences consuming these texts are partially influenced and affected by what they see*” (O’Shaughnessy:1999, p.30).

Maka audiens Jazz Traffic Festival Surabaya yang merupakan subyek penelitian ini juga merupakan sebuah teks

yang akan dianalisis. Teks terdiri atas tanda-tanda yang bisa menghasilkan makna yang tidak hanya satu makna, namun banyak makna atau *multiple interpretations*. ‘Setiap tanda/sign adalah objek yang merujuk pada sesuatu berdasarkan pada konteks atau pada budaya di mana tanda itu sendiri diproduksi dan direproduksi’ (Ida 2011, p. 41).

Sedangkan *media studies* s

PEMBAHASAN

Festival Jazz Sebagai Produk Industri Budaya

Jazz Traffic Festival (JTF) Surabaya 2014 merupakan pergelaran ke empat sejak tahun 2011. Acara ini berlangsung pada tanggal 22-23 November 2014 di Grand City Mall Surabaya dan dimulai dari pukul 12.00 WIB sampai sekitar pukul 24.00 WIB. Ini adalah yang pertama kalinya Jazz Traffic Festival diselenggarakan selama 2 hari berturut-turut. Setelah sebelumnya, selama 3 kali penyelenggaraan, Jazz Traffic Festival hanya diadakan satu hari saja. Dengan harapan, dengan diadakannya JTF selama dua hari akan berpengaruh pada pelebaran market seperti yang dikatakan oleh Rudy selaku *Executive Secretary* Jazz Traffic Festival Surabaya. Disamping itu juga pihak Jazz Traffic Festival memperhitungkan kembali perihal bisnis ketika Jazz Traffic festival diselenggarakan selama dua hari.

“Di sisi penyelenggaraan memang melelahkan. Tapi kalo ngomong nilai jual , value edit baik dari penonton maupun pengisi acara itu ternyata lebih tinggi kalo dua hari.” (Rudy,2015).

bernyanyi bersama atau bahkan berfoto dengan idola mereka. selain itu, tidak sedikit juga masyarakat yang kemudian membentuk identitas mereka melalui para artis tersebut. seperti banyaknya audiens yang memakai topi fedora yang identik dengan tompi, bandana yang identik dengan ita purnamasari maupun tampilan artis-artis lain yang kemudian bisa mempengaruhi audiens untuk di jadikan role model mereka. Audiens mengcopy style dari para artis untuk kemudian diikutinya yang membuat mereka merasa diakui pada komunitas mereka sendiri.

“.... There is a set of basic personal and social needs, which comprise the needs to feel safe, feel cared for, be valued, be useful and be spiritually grounded, in addition to the need to build skills and competencies, to function and perform in life” (Sarwono, 2014)

Disamping artis-artis yang ditujukan untuk anak-anak muda, pihak Jazz Traffic festival juga menyiapkan “kelas” yang diperuntukkan bagi golongan tua. Sebut saja Totong Wicaksono-Fariz RI, World Peace Orchestra feat. Ita Purnamasari, ILDB (Indra Lesmana, Dewa Budjana, Shadu Rasyidi, Raffi), Mus Mujiono dan Krakatau reunion. Untuk Krakatau memang pihak Jazz Traffic menyiapkan secara spesial. Karena Krakatau yang terdiri dari Indra Lesmana (keyboards), Dwiki Dharmawan (keyboards), Gilang Ramadhan (drums), Donny Suhendra (gitar), Prabudidharma (bass) dan Trie Utami sebagai vokalis termasuk band lama yang mencoba untuk eksis kembali dan hari itu adalah hari untuk pertama kalinya

Krakatau kembali di panggung Surabaya setelah sekian lama mereka vakum.

Kehadiran “kelas” para artis untuk golongan tua maupun muda di tegaskan melalui Majalah keluaran Suara Surabaya Media, *Surabaya City Guide* (Desember 2014, p.26) dengan judul artikel “*Panggung Atraksi Antar Generasi: yang muda hysteria, yang dewasa menjala romansa. Dan Jazz Traffic adalah wadahnya*”. Dalam artikel yang menjelaskan mengenai 3 panggung berbeda yang diikuti oleh nuansa yang berbeda pula setiap panggungnya karena usia, citarasa, dan warna musik yang dinikmati (SCG, 2014, p.26). Lebih lanjut, dalam artikel tersebut juga disebutkan bahwa penampilan 42 musisi di 3 panggung tersebut adalah wakil dari masing-masing generasi.

“Tapi, itulah isi yang disuguhkan dalam Jazz Traffic Festival tahun ini. penampilannya berbeda-beda warna musik dan usia, mewakili berbagai generasi” (SCG, 2014)

Kemudian dalam kalimat selanjutnya, Jazz Traffic Festival mencoba untuk memblang *Gap* yang selama ini dinilai bahwa musik Jazz hanyalah milik sebagian kecil orang saja.

“.. Hal itu sekaligus menunjukkan betapa kini Jazz bukan milik orang-orang yang mapan secara usia maupun pemahaman musik.” (SCG, 2014)

Dengan hadirnya artis-artis baru seperti Raisa, Tulus, Afgan dan juga Petra Sihombing mereka mewakili musik-musik yang sedang *In Trend* saat ini dan digemari oleh penonton dengan usia 30 Tahun

kebawah. berbeda dengan musik yang di bawa oleh Ita Purnamasari, Indra Lesmana, Mus Mujiono bahkan Krakatau yang membawa nuansa masa lampau pada era 80 hingga 90 an. Otomatis penikmat merekapun kebanyakan adalah orang-orang yang lahir pada jaman tersebut. kehadiran Krakatau setelah pensiun kurang lebih 20 Tahun juga membuat penonton dengan usia 30 tahun keatas “bereuni” . seperti yang diungkapkan oleh Debby (50 Tahun) yang datang bersama 12 temannya, dan beberapa dari mereka datang dari Jakarta hanya untuk melihat Krakatau tampil.

“hari pertama dan kedua saya nonton, sama sih ada anak Jakarta juga. Mereka jauh-jauh kesini mau nonton Krakatau. Malah katanya di pesawat sempet ketemu, katanya seneng banget mereka bisa ketemu di pesawat.” (Debby, 2015).

bagi mereka, Krakatau mempunyai magnet tersendiri dalam festival ini untuk usia 30 Tahun keatas. Dan hal tersebut juga di benarkan oleh Rudy selaku pihak penyelenggara

“...karena range yang kemarin itu kan untuk dua generasi ya. generasi muda dan generasi nostalgia. Memang kami buat seperti itu. Lineup pun kami tabrakkan kan. Yang artis tua kami gandengkan dengan yang muda. Agar crowdnya memisah. Gak ngumpul di Raisa semua, tapi ada yang naik juga ke Tompi” (Rudy, 2015)

Pemilihan beberapa musisi masa lampau tersebut disamping untuk melakukan pelebaran segmen yang juga menguntungkan pihak JTF, juga adanya beberapa musisi asal Jawa Timur seperti Ita Purnamasari, Mus Mujiono dan Troy Kurniawan yang masih anaklengkap dari Bubi Chen. Pihak penyelenggara seolah ingin menunjukkan bahwa beberapa musisi tersebut berasal dari Surabaya dan sekitarnya, sebut saja Ita Purnamasari, Mus Mujiono dan juga Syaharani yang berasal dari Malang. Artis-artis generasi 80an–90an tersebut kemudian dicoba untuk dimunculkan kembali melalui Jazz Traffic Festival 2014. Dan taktik ini terbukti, beberapa nama dari musisi lampau yang peneliti sebutkan diatas mendapat perhatian dari banyak penonton usia 30 tahun keatas, dan beberapa yang menonton juga terlihat anak muda yang memang mereka penasaran dengan penampilan dari musisi tersebut.

Jazz Traffic Festival : “Panggung” Identitas Yang Baru

Selain banyaknya pengunjung dari berbagai kalangan usia maupun kelas sosial yang beragam, bagaimana cara pengunjung tersebut menikmati suguhan musik di Jazz Traffic Festival juga bermacam-macam (Prahesty, 2010). Ada pengunjung yang hanya ingin menyaksikan penampilan musisi-musisi tertentu, ada pengunjung yang memasuki semua hall tempat acara berlangsung hingga akhirnya menemukan musisi yang disukai, dan ada juga pengunjung yang lebih menikmati suasana kemeriahan Jazz Traffic Festival di area panggung *Outdoor* dengan menikmati sajian makanan dan minuman tanpa harus mendekati panggung untuk menikmati sajian musik Jazz Traffic Festival Surabaya

2014.

penampilan tubuh manusia melalui pakaian, dandanan dan tingkah laku pada setiap masa juga menyiratkan sebuah pernyataan yang kuat, baik itu tentang kelas, status maupun gender (Nordhort Ed. 2005). Maka dari itu, perilaku pengunjung-pengunjung Jazz Traffic Festival ini tentu tidak terlepas dari selera, gaya hidup dan tujuannya untuk datang ke Bank Jatim Jazz Traffic Festival Surabaya 2014.

Masyalakat Urban Dan Fetisisme Teknologi

Melekatnya teknologi sebagai bagian dari keseharian masyarakat urban sepertinya sudah tidak bisa lagi terbantahkan. Apalagi dengan hadirnya sosial media yang semakin menjamur seiring dengan perkembangan teknologi tersebut. termasuk dalam Jazz Traffic Festival ini, selain dari audiens yang mengkonsumsi teknologi hingga mereka tak jarang mengabaikan pertunjukan yang sedang berlangsung juga pihak sponsorship BUMD Bank Jatim yang mengunggah video *Bank Jatim Jazz Traffic Festival 2014 : Aftermovie* pada Channel YouTube official mereka. video tersebut diambil dengan menggunakan *Drone*, sehingga terlihat sekali keramaian dan kemegahan lighting dari festival tersebut.

Dengan adanya video *aftermovie* tersebut pihak penyelenggara mencoba untuk menyampaikan pesan kepada siapa saja yang melihat video tersebut bahwa Bank Jatim Jazz Traffic Festival 2011 adalah sebuah festival yang layak untuk di tonton karena kemegahan yang di buat oleh Bank Jatim melalui video yang sebgai

besar diambil melalui scene kamera drone tersebut (dari atas arena outdoor, bahkan jauh hingga terlihat lokasi tempat JTF berlangsung). Sehingga terlihatlah Outdoor Arena yang luas dan penuh sesak penonton pada saat artis sedang berada di atas panggung. Kemudian juga megahnya bangunan Grand City Mall sebagai tempat berlangsungnya Jazz Traffic Festival 2014.11

KESIMPULAN

Pengakuan atas diri para audiens pada kelompoknya kemudian membuatlevent jazz traffic Festival Surabaya 2014 sebagai sebuah *Lifestyle* atau gaya hidup dan bukn hanya sekedar pertunjukan yang ditonton. Identitas terhadap suatu kelompok tersebut kemudian diperlihatkan melalui symbol-symbol yang tidak dapat dilepaskan terhadap ikatan kolektif. *Symbol-symbol* yang dipakainya mulai dari baju yang rapi, full maklup, tidak jarang dari mereka yang menggunakan *highhells* bagi wanita dan sepatu *keds* untuk prianya. Juga aksesoris seperti topi fedora yang banyak peneliti jumpai pada saat Jazz Traffic Festival berlangsung selama dua hari. Hal tersebut terkait dengan identitas yang ingin dimunculkan oleh masing-masing audiens untuk mendapatkan pengakuan dari komunitas mereka sendiri.

Selain hal tersebut, kebiasaan akan penggunaan teknologi pada masyarakat kota yang kemudian memunculkan budaya urban dan menjadi suatu hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan urban. pada sosial media seperti Twitter, maupun Instagram yang memuat foto pada *Wall of Fame*, berfoto dengan latar belakang panggung maupun berfoto dengan artis idola mereka seusai manggung untuk kemudian mereka update ke sosial ledia, maupun berganti *Display Picture*. Hal yang sudah dipersiapkan oleh pihak

penyelenggara tersebut menjadi suatu keharusan bagi para penonton untuk “menggunakan” apa yang sudah disediakan. dan juga sebagai penanda keberadaan mereka dalam event tersebut. sehingga adanya *statement* “gaul”, “keren” maupun “anak eksis” itulah yang ingin diperlihatkan oleh masing-masing individu pada akhirnya.

tidak hanya sebatas itu, penampilan artis yang sedang tampil juga tidak lepas dari penglihatan, yang utama adalah eksistensi mereka dalam festival tersebut dan juga pada sosial media. Selain sosial media, para audiens juga mengandalkan kamera keluaran terlaru seperti *GoPro action cam*, hal terakhir yang tidak boleh tertinggal untuk melengkapi handphone mereka selain tongsis adalah *power bank* yang akan membuat baterai handphone mereka selalu full dan siap untuk menangkap setiap moment mereka dalam Jazz Traffic Festival Surabaya.

Penelitian ini mengungkap bahwa masyarakat urban kemudian identik dengan masyarakat yang banyak mengkonsumsi symbol, Dalam hal ini seperti adanya *wall of fame*, panggung dan lain sebagainya. Sehingga mereka merasa untuk perlu berfoto untuk menunjukkan eksistensi mereka dalam komunitas mereka sendiri, atau teman sebaya mereka. ada yang ingin di cap sebagai “anak gaul” atau “anak eksis” seperti teman sebaya mereka. maka tidak heran jika para audiens yang datang dalam Bank Jatim Festival 2014 kemudian berpakaian rapi mengikuti Tren mode masa kini dan makeup tebal maupun high heels. Karena adanya tujuan yang bukan hanya ingin melihat artis idola saja, tetapi juga kebutuhan semu mereka untuk eksis dalam festival tersebut.

REFERENSI

Buku

- Adorno, Theodore.1991, *The Cultural Industry: Enlightenment as Mass Deception*. Routledge, London.
- Austerlitz, Paul. 2005, *Jazz consciousness: music, race, and humanity* . Wesleyan university press, Middletown.
- Barker, Chris. 2013, *Cultural Studies Teori & Praktik* . Kreasi acana, Yogyakarta.
- Bh, Arifin. 2010, *Suara Surabaya Bukan Radio*. Suara Surabaya, Surabaya.
- Hall, S., & Gay, P .1996. *Questions of Cultural Identity*. SAGE Publications, London.
- Hardjana, Suka. 2004, *Musik antara kritik dan apresiasi*. Penerbit buku Kompas, Jakarta.
- Heryanto, Ariel (.Ed). 2012, *Budaya populer di Indonesia*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Heryanto, Ariel. 2015, *Identitas dan kenikmatan : politik budaya layar Indonesia*. KPG, Jakarta.
- Ida, R. 2011, *Metode penelitian kajian media dan budaya*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Jenks, Chris. 2013, *Culture Studi Kebudayaan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Jorgensen, M. & Phillips, L. 2002, *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE, London.

O'Shaughnessy, M. 2006, *Media and Society: an Introduction Third Edition*. Oxford University Press, London.

Salamone, Frank A. 2009, *The Culture of jazz Jazz as a Critical culture*. University press of America, Lanham.

Small, Christopher. 1998, *Musicking the meaning of performing and listening*. Wesleyan university press, Hanover.

Strinati, Dominic. 2007, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Penerbit Jejak, Bandung.

Stevenson, Debora. 2003, *Cities and Urban Cultures*. Open University Press, Maidenhead.

Website

Al Lala, F. 2012, *Ruang Lingkup Audiens Massa*, diakses pada 17 Desember 2015 via <http://www.scribd.com/doc/98083266/Ruang-Lingkup-Audience-Massa#scribd>

Aminoto, C. 2011, *Metode Pengumpulan data Kualitatif*, diakses pada 18 mei 2014 melalui <http://www.menulisproposalpenelitian.com/2011/01/metode-pengumpulan-data.html>

Lumkantor, Triyono. 2010. 'kesadaran kelas dan identitas'. Diakses pada 22 januari 2014, Opini Kompas dalam media.blogspot.com

Muthoharoh, Aliyah. 2013. 'Budaya urban'. Diakses pada 22 Januari 2014 via http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-70801-Umum-BUDAYA%20URBAN.html

Makalah Dalam Jurnal

Ainiyah, Fakhriyatul. 2013. *Fetisisme Komoditas : Pemujaan Status Simbol Dalam Gaya Hidup Mahasiswa*. Jurnal, Universitas Airlangga.

Skripsi, Disertasi & Thesis

Arimbawa, I Made G. 2011, *Fetisisme Komoditas, konsumerisme dan Gaya Hidup Peluang serta Tantangan bagi Designer Kreatif*. Jurnal, Institut Seni Indonesia Denpasar.

Kaprisma, Hendra. 2012. *Musik betawi dan generasi muda (betawi's music and youths)*. Jurnal, Universitas Indonesia.

Prahesty, Agatha. 2010. *Kontestasi pemaknaan bagi produksi, konsumsi, sponsor, dan media dalam axis Jakarta international java jazz festival 2010*. Tesis, Universitas Indonesia.

Zahra, Yosy. 2013. *Festival seni dan budaya kota (Analisis wacana media online dalam Surabaya Urban Culture Festival)*. Tesis. Universitas Airlangga.