Komodifikasi Budaya Tradisional Oleh Media Massa

Commodification Of Traditional Culture By Mass Media

Anastasya Regina Astari¹⁾, Eko Purwanto²⁾

¹⁾Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang

²⁾Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang

ABSTRAK

Penelitian ini membahas fenomena komodifikasi budaya tradisional oleh media massa dalam konteks globalisasi dan modernisasi yang semakin mendominasi kehidupan masyarakat. Budaya tradisional, sebagai identitas kolektif dan warisan nilai-nilai historis, kini menghadapi tantangan berupa penurunan relevansi serta perubahan makna akibat keterlibatan media dalam representasinya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, penelitian ini mengkaji bagaimana media mengubah elemen-elemen budaya menjadi produk komersial yang dapat dikonsumsi publik, sering kali dengan mengabaikan konteks spiritual, sosial, dan historisnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa media berperan ganda sebagai saluran penyebar budaya sekaligus agen komersialisasi, yang berdampak pada penguatan stereotip, penyederhanaan makna, dan hilangnya otentisitas budaya. Namun demikian, komodifikasi tidak selalu berdampak negatif. Jika dilakukan secara etis dan melibatkan komunitas lokal, praktik ini dapat menjadi sarana revitalisasi dan pelestarian budaya di tengah arus modernisasi. Oleh karena itu, keterlibatan aktif masyarakat, literasi budaya, dan tanggung jawab etis media menjadi kunci dalam menyeimbangkan antara promosi dan pelestarian budaya tradisional. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi, kolaborasi antara media dan komunitas budaya, serta edukasi publik untuk menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya lokal.

Kata kunci: komodifikasi budaya, media massa, budaya tradisional, representasi budaya, pelestarian budaya, globalisasi.

ABSTRACT

This study discusses the phenomenon of commodification of traditional culture by mass media in the context of globalization and modernization that increasingly dominate people's lives. Traditional culture, as a collective identity and heritage of historical values, is now facing challenges in the form of decreasing relevance and changes in meaning due to media involvement in its representation. Using a qualitative approach through literature studies, this study examines how the media transforms cultural elements into commercial products that can be consumed by the public, often ignoring their spiritual, social, and historical contexts. The results of the analysis show that the media plays a dual role as a channel for spreading culture as well as an agent of commercialization, which has an impact on strengthening stereotypes, simplifying meanings, and losing cultural authenticity. However, commodification does not always have a negative impact. If carried out ethically and involving local communities, this practice can be a means of revitalizing and preserving culture amidst the flow of modernization. Therefore, active community involvement, cultural literacy, and ethical responsibility of the media are key in balancing the promotion and preservation of traditional culture. This study recommends strengthening regulations, collaboration between the media and cultural communities, and public education to maintain the sustainability of local cultural values.

Keywords: cultural commodification, mass media, traditional culture, cultural representation, cultural preservation, globalization.

PENDAHULUAN

Pelestarian budaya tradisional di tengah arus globalisasi dan modernisasi menjadi urgensi yang tidak bisa diabaikan. Budaya tradisional tidak hanya mencerminkan jati diri dan nilai-nilai luhur suatu bangsa, tetapi juga menjadi warisan penting yang menghubungkan generasi masa kini dengan masa lalu. Namun, arus modernisasi yang semakin kuat telah menyebabkan praktik-praktik budaya tradisional mengalami penurunan relevansi dan partisipasi, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi baru dalam penyebaran dan revitalisasi budaya, termasuk melalui media massa yang kini mendominasi kehidupan sosial masyarakat. Media dianggap mampu memperluas jangkauan dan membentuk persepsi publik terhadap budaya. Dalam konteks inilah muncul pentingnya mengkaji keterkaitan antara media massa, komodifikasi budaya, dan pelestarian identitas budaya lokal secara kritis.

Budaya tradisional memiliki fungsi strategis sebagai pembentuk identitas komunitas sekaligus wadah nilai-nilai sosial yang khas. Sebagai warisan yang diwariskan lintas generasi, budaya tradisional berperan sebagai gudang pengetahuan dan praktik yang relevan bagi kehidupan masyarakat kontemporer. Namun, untuk tetap hidup di tengah masyarakat modern, budaya harus mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Salah satu cara yang relevan adalah dengan merangkul media baru sebagai sarana revitalisasi dan pelestarian budaya, sehingga budaya tersebut tetap dapat dikenali dan dihargai oleh audiens masa kini (Lyu, 2024); (Wang, 2023). Proses adaptasi ini tidak berarti mengubah nilai dasarnya, tetapi bagaimana nilai-nilai tersebut dapat dikomunikasikan dalam bentuk yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan preferensi masyarakat.

Media massa memiliki peran krusial dalam menggambarkan dan menyebarkan budaya kepada khalayak luas. Sebagai agen representasi, media tidak hanya menyajikan budaya sebagai bentuk ekspresi masyarakat,

tetapi juga menjadikannya sebagai komoditas yang dapat dikonsumsi (Muktiyo, 2015). Dalam konteks inilah, media memainkan peran ganda: sebagai cerminan nilai budaya dan sebagai entitas yang berorientasi pada keuntungan. Platform digital seperti media sosial memungkinkan jangkauan budaya tradisional semakin luas dan partisipatif, mempertemukan audiens yang beragam dengan warisan budaya yang mungkin sebelumnya tidak mereka kenal (Wang, 2023). Akan tetapi, bentuk penyajian budaya oleh media tidak terlepas dari kepentingan komersial, yang sering kali memengaruhi bagaimana budaya direpresentasikan kepada publik.

Komodifikasi budaya adalah proses ketika elemen-elemen budaya tradisional diubah menjadi produk yang dapat dipasarkan. Dalam proses ini, elemen budaya sering kali kehilangan makna aslinya karena disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan selera konsumen (Muktiyo, 2015). Komodifikasi terjadi melalui narasi media yang menggambarkan budaya dalam bentuk yang dangkal, estetis, dan mudah dijual, namun kurang memperhatikan konteks sejarah, fungsi sosial, maupun nilai spiritual dari budaya tersebut. Dampaknya, budaya yang awalnya bermakna dalam konteks tertentu, dapat mengalami degradasi makna dan dijadikan sekadar objek hiburan. Komersialisasi berlebihan atas budaya juga dapat merusak keberlanjutan praktik budaya tersebut, karena kehilangan keotentikan dan koneksi dengan masyarakat pendukungnya (Lyu, 2024); (Wang, 2023)

Memahami proses komodifikasi budaya sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara pelestarian dan adaptasi budaya dalam dunia modern. Analisis kritis terhadap komodifikasi memungkinkan masyarakat untuk mengenali ketegangan antara pelestarian nilai budaya lokal dan tuntutan pasar global. Dengan kesadaran ini, strategi pelestarian yang lebih bijak dan berkelanjutan dapat dikembangkan, sehingga budaya tetap hidup tanpa kehilangan esensinya (Watson, 2024). Ketahanan budaya tidak hanya ditentukan oleh kelangsungan bentuk-bentuk luar, tetapi juga oleh pemahaman dan

penghargaan terhadap makna-makna yang terkandung di dalamnya. Maka, meskipun media massa memberikan peluang besar dalam penyebaran budaya, diperlukan kontrol sosial dan etika budaya agar tidak jatuh ke dalam eksploitasi. Menyeimbangkan peran media sebagai alat promosi dan sebagai pelindung nilai budaya menjadi tantangan utama dalam era global ini.

Korespondensi Penulis: Anastasya Regina Astari
E-mail: anastasya.ra20@gmail.com

TINJAUAN PUSTAKA

Media massa memainkan peran penting dalam mengubah budaya tradisional menjadi komoditas yang dapat dikonsumsi publik. Proses ini seringkali menempatkan nilai ekonomi di atas nilai budaya, sehingga makna asli tradisi mengalami pergeseran. Contohnya terlihat dalam wisata budaya seperti pada komunitas Ju'/Hoansi San, di mana praktik budaya ditampilkan dalam format yang disesuaikan dengan selera wisatawan. Produk budaya juga terus diproduksi ulang untuk memenuhi permintaan pasar, menjadikan budaya sebagai bagian dari siklus ekonomi yang didorong oleh konsumsi (Jenkins, 2010). Representasi budaya dalam media pun sering kali mengarah pada penggambaran yang dangkal dan bernuansa bisnis (Muktiyo, 2015).

Dalam representasinya, media cenderung memilih elemen budaya yang menarik secara visual atau emosional, namun mengabaikan nilai-nilai kontekstual yang lebih dalam. Narasi selektif ini berkontribusi pada munculnya stereotip budaya dan dapat menyebabkan salah tafsir terhadap makna budaya yang sebenarnya (Muktiyo, 2015); (D. Mark Austin, Patricia Gagne, 2010). Akibatnya, publik melihat budaya hanya sebagai bentuk hiburan, bukan sebagai warisan yang mengandung nilai historis dan spiritual. Representasi seperti ini melemahkan pelestarian budaya dan memperbesar kemungkinan terjadinya penyimpangan makna.

Selain itu, media turut membentuk bentuk-bentuk budaya baru melalui proses

hibridisasi, yaitu pencampuran unsur tradisional dan modern. Praktik ini dianggap mampu menjaga relevansi budaya dengan audiens masa kini, namun juga memicu perdebatan tentang otentisitas. Elemen budaya yang telah diubah sering kali dianggap sebagai wujud asli oleh publik, padahal nilai-nilai tradisionalnya telah terkikis (Dahms, 2012). Dengan demikian, komodifikasi melalui media tidak hanya memengaruhi cara budaya disajikan, tetapi juga bagaimana budaya itu dipahami dan dihargai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menelaah fenomena komodifikasi budaya tradisional oleh media massa. Data diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti jurnal, buku, dan artikel yang relevan, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola representasi dan dampak komersialisasi budaya terhadap nilai-nilai aslinya. Metode ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana media membentuk dan mengubah budaya tradisional dalam konteks komersial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Massa dalam Representasi Budaya Tradisional

Media massa berperan sebagai sarana utama dalam menyampaikan narasi budaya tradisional kepada masyarakat luas. Melalui televisi, film, media sosial, dan iklan, media dapat memperkenalkan beragam elemen budaya seperti musik, tarian, ritual, dan simbol kepada khalayak lokal maupun global. Representasi ini tidak hanya menyajikan keindahan estetika budaya, tetapi juga membentuk cara pandang publik terhadap warisan budaya suatu bangsa. Dalam proses ini, media massa memiliki kekuatan untuk menentukan bagian mana dari budaya yang diangkat dan ditampilkan, serta bagaimana elemen tersebut diceritakan dan dimaknai.

Namun, kehadiran media dalam menyajikan budaya tradisional tidak lepas dari kepentingan komersial. Budaya yang awalnya

bersifat sakral atau komunal kerap disesuaikan agar sesuai dengan selera pasar. Hal ini menyebabkan pergeseran makna budaya dari yang awalnya mengandung nilai historis dan spiritual menjadi sekadar tontonan yang menghibur. Peran media yang semestinya menjadi agen pelestari justru berpotensi menjadi agen transformasi nilai. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media membentuk dan sekaligus mengubah makna budaya tradisional dalam representasinya.

Bentuk-bentuk Komodifikasi Budaya dalam Media

Komodifikasi budaya dalam media seringkali terjadi melalui perubahan elemen budaya menjadi produk yang layak jual. Musik tradisional, tari-tarian daerah, kerajinan tangan, dan ritual lokal dikemas ulang agar lebih menarik dan mudah dikonsumsi oleh audiens. Dalam banyak kasus, aspek-aspek spiritual atau makna simbolik dari budaya tersebut dihilangkan atau dikurangi demi efektivitas pasar. Media berperan penting dalam proses ini karena menjadi penghubung antara budaya lokal dan industri hiburan atau pariwisata (Muktiyo, 2015).

Contoh konkret dapat ditemukan dalam wisata budaya seperti yang terjadi di Namibia, di mana praktik budaya lokal ditampilkan secara rutin kepada wisatawan. Budaya yang sebelumnya dijalankan secara sakral oleh komunitas kini menjadi bagian dari paket turisme yang dikoreografin. Meskipun dapat membawa manfaat ekonomi bagi komunitas, perubahan konteks ini sering kali menimbulkan perdebatan mengenai otentisitas dan kelestarian makna budaya tersebut. Dengan kata lain, media bukan hanya menampilkan budaya, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan bentuk baru yang berbeda dari aslinya (San, 2022).

Strategi Representasi Media: Narasi dan Visual Budaya

Media menggunakan strategi naratif yang kuat untuk menarik perhatian publik terhadap budaya tradisional. Cerita-cerita tentang asal-usul tradisi, legenda rakyat, atau mitologi lokal diangkat dan dikemas ulang melalui narasi visual yang dramatis dan

sinematik. Strategi ini menciptakan ikatan emosional dengan audiens, tetapi di sisi lain juga dapat menyederhanakan atau mendistorsikan makna sebenarnya dari budaya yang ditampilkan. Dalam konteks ini, estetika dan daya tarik visual sering kali lebih diutamakan dibanding keakuratan nilai budaya (Russell, 1981).

Selain mendongeng secara visual, media juga memadukan elemen tradisional dengan gaya hidup modern. Musik tradisional dikolaborasikan dengan genre pop, busana adat dimodifikasi untuk fashion kontemporer, dan upacara adat ditayangkan sebagai konten hiburan. Integrasi ini dinilai efektif untuk menjangkau generasi muda dan memperpanjang siklus hidup budaya. Namun, pendekatan ini juga memunculkan risiko budaya hanya dipahami sebagai tren sesaat, bukan sebagai identitas kolektif yang diwariskan lintas generasi (Russell, 1981).

Dampak Positif dan Negatif Komodifikasi terhadap Keaslian Budaya

Komodifikasi budaya melalui media memiliki sisi positif, terutama dalam hal peningkatan eksposur budaya tradisional kepada publik. Tayangan dokumenter budaya, festival yang disiarkan secara langsung, dan promosi pariwisata budaya berperan dalam menyebarkan informasi budaya dan meningkatkan rasa bangga masyarakat terhadap warisannya. Peningkatan visibilitas ini juga berdampak ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisata dan pemasaran produk lokal yang bernilai budaya (San, 2022).

Namun, di sisi lain, proses komodifikasi berisiko tinggi terhadap hilangnya makna asli budaya. Dalam upaya untuk memenuhi selera pasar, praktik budaya sering kali dipotong, diubah, atau dikemas ulang secara berlebihan. Hal ini menyebabkan reduksi nilai budaya yang bersifat sakral menjadi sekadar komoditas hiburan. Ketika budaya dipertontonkan hanya demi konsumsi, nilai-nilai luhur dan filosofi yang terkandung di dalamnya dapat menghilang secara perlahan. Maka dari itu, penting untuk melakukan evaluasi kritis terhadap dampak dari komodifikasi ini (San, 2022).

Komodifikasi Sebagai Alat Revitalisasi atau Eksploitasi?

Sebagian pihak berpendapat bahwa komodifikasi budaya tidak selalu berdampak negatif. Jika dilakukan secara etis dan melibatkan masyarakat lokal, praktik ini dapat menjadi alat revitalisasi budaya. Representasi budaya dalam media dapat membangkitkan kembali minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap warisan budaya mereka. Ini dapat menumbuhkan rasa bangga dan memperkuat identitas budaya dalam era globalisasi yang serba cepat.

Namun demikian, komodifikasi juga berpotensi menjadi bentuk eksploitasi, terutama jika tidak ada kontrol dari komunitas pemilik budaya. Ketika budaya lokal dimanfaatkan oleh pihak luar untuk kepentingan ekonomi tanpa pemberdayaan komunitas, hal ini dapat menimbulkan ketimpangan dan ketidakadilan. Eksploitasi ini sering terjadi pada budaya masyarakat adat yang dijadikan objek tontonan tanpa partisipasi atau kompensasi yang setara. Oleh karena itu, penting untuk menempatkan komunitas budaya sebagai aktor utama, bukan sekadar objek.

Tantangan Etika dan Solusi terhadap Eksploitasi Budaya oleh Media

Dalam proses komodifikasi, muncul berbagai tantangan etika, terutama mengenai hak atas warisan budaya. Siapa yang berhak menampilkan, memodifikasi, atau mendapatkan keuntungan dari budaya tradisional menjadi isu yang sering diperdebatkan. Jika tidak ada regulasi yang jelas, budaya bisa saja dijadikan alat eksploitasi oleh industri tanpa memberikan manfaat yang layak bagi pemiliknya. Oleh karena itu, perlu adanya perlindungan hukum yang kuat untuk mencegah penyalahgunaan representasi budaya (Muktiyo, 2015).

Solusi yang dapat diterapkan antara lain adalah memperkuat literasi budaya di kalangan pekerja media dan masyarakat umum. Media harus memiliki tanggung jawab sosial untuk menampilkan budaya secara kontekstual dan akurat. Selain itu, pemerintah dan lembaga budaya dapat bekerja sama dengan komunitas lokal untuk mengembangkan standar etika

dalam representasi budaya. Dengan pendekatan ini, komodifikasi dapat diarahkan pada pelestarian nilai-nilai otentik sekaligus menciptakan manfaat ekonomi yang adil (Muktiyo, 2015).

Berdasarkan hasil studi literatur dan analisis terhadap proses komodifikasi budaya tradisional oleh media massa, dapat disimpulkan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampai informasi budaya, tetapi juga sebagai agen aktif dalam membentuk dan mengubah makna budaya tersebut. Budaya tradisional yang awalnya memiliki nilai spiritual, sosial, dan historis sering kali direduksi menjadi produk hiburan yang bersifat komersial dan konsumtif. Proses komodifikasi ini melibatkan seleksi elemen budaya, estetisasi tampilan, serta distribusi dalam format yang disesuaikan dengan selera pasar, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pergeseran makna budaya dari yang sakral menjadi sekadar simbol estetika. Dampaknya bersifat ambivalen. Di satu sisi, eksposur budaya melalui media dapat meningkatkan visibilitas dan kebanggaan masyarakat terhadap warisan budaya mereka. Namun di sisi lain, jika tidak disertai dengan pelestarian makna dan keterlibatan komunitas pemilik budaya, komodifikasi dapat mempercepat hilangnya otentisitas dan memperkuat stereotip yang menyederhanakan kompleksitas budaya tersebut. Selain itu, peran masyarakat sebagai konsumen budaya juga turut menentukan arah dan bentuk budaya yang dipertahankan media, sehingga menuntut adanya literasi budaya agar publik tidak hanya menjadi penikmat pasif, tetapi juga kritis dalam menyikapi representasi budaya. Dengan demikian, komodifikasi budaya tradisional oleh media massa merupakan fenomena yang kompleks dan harus disikapi secara kritis, dengan menekankan pentingnya keterlibatan komunitas lokal, perlindungan nilai-nilai asli budaya, serta tanggung jawab etis dari media dalam merepresentasikan warisan budaya bangsa.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar masyarakat meningkatkan literasi budaya untuk memahami representasi budaya tradisional secara lebih kritis. Komunitas pemilik budaya

perlu dilibatkan secara aktif dalam proses representasi di media, guna menjaga keaslian makna dan nilai-nilai budaya. Selain itu, media massa diharapkan menerapkan prinsip etika dalam mengkomodifikasi budaya tradisional, termasuk menghormati hak komunitas lokal dan menjaga keotentikan budaya yang diangkat. Pemerintah dan lembaga budaya juga perlu mengembangkan kebijakan perlindungan budaya yang tegas, serta mendorong edukasi berkelanjutan tentang pentingnya pelestarian budaya di tengah arus globalisasi dan komodifikasi yang semakin kuat.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media massa memiliki peran ganda dalam representasi budaya tradisional sebagai alat pelestarian sekaligus agen komodifikasi. Media membantu memperluas jangkauan budaya melalui visualisasi dan narasi yang menarik, namun sering kali mengubah makna asli budaya agar sesuai dengan selera pasar. Proses ini menimbulkan dilema antara pelestarian dan komersialisasi, di mana elemen budaya yang sakral dan bermakna historis direduksi menjadi produk hiburan yang estetis dan konsumtif. Dampaknya bersifat ambivalen, komodifikasi dapat memperkuat identitas dan ekonomi budaya, tetapi juga berisiko menghilangkan nilai otentik serta memperkuat stereotip. Oleh karena itu, keterlibatan aktif komunitas lokal dalam proses representasi, penguatan literasi budaya, serta tanggung jawab etis media sangat penting untuk memastikan budaya tidak hanya dikomodifikasi, tetapi juga dimaknai dan dilestarikan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- D. Mark Austin, Patricia Gagne, A. O. (2010). Commodification and Popular Imagery of the Biker in American Culture. <http://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2010.00781.x>
- Dahms, H. F. (2012). Commodification in Perpetuity. In *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*. Wiley. <http://doi.org/10.1002/9780470670590.wbeog084>
- Jenkins, E. Z. (2010). Commodity/Commodification and Cultural Studies. <http://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781444337839.wbelctv3c007>
- Lyu, S. (2024). Research On the Dissemination and Preservation of Traditional Culture in The Era of New Media. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 36, 140–145. <http://doi.org/10.54097/2fmgvtv19>
- Muktiyo, W. (2015). Komodifikasi Budaya Dalam Konstruksi Realitas Media Massa. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 113. <http://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1262>
- Russell, I. (1981). In Comes I, Brut King: Tradition and Modernity in the Drama of the Jacksdale Bullguisers. *The Journal of American Folklore*, 30. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/540501>
- San, H. (2022). Commoditization of Culture - Destroying Authenticity or Revitalizing Tradition? Retrieved from <https://oatd.org/oatd/record?record=handle%5C%3A1887%5C%2F20864>
- Wang, Z. (2023). Research on the Development and Utilization of Traditional Culture in the New Media Environment. <http://doi.org/10.4236/jss.2023.117018>
- Watson, I. (2024). Combatting cultural “nerve gas”: maintaining traditional media and culture through local media production in Australia, Canada and Mexico. http://doi.org/https://doi.org/10.1386/joacm_00028_1