
RUANG ABSTRAK PEMANGKU ADAT : NARASI ELITE DAN RE-TRADISIONALISME KOMUNITAS USING

Hery Prasetyo

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Email : herypras.fisip@unej.ac.id

Abstrak

Studi tentang adat dan komunitas yang terintegrasi kedalamnya, menjadi persoalan mendesak untuk diperhatikan, hal ini didasari oleh isu yang muncul dan berkembangnya ruang-ruang sosial pasca orde baru, yang memberikan kesempatan dan akses pada komunitas adat untuk berkontestasi pada ruang kebangsaan. Dengan kerangka berfikir pada artikulasi atas autentisitas adat, subjek yang mengatasmakan adat membentuk ruang reproduksi sosial dengan menitik beratkan pada pembentukan akses ekonomi-politik untuk memperluas jangkauan legitimasi kultural pada posisi sosialnya. Pada titik tertentu isu akses ekonomi-politik menghadirkan posisi elite yang berkembang seiring dengan penciptaan kesadaran kelas pada komunitas adat. Apa yang secara diskursif, kemudian menjadi persoalan ialah: bagaimana restrukturisasi adat yang berkonsekuensi pada pembentukan formasi sosial baru?; bagaimana persoalan formasi kelas pada subjek adat terbentuk?; bagaimana subjek adat yang mendasarkan diri pada re-tradisionalisme adat mampu berhadapan pada kekuatan diluar dirinya? Dengan menarasikan komunitas Using, artikel ini dimaksudkan untuk menampilkan adat Using dalam pembacaan elite lokal yang dalam konteks penelitian ini merujuk pada aparatus birokratis pemerintah kabupaten Banyuwangi dan elite adat, yang secara spesifik menempatkan adat Using sebagai bagian dari agenda kepariwisataan nasional.

Kata kunci: adat; elite; komunitas; ruang abstrak; politik lokal.

ABSTRACT SPHERE FOR ADAT STAKEHOLDERS: ELITE NARRATION AND RE-TRADITIONALISM OF USING COMMUNITY

Abstract

The study of adat and integrated communities becomes an urgent issue to be noticed. This is based on the emerging issues and the development of post-new social spaces that provide opportunities and access to indigenous communities to contribute to the national space. With the framework of thinking on the articulation of adat authenticity, the subject in the name of adat, forming a social reproductive space with a focus on the establishment of political-economic access to extend the reach of cultural legitimacy to its social position. At some point the issue of economic-political access presents an elite position that evolves with the creation of class consciousness in indigenous communities. What is discursively problematic is: how is the customary restructuring that has consequences for the formation of a new social formation?; how is the issue of class formation on the customary subject formed ?; how does a customary subject based on customary re-traditionalism deal with forces outside of itself? By narrating the Using community, this article is intended to show the use of Using in local elite readings which in the context of this study refers to the bureaucratic apparatus of the district government of Banyuwangi and the adat elite, which specifically place the use custom as part of the national tourism agenda.

Keywords: adat; elite; community; abstract sphere; local politics.

LATAR BELAKANG

Banyuwangi, merupakan area yang menjadi fokus dari artikel ini. Imaje yang melekat pada ruang administratif dan kewilayahan Banyuwangi, telah terbentang dan tersebar pada historisitas yang terkadang melupakan banyak dimensi kritis yang melekat, membentuk, mewarnai dan terbungkam dalam ingatan massa atas Banyuwangi. Dalam konteks ini, yang peneliti maksudkan ialah persoalan apa yang hari ini tampil dan melekat pada Banyuwangi, dipenuhi oleh jejaring penandaan yang dilekatkan pada prestasi dan pencapaian aparatus pemerintah daerah Banyuwangi. Apa yang perlu dilihat kemudian ialah persoalan apakah yang dilakukan oleh pemerintah daerah Banyuwangi telah membawa perubahan pada kondisi masyarakat? Dan perubahan yang seperti apakah yang menjadi proyek dari pemerintah daerah Banyuwangi?

Capaian yang telah didapatkan oleh pemerintah Banyuwangi tak dapat dipungkiri telah membawa cara pandang baru pada Banyuwangi. Dengan kata lain, ketika Banyuwangi diposisikan sebagai tanda yang dapat dilekati oleh multiplisitas jejaring penandaan, Banyuwangi hari ini telah mampu menciptakan dan melipat gandakan jejaring penandaan, konsep dan imajinasi atas dirinya. Dalam konteks tersebut, ketika membicarakan Banyuwangi, akan muncul cara pandang, sikap dan kesadaran masyarakat dalam menempatkan Banyuwangi sebagai wilayah yang dikenalnya. Jejaring penandaan ini mampu direntangkan pada ribuan persepsi dan penerimaan audiens atau persepsi publik, yang dapat disederhanakan pada spektrum hegemonik ketika, kontra hegemonik dan negosiatif, dalam konsepsi Hall (Hall: 1980).

Formasi hegemonik (Gramsci: 1992. Hall: 1996) ini tampak pada cara masyarakat dalam meligitimasi proyek pembangunan tanpa adanya reflektifitas dalam mengkritisi stratgi dan bentuk pembangunan yang dikehendaki oleh pemerintah daerah Banyuwangi, posisi ini direpresentasikan oleh massa di Kabupaten Banyuwangi yang larut dalam perayaan dan festivalitas seni tradisi dan ritual Using,

sehingga kehadiran mereka tampak menjadi subjek pasif yang mengkonsumsi tanda-tanda keberhasilan dari pembangunan daerah. Sementara kontra hegemonik memposisikan sikap kritis dalam menolak strategi pembangunan yang diterapkan, yang bagi mereka telah mereusak tatanan sosial di Banyuwangi dan isu yang dimunculkan antara lain isu tentang tambang dan kerusakan lingkungan. Posisi negosiatif beroperasi pada titik keseimbangan, dimana dirinya mampu menempatkan diri dalam ruang-ruang dialog dan membangun formasi kekuasaan yang secara strategis dapat menyuarakan kepentingan dirinya dengan membuka akses ekonomi-politik (Li: 2014), posisi ini yang dalam artikel ini, merujuk pada posisi-posisi pemangku adat yang dapat diserap dan ditransformasikan dan bernegosiasi sejalan dengan kepentingan proyek pembangunan daerah.

Secara empirik penulisan artikel ini dimaksudkan untuk melihat adanya relasi kompleks antara apa yang ditampilkan jejaring penandaan atas Banyuwangi dengan kondisi real yang melekat pada elite lokal, dimana persoalan spektrum dan formasi sosial yang tampil dan direpresentasikan oleh media, bagi peneliti merupakan kondisi yang secara diskursif akan terbentuk seiring dinamika kelompok sosial yang hendak mengartiklasikan subjektivitasnya dan peneliti melihat adanya celah dari hegemoni yang seakan dinarasikan secara fix. Fix dalam pengertian adanya rujuk pada penanda tunggal yakni pada model hegemoni yang diciptakan untuk membangun formasi kekuasaan Bupati (Setiawan, dkk: 2017), bagi peneliti persoalan yang hari ini tampil pada Banyuwangi tidak memadai ketika dibayangkan diciptakan oleh figur Bupati tanpa adanya relasi yang secara real dan berorientasi pada reproduksi ruang-ruang ekonomi-politik dalam memfasilitasi kelompok-kelompok sosial melalui akses pada proyek pembangunan daerah dengan mengeksklusikan kelompok sosial diluar dirinya atau dengan strategi absorsi kultural (Prasetyo: 2014).

METODE PENELITIAN

Dalam menarasikan isu artikulasi budaya lokal di Kabupaten Banyuwangi, artikel ini menggunakan metode naratif diskursif (Foucault: 1977, 1980, 2001, 2003) yang dibangun melalui perspektif postkolonial (Bhabha: 1996, 2007. Rutherford: 1990. Spivak: 1995, 2005). Dalam membangun suara dan formasi subjektivitas komunitas adat Using Banyuwangi, dengan setting desa Kemiren yang ditetapkan sebagai desa wisata budaya Adat Using yang direpresentasikan oleh elite lokal di tingkatan desa tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdaya melalui Potensi Budaya: Sebuah Strategi Global-Lokal

Isu kebudayaan yang menitik beratkan pada Banyuwangi sebagai bagian dari percepatan dan persebaran mode produksi kapitalisme yang tampil dengan variannya, secara diskursif telah memposisikan banyuwangi sebagai ruang bagi munculnya artikulasi budaya lokal yang menghendaki adanya fasilitas dari negara dan perangkat birokratis pemerintah kabupaten. Pada titik ini, persoalan yang menjadi krusial ialah bagaimana bentuk artikulasi masyarakat lokal ini mampu diintegrasikan kepada sistem produksi kapitalisme yang dalam konteks ini berada pada sistem jasa pariwisata? Apakah bentuk dari sistem yang beroperasi pada teknologi informasi dan sistem produksi yang menjadi imaje dari modernitas, yakni yang ditampilkan sebagai bagian dari kerja-kerja administratif birokratis, yang mampu mengubah tampilan budaya lokal dengan berorientasi pada globalitas, sebagaimana menjadi bagian dari jargon yang dimunculkan oleh pemerintah kabupaten Banyuwangi pada era kepemimpinan Bupati Anas.

Pengertian budaya pada perkembangan kontemporer merujuk pada bagaimana sebuah kebudayaan yang ada dan hidup dalam keseharian masyarakat dapat dilihat sebagai sebuah identitas (Njoto: 2017). Yang kemudian diterjemahkan sebagai potensi yang tak hanya mampu membentuk struktur ekonomi pelaku

budaya, tetapi mampu ditransformasikan hingga memberikan pemasukan pada pendapatan daerah hingga sampai dengan devisa negara. Hal inilah yang menjadi salah satu isu utama dalam UU Pemnafaatan Kebudayaan yang disahkan pada April 2017. Pada kerangka berfikir yang secara konseptual diartikan sebagai komodifikasi budaya, persoalan kebudayaan kontemporer merupakan bagaian yang secara sistematis terinegrasi pada pasar global. Yang berkonsekuensi pada bagaimana kebudayaan, baik pada level global maupun pada level lokal, merupakan bagian yang secara diskursif menjadi bagian dari proyek ekonomi-politik dan diorientasikan pada percepatan akumulasi kapital.

Akumulasi kapital tampil melalui ragam pertarungan dan asal-usul politik kebudayaan yang menjadi elemen pembentuknya. Pada konteks ekonomi politik kontemporer, budaya menjadi bagian dari kepanjangan dan sekaligus sebagai perluasan pasar. Perlu disadari kemudian, budaya menjadi bagian dan selalu bergerak pada dinamika pasar global, yang konsekuensinya terletak pada terbentuknya budaya massa yang sangat pragmatis dan konsumtif (Adorno: 2007). Melihat pada perkembangan MEA dan pada pasar nasional, budaya yang menjadi lekat dengan keseharian ialah yang berorientasi pada budaya Barat yang kosmopolitan, sementara budaya Asia atau Timur tampil menjadi bagian yang memberikan varian atas dinamika kebudayaan.

Varaian dan dinamika budaya di timur, yang Indonesia termasuk didalamnya dan Banyuwangi secara khusus, diposisikan memiliki autentisitas seni tradisi dan ritual yang masih dihidupi oleh komunitas. Cara menghidupi budaya inilah yang kemudian ditawarkan yang terdisplay sebagai tontotan bagi komunitas lainnya. Dalam hal ini pemikiran tentang yang autentik atas budaya (Bella: 2004., Hobsbawm and Ranger, ed: 1983.), perlu mejadi refelksi Oleh karena itu, posisi budaya diasumsikan akan melebur pada persoalan-persoalan yang berorientasi ekonomi dan menjadi kebalikan dari sebuah tataran ekonomi kebudayaan (Cornelissen: 2006. Smith: 2006.),

MEA akan berkonsekuensi pada ekonomisasi budaya, dimana budaya kemudian diukur, ditempatkan dan diciptakan sebagai instrumen dominatif bagi perkembangan struktur ekonomi politik negara maju.

Terbentuknya MEA selain sebagai bagian dari agenda ekonomi politik global, dapat dilihat dan diposisikan sebagai bagian dari kreativitas pelaku bisnis internasional, dengan menempatkannya pada doktrin ekonomi kreatif dan kreativitas manusia sebagai bagian penggerakannya. Lalu apakah lokalitas menjadi bagian yang termarginalisasi dalam kontestasi sistem ekonomi global tersebut?

Daya saing yang ditopang oleh modal budaya (Bourdieu: 1986, 1993) mengasumsi adanya seperangkat kesadaran akan diri dan kreativitas untuk mereproduksi diri, yakni pada bagaimana budaya menjadi kekuatan produktif sekaligus reproduktif terus-menerus dan berdaya dalam menghadapi perubahan serta dinamika pasar. Penciptaan produk kebudayaan dan pelestarian ritual dan seni tradisi tidak lagi hanya pada sebuah ritus tradisi yang bersifat tertutup dan hanya berorientasi pada siklus hidup yang inklusif. Tantangan dari hal tersebut justru terletak pada bagaimana sebuah transformasi nilai dan reorientasi semangat budaya lokal.

Pada dimensi lain, membangun sebuah tradisi yang berkeseiringan dengan diterminasi pasar akan berimplikasi pada bagaimana sebuah budaya menjadi sebuah proses tontonan yang berpusat pada peleburan makna hidup. Pada titik ini, dipandang perlu, membangun sebuah nilai dan habituasi baru yang mampu berjejaring dengan pasar yang bertujuan menciptakan sebuah kreativitas yang berdaulat dan berdaya saing. Jejaring yang dimaksudkan ialah pada pelekatan kesadaran diskursif, yakni pada peningkatan keterampilan, kemampuan mengoperasikan teknologi dan manajemen seni tradisi dan ritual yang bermuara pada penempatan budaya sebagai kekuatan yang berdaya.

Negara maju yang telah menciptakan ruang dialektika kebudayaan dan menempatkan sistem ekonomi politik sebagai dasar dan sistem

yang menopang praktik sosio-kultural warganya diasumsikan akan membentuk dan memperluas jangkauan bagi berkerjanya akumulasi kapital. Dengan cara ini, kapital yang tersebar baik dalam bentuk penghasilan maupun subsidi pada kehidupan warga negara, didorong untuk disebar pada bentuk lain, baik yang berupa konsumsi produk maupun pada konsumsi jasa, yang pada titik akhir dimaksudkan untuk menggerakkan perekonomian dan stabilitas sistem politik. Dimensi inilah yang tampak marak pada musim-musim panas diwilayah Banyuwangi, dimana angka kunjungan pariwisata meningkat seiring dengan datangnya wisatawan manca negara.

Kedatangan wisatawan manca negara diasumsikan akan menggerakkan sistem perekonomian diwilayah Banyuwangi, setidaknya: hotel; rumah makan; persewaan sepeda motor; souvenir; retribusi; sampai dengan visa; dll., harus didapatkan oleh wisatawan mancanegara. Yang artinya sejumlah uang yang secara teoritik merupakan instrument dari kapital harus dikonversikan kedalam bentuk mata uang rupiah dan dipergunakan dalam proses transaksi. Dengan contoh sederhana ini, akan terkesan sangat masuk akal, jika pemerintah daerah mengklaim ada peningkatan pendapatan daerah dan menghidupkan perekonomian lokal. Klaim yang dimunculkan oleh pemerintah daerah, menandai adanya sebetulnya skema yang melibatkan pemerintah, brand dan pelaku usaha yang berketergantungan dalam menciptakan pasar.

Apa yang terjadi ialah sebuah paradoks atas relasi ekonomi politik internasional, yakni pada bagaimana sebuah negara dominan mampu mendorong terciptanya pasar-pasar baru yang secara 'legal' merambah dimensi sosiokultural pada negara dunia ketiga (Kertajaya dan Nirwandar: 2013). Dalam konteks ini, apa yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Banyuwangi ialah membentuk subjek-subjek yang secara sosial dikonstruksikan memiliki idealitas pada daerah asalnya dan disisi lain subjek-subjek ini diasumsikan sebagai kelompok sosial yang memiliki adiksi pada media sosial dan teknologi, sehingga mereka dilibatkan pada skema pemasaran wilayahnya.

Meskipun secara konstruktif hal ini dapat diasumsikan sebagai penciptaan ruang partisipatif, dimana memberikan ruang virtual pada publik untuk dapat tampil dan menghadirkan imajinasi atas wilayahnya. Tetapi dalam prakteknya pemerintah daerah seakan menghadirkan dirinya secara predatorik, yakni mereka menghadirkan sebuah posisi kerja yang ditugaskan untuk ‘mengawasi’ dunia virtual (Prasetyo: 2013), dimana kontent yang mejual akan dikomentari dan ditampilkan kedalam link resmi pemerintah daerah, sementara pekerjaan ini hanya diperlukan dibelakang meja tanpa memiliki pengetahuan empirik pada imaje yang ditampilkan secara virtual.

Global-lokal yang diwacanakan oleh pemerintah daerah Banyuwangi secara diskursif telah menempatkan sebuah ruang globalitas baru, yang perlahan mampu menciptakan kesadaran atas diri dan identitas kewilayahannya, hal ini yang tampak sebagai identitas artifisial. Dan diorientasikan untuk mendapatkan fungsi ekonomi. Pemerintah daerah dalam hal ini dinas ketenagakerjaan dalam salah satu wawancara, menyatakan adanya posisi-posisi sosial baru yang muncul dalam konteks globalitas ini, mereka berkerja didepan komputer untuk menciptakan paket-paket wisata dan menarik sebanyak mungkin peminat untuk datang kewilayah Banyuwangi.

Sebagai sebuah strategi penyatuan antara *brand*, identitas, dan integritas menjadi bagian yang secara integral hendaknya melekat pada sebuah produk kebudayaan (Kertajaya dan Nirwandar: 2013). Dari fenomena tersebut, konsumen mampu melihat dirinya sebagai bagaian dari pelestarian budaya dan sekaligus penikmat produk kebudayaan. Tetapi apa yang seringkali tampil ialah sebetuk pelestarian budaya baru, dimana kelompok sosial yang menghadirkan dirinya pada skema strategi kebudayaan global-lokal, secara spesifik dinyatakan kedalam tiga varian, yakni para Netizen, Kaum Muda dan Perempuan Petualang, hal ini dinyatakan oleh kepala dinas kebudayaan dan pariwisata. Kelompok sosial yang dimaksudkan tersebut diposisikan sebagai subjek yang kreatif dalam menggunakan ruang

virtual dan mengorientasikan dirinya sebagai petualang yang menikmati atraksi dan autentisitas budaya, tanpa harus terjebak dalam intimitas ruang sosial yang menghadirkan praktik kebudayaan.

Konteks yang kemudian menjadi penting untuk dilihat secara real dari strategi kebudayaan dengan produk budaya dan pada formasi sosial pelakunya, ialah persoalan bagaimana sebuah komoditas memiliki aura dan autentisitas yang terikat pada budaya setempat, tetapi bagaimana mempertahankan keterikatan ini ketika sistem ekonomi-politik kebudayaan ditampilkan dalam ruang globalitas, dimana autentisitas hanya ditempatkan secara artifisial. Persoalan integritas atas komoditas dan imaje yang menyertainya justru terletak pada bagaimana pasar produk kebudayaan menerima secara naif apa yang ditampilkan secara virtual. Budaya dan pasar dalam konteks Banyuwangi telah dibentuk menjadi berkarakter liberal (Jones:2007. Jurriëns: 2006), yakni pada bagaimana kebudayaan mampu ditempatkan dan diruangkan sebagai tampilan-tampilan visual tanpa dilekatkan pada ritualitas tradisi yang menghadirkannya dalam ruang kesejaraahan dan dalam rutinitas kehidupan sosial komunitas lokal. Dengan kata lain, apa yang ditampilkan di Banyuwangi, budaya diciptakan hanya sebagai sebuah *brand* dan lebih krusial lagi, *brand* ini dilekatkan pada lokalitas budaya Using. Yang artinya apa yang dilakukan oleh pemerintah daerah Banyuwangi, pada budaya lokal, dapat direfleksikan pada dimensi bagaimanakah integritas pemerintah daerah dalam menempatkan budaya lokalnya.

Dalam sebuah diskusi ringan dengan peneliti budaya Using, kami mendiskusikan apakah Banyuwangi saat ini masih memungkinkan jika difikirkan dalam konteks *Cultural Turn* model Postmodernis Jameson (1998), atukah justru budaya lokal telah dibajak oleh kepentingan reproduksi ekonomi kultural? Pertanyaan ini didasari oleh agenda pemerintah kabupaten Banyuwangi dengan wacana kebangkitan budaya lokalnya, yang mana kebangkitan ini menandai moment tampilnya formasi sosial baru, yang didatangkan dan

dilekatkan secara cepat seiring kebutuhan praktis pemerintah daerah dalam meraih pangsa pasar wisatawan asing yang selama ini hanya terpangku pada eksotisme pulau Bali. Dengan membajak ritual dan tradisi budaya Using, yang ditampilkan secara kolosal dan melalui festivalitas, dengan secara strategis mencari celah diantara imaje dan komoditas setempat, dengan mempercepat pembangunan di wilayah kepariwisataan bahkan terkadang dilakukan dengan bersitegang dengan wilayah lain, dengan mempopulerkan dan mengambil alih aktifitas ekonomi masyarakat lokal, dilakukan secara sporadis untuk mendapatkan legitimasi dan dominasi atas formasi ekonomi masyarakat setempat.

Ketika membayangkan berkerjanya Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, tentu kerangka praktik pemerintahan yang diligitimasi oleh aturan-aturan perundang-undangan akan tampak sebagai alibi dalam mengambil alih aktifitas ekonomi kultural masyarakat setempat, dalam mengambil alih seluruh aktifitas seni tradisi dan ritual. Hal ini seringkali disuarakan oleh pemangku adat desa Kemiren, yang memposisikan apa yang dilakukan pemerintah tak lebih adalah strategi yang menumpangi praktik seni tradisi dan ritual yang secara ideologis menjadi bagian dari artikulasi ekonomi kultural masyarakat lokal. Bahkan ketika mengintegrasikan praktik seni tradisi dan ritual Budaya Using, pendataan dan kepastian data penanggalan pada keberlangsungan suatu seni tradisi dan ritual budaya Using, justru berimbis pada merepresi praktik seni tradisi dan ritual budaya Using yang berlangsung secara turun temurun, hal ini terjadi ketika promosi atas seni tradisi dan ritual Using telah mendatangkan audiens dan menuntut apa yang telah dikeluarkan pada perjalanan wisata mereka akan berkesesuaian dengan agenda wisata yang ingin mereka dapatkan. Sedangkan seni tradisi dan ritual Using masih terikat dengan sakralitas yang berdasar pada setting kosmologis masyarakat desa (Wessing: 2016, 2017).

Industri Kreatif Berbasis Budaya Using: Kekosongan Dibalik Perayaan dan Festivalitas Budaya

Festivalisasi seni tradisi dan ritual budaya Using merupakan bagian dari kerja kebudayaan yang diasumsikan mengintergrasikan akar ritual, seni dan tradisi Using dengan sentuhan birokratisasi aparatus pemerintah lokal. Dalam praktiknya, festivalitas yang diadakan di Banyuwangi, merupakan bagian dari penataan secara kronologis, pada ragam seni, tradisi dan ritual budaya Using yang disusun melalui kalender kepariwisataan. (Lihat Gambar 1). Sementara pada tiap celah kewaktuan yang didalamnya tidak terdapat event budaya Using, pemerintah daerah membentuk ulang tradisi setempat dan mentransformasikannya menjadi event budaya Banyuwangi hal ini yang secara konseptual disebut sebagai re-tradisionalisme. Apa yang hendak ditampilkan melalui festivalitas budaya, merupakan cara elite lokal untuk mendapatkan legitimasi dari struktur pemerintahan. Legitimasi melalui relasi ekonomi-politik lokal pada artikulasi budaya Using menjadi hal yang tak terhindarkan adanya, terutama pada persoalan mengkategorikan, membentuk ulang dan menampilkan pada ruang sosial baru. Persoalan ruang baru ialah menjadi titik dimana hadirnya negara diasumsikan mampu menyentuh kesejahteraan masyarakat dan pada konsekuensinya, negara berubah menjadi elemen yang mengintervensi praktik artikulasi budaya Using.

Kesejahteraan dalam konteks lokal sering berujung pada bagaimana masyarakat lokal dapat mendayagunakan aktivitas kesehariannya untuk mengembangkan kemandirian ekonomi, sosial, dan budaya. Pada konteks budaya Using, persoalan kesejahteraan berujung pada bagaimana gerak politik kebudayaan yang dikonstruksikan oleh negara menyentuh pada bentuk festivalitas dan mempertontonkan ritualitas budaya pada khalayak umum. Hal itupun berkontribusi dalam menghadirkan dualitas aktivitas budaya dan aktivitas ekonomi politik negara yang direpresentasikan oleh elite lokal (Guha: 1997, 2000). Secara kongkret agenda pariwisata nasional mendorong aktivitas



Gambar 1. Spanduk Kegiatan Kabupaten Banyuwangi (Sumber: Dokumentasi Puslit Budaya dan Komunitas Universitas Jember)

budaya menjadi entitas yang eksotis dan autentik. Dengan konteks tersebut kehadiran negara menjadi pihak yang mengategorikan sekaligus mempromosikan potensi lokal. Tetapi bagaimana hal ini dapat dilakukan? Dalam setting budaya Using, apa yang secara serius dilakukan ialah menggunakan kekuatan birokrasi untuk menata ulang formasi sosial yang dibentuk secara institusional, yakni melalui: revitalisasi kelompok-kelompok sosial lama yang telah ada dan terintegrasi dan dibentuk oleh badan kedinasan, semisal kelompok nelayan, kelompok seniman, sanggar, dll; pembentukan kelompok-kelompok sosial baru dengan cara memecah kelompok sosial yang telah ada atau membentuk kelompok baru yang mampu dan bisa dikontrol oleh pemerintah. Hal ini dimaksudkan untuk menyusun sebuah jejaring kelompok sosial yang dapat digerakan sejalan dengan kehendak untuk membentuk ulang Banyuwangi sebagai kota dan wilayah tujuan baru pariwisata.

Untuk mampu menjadi sebuah daerah tujuan wisata baru, potensi lokal yang ada di Banyuwangi dan melalui akar budaya Using khususnya bukan menjadi hal yang secara serius dilakukan oleh masyarakat lokal yang menghidupi budaya, ritual dan tradisi Using. Sebagai contoh pada souvenir yang dijual di gerai souvenir, objek yang direpresentasikan tidak lepas dari kontekstasi *skill* penciptaan seni. Ikon Gandrung misalnya, dibuat oleh perajin dari luar Banyuwangi. Terbukanya pasar bebas pada produk budaya menjadi tak terhindarkan saat ini, sedangkan persoalan bagaimana cara membangkitkan kesadaran dan *skill* perajin setempat menjadi persoalan tersendiri.



Gambar 2. Ikon Gandrung sebagai hasil kerajinan perajin Using (Sumber: Dokumentasi Puslit Budaya dan Komunitas Universitas Jember)

Selain pada kualitas *skill* yang perlu ditingkatkan, inovasi, dan kemampuan estetis pada perajin, perlu secara khusus diperhatikan adanya (Lihat gambar 2).

Souvenir bukan hanya persoalan pada peningkatan identitas budaya sebagai potensi yang dapat secara terus-menerus dikembangkan, tetapi lebih menekankan pada bagaimana budaya yang ada dan berkembang dalam masyarakat menjadi autentisitas produk budaya setempat dan menciptakan kebanggaan sekaligus kesejahteraan. Ketika budaya yang ada masih menjadi persoalan lokalitas tetapi konten lokal berada dan berasal dari wilayah lain, hal itu berkonsekuensi pada kemampuan masyarakat untuk mendayagunakan potensi ekonomi lokal. Yang artinya pemerintah hanya membentuk sebuah pasar yang secara bebas terbuka pada kekuatan yang justru telah mapan dalam membentuk sebuah produk artifisial budaya Using, sehingga mempermudah produk budaya yang mengambil imaje budaya Using yang diproduksi dari luar wilayah Banyuwangi dapat dengan cepat masuk dan terdisplay dipusat-pusat perbelanjaan oleh-oleh dan souvenir. Melalui pengakuan pengerajin replika barang Using Kemiren, dirinya hanya bisa memproduksi ketika ada pesanan, sementara pasar atau konsumen yang terbentuk melalui kemunculan perbelanjaan hanya meysar pada produk yang terbilang secara massal, mudah didapatkan pada saat konsumen tersebut menghendaki membeli sebuah souvenir dll.

Pada level yang lebih besar, daya cipta kreasi seni pelaku budaya Using berhadapan dengan kehadiran tenaga terlatih dan menjadi jalan hidup seperti bentuk berkesenian di Bali.



Gambar 3. Ragam desain kaos yang mampu membangkitkan imaji budaya Using (Sumber: Dokumentasi Puslit Budaya dan Komunitas Universitas Jember)

Pekerjaan sebagai pengerajin Bali adalah pilihan hidup dan menciptakan stereotipe bagi pemuda setempat. Mereka yang tidak memiliki keterampilan membuat patung diposisikan sebagai orang asing dan tidak memahami tradisi.

Di beberapa titik sentra souvenir, kaos mampu membangkitkan imaji akan semesta budaya Using. Imaji mistisisme dan stigma santet yang pada konteks nasional mampu dikenal dan menjadi identik dengan Banyuwangi (lihat gambar 3). Industri kaos yang ditopang oleh budaya lokal tampak menjadi kekuatan pembeda tersendiri, terlebih pada kemampuan menformasi idiom lokal dan membentuknya pada formasi budaya pop (Heryanto: 2008).

Pronomina *Iro* dan *Isun* merupakan konsep universal yang tampil pada ragam penandaan. Penandaan inilah yang kemudian menjadi khas dan eksotik untuk dikembangkan sebagai objek souvenir. Dengan menampilkannya pada kaos yang secara massal dapat dipasarkan dan diproduksi, kaos mampu berintegrasi pada pasar yang tidak terbatas pada kategori sosial tertentu. Kaos mampu menyentuh kesadaran identitas bagi yang memakainya, dalam asumsi tersebut, kaos menjadi sarana bagi penciptaan kehendak untuk terus mereproduksi sebuah kreasi seni. Khususnya pada seni pengolahan bahasa, pengolaan tampilan atau desain, tata kelola produksi dan pemasaran, manajemen mutu dan kemampuan daya saing dengan produk budaya lainnya. (lihat gambar 4).

Festivalisasi budaya dalam pembentukan destinasi kepariwisataan merupakan hal yang tak terhindarkan, terlebih pada era keterbukaan akses teknologi dan media informasi yang mengandaikan adanya kemampuan individu



Gambar 4. Kaos dengan idiom khas Using (Sumber: Dokumentasi Puslit Budaya dan Komunitas Universitas Jember)

untuk dapat mencari, memetakan dan menilai persoalan budaya, baik dalam konteks artefak budaya yang berupa peninggalan benda dan kesejarahan, artikulasi kebudayaan yang berupa ritualitas seni tradisi lokal dan yang dirupakan pada festivalitas budaya lokal sebagaimana dapat ditemui di Banyuwangi, dan terakhir pada reproduksi budaya yang dirupakan souvenir. Apa yang perlu dikritisi kemudian, ialah persoalan siapa ? bagaimana? dan dengan cara apa? mereka mendapat atau merasakan efek dari gerak pembangunan yang berkembang di Banyuwangi, seiring dengan percepatan gerak transformasi keruangan dan penciptaan ulang praktik budaya lokal.

Adat Dalam Ruang Abstrak:

Tentang Formasi Kuasa Pemangku Adat

Ruang kebudayaan Banyuwangi menjadi spesifik, mengingat dalam persoalan kesejarahan tampil sebagai ruang perebutan hegemoni budaya (Anoegrajekti, 2003; 2006; 2010; 2011a; 2011b;. Prasetyo, 2014; 2017. Prasetyo dan Rosa, 2014; 2015. Margana, 2012. Wessing, 1999) dan disisi lain berkaitan dengan dinamika relasi kultural yang berorientasi pada pembentukan pasar yang berbasis pada ekonomi jasa, yang dibentuk dan diproyeksikan untuk meraih percepatan pembangunan daerah yang selama ditopang oleh sektor agrobisnis. Secara bersamaan bangkitnya pembangunanisme di Banyuwangi selian pada pembentukan imaje hegemonik dari karakter elite, mampu menciptakan dirinya dan ruang kekuasaannya untuk menarik investor hadir dan terlibat dalam pembangunan daerah Banyuwangi, mulai dari tumbuhnya sektor wiraswasta, industri bahkan mengemukannya ulang isu tentang sektor tambang. Dalam proyek pembangunan wilayah

Banyuwangi penekanan pada formasi budaya dengan corak Jawa Mataraman, Bali, dan Jawa Kuno yang secara mendasar dikembangkan sebagai autentisitas kewilayahan dan berkeserian dengan dinamika budaya global. Imajinasi atas ruang kekuasaan dan potensialitas yang dilekatkan pada formasi kultural, menjadi bagian yang secara sistematis berkembang dan menjadi sektor yang melibatkan pelaku budaya, hal ini yang pada titik tertentu mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan persebaran kesejahteraan, meskipun hal ini masih dapat dikritisi adanya, terutama pada menguatnya kelompok-kelompok sosial yang telah mapan pada sektor ekonomi dan memasuki sektor ekonomi kultural atau pada sektor ekonomi kreatif.

Pelaku budaya dengan habituasinya membayangkan dirinya ikut dan hanyut terbawa pada peninggalan masa lalu dan mempertahankannya dalam autentisitas yang fix dan tidak berubah, sehingga perulangan atas nama tradisi dan warisan budaya menjadi hal yang tak dapat ditawar adanya. Hal yang dilupakan kemudian adalah hadirnya pasar penikmat produk kebudayaan yang terus-menerus tampil pada ruang-ruang sosial Banyuwangi, selalu mencari dan menuntut autentisitas budaya yang dapat dikenali dan dicerap sebagai yang universal. Konteks ini berupa tuntutan untuk melihat godaan kapital sebagai yang mengubah formasi lokalitas dalam balutan kehendak asing. Untuk terus menciptakan pasar dengan konsumen yang berketergantungan pada sektor jasa, penciptaan akan kebaruan budaya Using menjadi hal yang tak terelakan adanya, sehingga pembangian antra yang fix, pasti dan tak dapat diubah, dibentuk menjadi komoditas kultural, seperti tari Seblang atau ritual Kebo-keboan, disisi lain keterikatan atas rituas tradisi ini menjadi bagian yang dibiarkan menjadi kekuasaan dari para pemangku adat. Kemudian diciptakan apa yang dianggap sebagai kebaruan seni, tradisi dan ritual dalam budaya Using, yang difestivalisasikan dalam bentuk *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC), yang mengambil Imaje,

simbol dan bahkan tampilan ritualis pada autentisitas budaya Using.

Dalam BEC yang mengambil tema Seblang, para pemangku adat diminta untuk berkolaborasi dengan mengadakan ritual pemanggilan arwah leluhur dan menciptakan *trance* pada penari seblang. Pemangku adat Kemiren, secara sengaja menciptakan kelompok-kelompok kesenian pada tari Barong dengan pengkategorian pada usia penari, dan mereduksi sakralitas Barong dengan menciptakan Barong lain sesuai dengan kelompok usia yang dilatihnya. Bagi pemangku adat, mempertahankan tradisi menjadi bagian dari keharusan yang tak dapat ditawar adanya, karena ada tabu yang secara turun-temurun diceritakan dan sampai menemukan bentuk-bentuk pembenarannya (Certeau: 1988). Diluar tradisi ini, mereka menciptakan sebetuk mitos-mitos yang secara strategis dipakai untuk mendapatkan akses ekonomi melalui jasa paket pariwisata yang saat ini marak ditemui, tak hanya disusun oleh kelompok binaan dari dinas pariwisata yang tergabung dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdawis), tetapi menjadi sebuah strategi pemasaran komoditas budaya yang dikelola oleh pemangku adat.

Dalam kajian tentang masyarakat dengan berbasis pada sektor jasa, negara berkembang ditempatkan dalam posisi yang kurang menguntungkan. Hal itu terjadi ketika negara berkembang ditempatkan pada konteks lokal, yakni lokalitas dalam suatu negara yang terbentuk dengan ketergantungan dan ketimpangan modal. Ketika menyoal arus permodal dalam gerak global-lokal, arus modal asing menjadi cair dan bersirkulasi secara masif. Hal ini tampak pada persebaran selera, gaya hidup, serta pencerapan dan penikmatan produk budaya. Ekonomi Kultural yang ditandai penyatuan wilayah ekonomi politik dan sosial kultural membentuk kerangka berpikir agen dan implementasi kebijakan sebagai bentuk praktik sosial.

Secara empirik, hal tersebut tampak pada bagaimana penguasaan aset pariwisata dan elemen pendukungnya berada pada pemodal nonlokal. Pada beberapa titik, modal bahkan

berada pada arus reformulasi yaitu pada beberapa orang yang menguasai aset-aset kepariwisataan. Ketidakberimbangan menjadi ciri persebaran aset dan modal yang berimplikasi pada penciptaan sistem pembeda ruang sosial sekaligus preferensi artikulasi kultural. Persoalan tentang akses, kesadaran dan *skill* berada pada tarik-menarik wacana dan selera pasar. Ruang produksi atas dan melalui sektor jasa dan relasi ekonomi kultural inilah yang secara teoritik dikonseptualisasikan sebagai ruang abstrak (Lefebvre: 1991) yakni pada bagaimana ruang sosial yang merepresentasikan formasi sosial tampak diubah dan direproduksi dengan menghadirkan subjek-subjek baru. Dalam bentuk yang paling real, persoalan ekonomi-politik berkembang hingga menampilkan bentuk yang paling cair yakni pada ruang ekonomi kultural, sehingga agenda dari tiap subjek yang hadir menjadi plural dengan basis kulturalnya dan menghendaki bentuk akumulasi modal sebagai target keekonomiannya.

Subjek dari Pelaku budaya Using setidaknya dapat dikategorikan dalam beberapa indikasi yang merepresentasikan ruang sosialnya. Semisal mereka yang memiliki *privilage* dan warisan kultural sebagai penerus sekaligus penjaga budaya mereka ini yang ditampilkan sebagai para pemangku adat. Secara teoritik, mereka tampil dalam *setting* sosial sisa era feodal yang ditandai dengan kepemilikan tanah dan abdi massa pekerja dan menjadi rujukan bagi komunitas Using. Di beberapa titik di Banyuwangi, mereka tampil merepresentasikan budaya Using dan menjadi tragis karena mereka tidak mampu mempertahankan posisi sosialnya. Mereka diasumsikan menjadi subjek yang tidak mampu diserap oleh sistem industri modern dan menjadi subjek yang secara kritis berhadapan dengan kekuatan dominan saat ini. Di Banyuwangi, hal itu tidak terjadi secara total, mengingat kuatnya formasi masyarakat yang berbasis kepemilikan tanah tidak lagi mampu menjamin posisi para pemangku adat. Dikarenakan perkembangan masyarakat industrial di Banyuwangi berjalan secara lambat, membuat kekuatan struktur

birokrasi menjadi penentu bagi posisi pemangku adat, hal ini ditampakan dari cara desa-desa yang masih memiliki akar seni tradisi dan ritual using dikontrol hingga tahapan kebijakan desa bahkan sampai pada penentuan posisi pemangku adat.

Konsekuensi sosial dari masyarakat yang dibangun oleh kultur rural agraris tradisional berbasis etnisitas tertentu dan pertumbuhan masyarakat urban nonindustrial berada pada persoalan terserapnya sektor ekonomi semu kapitalisme berbasis jasa, menghadirkan subjek yang memposisikan dirinya sebagai pembaharu dari struktur masyarakat adat Using. Mereka yang berkarakter urban dan berorientasi pada penguasaan teknologi media informasi, kehendak untuk mampu tampil dengan identitas budaya menjadi mendesak. Karakter pembaharu ini dalam prakteknya menjadi subjek yang hendak meraih ruang ekonomi kultural dan dengan mendapatkan legitimasi dari struktur birokrasi lokal dan daerah.

Kelompok tersebut direpresentasikan oleh komunitas Using seperti: Koseba; Pemuda Pathok; Komunitas Pemuda Banyuwangi; Gerakan Muncar Rumahku dan Lare Osing. Karakter pemuda yang tidak sepenuhnya mampu diserap dan diruangkan pada mode produksi dan pasar kerja mendorong mereka tampil secara progresif dan produktif untuk mencoba memasuki pasar industri kreatif. *Skill* dan penghargaan pada kemampuan diri menjadi pertarungan untuk dapat hidup di antara persaingan produk budaya dan pasar industri kreatif berbasis ekonomi jasa. Tampilnya subjektivitas kelompok sosial ini, tak pelak menjadi bagian yang secara absorsif ditundukan oleh jejaring birokrasi yang mengembangkan corak kapitalisme predatorik, hal ini tampak dari suara kelompok pembaharu yang mulai resah dengan munculnya entitas kepariwisataan: baik itu sebagai tempat tujuan wisata; maupun yang berbasis pada penyediaan souvenir; kaos; dan sarana pariwisata lainnya, yang ditopang oleh elite pemerintah daerah.

Ketidakmampuan untuk dapat merepresentasikan dirinya sebagai kelompok yang otonom, membuat keharian kelompok ini

selalu lekat dengan event budaya yang dibentuk oleh perangkat pemerintah daerah. Bahkan pada konteks desa Kemiren, kelompok pembaharu ini yang merepresentasikan kaum muda desa, justru diintegrasikan kedalam struktur pemerintah desa. Dan mereka mengelola salah satu badan usaha milik desa yang berorientasi pada sektor jasa. Sementara ditempat lain, relasi konflikual justru mengemuka dikarenakan adanya daerah tujuan wisata baru, yang diklaim oleh banyak kelompok, baik oleh kelompok masyarakat lokal, yang tergabung dalam desa atau yang dibentuk oleh struktur kedinasan.

Relasi konflikual ini salah satunya didasarkan pada: klaim pemilikan; klaim pengelolaan; klaim pada pengembangan; klaim atas akses jalan; klaim pada legalitas struktur desa; dan klaim pada legalitas kedinasan, yang kesemuanya menghendaki adanya pembagian hasil dari pendapatan dari retribusi atau tiket masuk objek wisata. Secara struktural cara pragmatis yang ditempuh oleh pemerintah daerah Banyuwangi ini dimaksudkan untuk meraih peningkatan kunjungan wisata, memperbanyak daerah tujuan wisata, memperlama waktu kunjungan wisata, memperbanyak angka peningkatan konsumsi wisatawan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan yang terpenting meningkatkan angka pendapatan daerah. Dalam prakteknya pemerintah daerah lebih mengutamakan meraih peningkatan angka pendapatan daerah dengan mempercepat pertumbuhan daerah tujuan wisata.

PENUTUP

Imajinasi elite lokal yang telah direpresentasikan oleh perangkat birokratis pemerintah daerah Banyuwangi, menempatkan komunitas Using sebagai subjek yang dibentuk dengan berorientasi pada penciptaan pasar dan konsumen bagi komunitas adat Using yang justru telah mentransformasikan autentisitas seni tradisi dan ritual Using yang diklaim sebagai yang autentik sebagaimana disuarakan secara samar oleh pemangku adat Using. Persoalan ruang abstrak dan adat pada artikel ini merujuk pada transformasi sosial yang mengatasnamakan

adat Using dengan proyek kepariwisataan nasional yang direduksi oleh elite lokal saat ini telah menampilkan bentuk lain dari adat Using, khususnya pada strategi untuk memposisikan autentisitas adat.

Ekonomi kreatif yang diandaikan sebagai proyek nasional dan yang telah direproduksi dalam wilayah Banyuwangi, dibentuk melalui jejaring kebudayaan dan legitimasi kultural yang disusun sebagai kebijakan budaya lokal yang mampu mendukung, melindungi, dan menopang aktivitas budaya Using dengan seluruh transformasi produk budayanya. Dalam pandangan ini budaya ditempatkan sebagai yang dimiliki oleh komunitas lokal, dikembangkan secara bersama-sama, dinikmati dan berkerja secara berkelanjutan. Yang artinya persoalan akses atas pemanfaatan budaya menjadi hal yang hendaknya diposisikan dengan memberikan ruang sacral yang selama ini dipertahankan oleh pemangku adat dan pelibatan dalam menciptakan akses pada kebutuhan ekonomi, menjadi persoalan yang tidak hanya secara terbuka dapat dimasuki oleh pemodal tetapi menjadi bagian yang secara sistematis mampu menjadi bagian yang dapat dimasuki dan melindungi artikulasi seni tradisi dan budaya Using.

Ucapan Terima Kasih

Penulis berterima kasih pada Pusat Penelitian Budaya Etnik dan Komunitas, Lembaga Penelitian Universitas Jember, yang telah memberikan kesempatan untuk mendapatkan akses pada literatur kajian budaya Using, pada informan dan pada material yang membantu dalam penulisan artikel ini. Pada Kemenristek Dikti yang telah memberikan pendanaan penelitian. Dan pada Laboratrium Sosiologi Program Studi Sosiologi Universitas Jember yang telah memberikan ruang untuk mendiseminasi hasil penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Adorno, Theodor. (2001). *The Cultural Industry*. London: Routledge.
- Anoegrakerti, Novi. 2003. "Seblang Using: Studi Tentang Ritus dan Identitas Komunitas Using." Dalam *Bahasa dan Seni*. Vol. 31. (2). Hlm. 253–269.
- _____. (2006). "Gandrung Banyuwangi: Pertarungan Pasar, Tradisi dan Agama, Memperebutkan Representasi Identitas Using." Disertasi Jakarta: Program Pascasarjana FIB Universitas Indonesia. Naskah Tidak Diterbitkan.
- _____. (2010). "Pada Nonton dan Seblang Lukinto: Membaca Lokalitas dalam Keindonesiaan." *Kajian Linguistik dan Sastra*. Vol. 22. (2). 171–182.
- _____. (2011) a. "Gandrung Banyuwangi: Kontestasi dan Representasi Identitas Using." *Jurnal Humaniora*. Vol: 23. (1). 26–36.
- _____. (2011) b. "Perempuan Seni Tradisi: Kontestasi dan Siasat Lokal." Jakarta: Makalah dipresentasikan pada Komunitas Salihara.
- Bhabha, Hommi. (1996). "Culture's In-Between." In, Hall, Stuart., and, Du Gay, Paul (Eds). *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications.
- _____. (1994). *The Location of Culture*. London and New York: Routledge Classics.
- Bourdieu, Pierre. (1986). "The Form of Capital." Dalam, Richardson, J, G (ed), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*. New York: Greenwood Press, hlm. 241–258.
- _____. (1993). *The Field of Cultural Production*. US: Colombia University Press.
- De Certeau, Michel. (1988). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: California University Press.
- Dicks, Bella. (2004). *Culture on Display: The Production of Contemporary Visibility*. London: Sage Publications.
- Eric Hobsbawm & Terence Ranger, (ed). 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press.
- Foucault, Michel. (1977). *Language, Counter-Memory, Practic: Selected Essays and Interviews*. Oxford: Basil Blackweel.
- _____. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972–1977* New York: Pantheon Books.
- _____. (2001). *Questions of Method. Essensial Works Of Michel Foucault: 1954–1983*. New York: New York Press. pp 223–238.
- _____. (2003). *The Archeology Of Knowledge*. New York : Routledge Classics.
- Gramsci, Antonio. (1992). *Selections From The Prison Notebooks*. Edited And Translated By Hoare, Quintin And Nowell Smith, Geoffrey. New York.
- Guha, Ranajit. (1997). *Dominance without Hegemony: History and Power in Colonial India*. Cambridge: Harvad University Press.
- _____. (2000). "On Some Aspects of the Historiography of Colonial India." In Vinayak Chaturvedi (ed.). *Mapping Subaltern Studies and the Postcolonial*. London: Verso.
- Hall, Stuart. (1980). Encoding/Decoding. In, Hall, Stuart., Hobson, Dorothy., Love, Andrew., and Willis, Paul (eds.). *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 1980. pp. 128–38.
- _____. (1996). "Gramsci's Relevance for Study of Race and Ethnicity". Dalam, Morley, David, dan, Chen, Kuan-Hsing (ed). *Stuart Hall: Critical Dialogis in Cultural Studies*. New York: Routledge. pp 411–441.
- Heryanto, Ariel. 2008. "Politics Meets Pop Culture in Indonesia." (<http://upclose.unimelb.edu.au/episode/40-politics-meets-pop-culture-indonesia>. diakses 16 Agustus 2017)

- Jameson, Fredric. (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on The Postmodern, 1983–1998*. London: Verso.
- Jones, Ted. (2007). “Liberalism and Cultural Policy in Indonesia.” *Social Identities*. Vol 13:4. Hlm. 441–458.
- Jurriëns, Edwin. (2006). *Ekspresi Lokal dalam Fenomena Globalisasi: Safari Budaya dan Migransi*. Jakarta: LP3ES dan KTILV.
- Kertajaya, Hermawan dan Nirwandar, Sapta. (2013). *Tourisme Marketing 3.0: Turning Tourist to Advocate*. Jakarta: Gramedia.
- Klinken, Gerry Van. (2015). *The Making of Middle Indonesia: Kelas Menengah di Kota Kupang, 1930an–1980an*. Jakarta: KITLV-Yayasan Obor.
- Li, Tania Murray. (2014). *The Will to Improve: Perencanaan, Kekuasaan dan Pembangunan di Indonesia*. Jakarta: Marjin Kiri.
- Lefebvre, Henri. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Welly-Blackwell.
- Njoto, Helene. (2017). “Reka Ulang Warisan Budaya Indonesia”. Dalam, Madiner, Remy (ed). *Revolusi Tak Kunjung Selesai: Potret Indonesia Masa Kini*. Jakarta: KPG. Hlm 479-506.
- Margana, Sri. (2012). *Ujung Timur Jawa, 1763–1863: Perebutan Hegemoni Blambangan*. Yogyakarta: Pustaka Ifada.
- Prasetyo, Hery. (2014). “Absorsi Kultural: Fethisasi Komoditas Kopi.” Dalam Novi Anoeграjekti, dkk. (ed.). 2014. *Dinamika Budaya Indonesia dalam Pusaran Pasar global*. Yogyakarta: Ombak. Hlm. 305–322.
- _____. (2016) “Image Hegemonik: Membentuk dan Menciptakan Ruang Reproduksi Kultural”. Dalam, Novi Anoeграjekti, dkk. (ed.). 2016. *Kebudayaan Using: Konstruksi, Identitas, dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Penerbit Ombak. Hlm. 226-260.
- Prasetyo, Hery., dan Rosa, Dien Vidia. (2014). “Space For Cultural Articulation: Voicing The Local in Commodity Transformation.” Dalam, Kasiyan, dkk. (ed). *Rethinking The Human Dignity and Nation Identity: A Review Perspective of Arts and Arts Education*. Faculty of Language and Arts Yogyakarta State University. Hlm. 844–860.
- _____. 2015. “(Auto) Eksotisme (ke/Pem) Bahasa (An): Menafsir Ulang Fragmentasi Politik Ruang Kultural.” Dalam, Sudartomo Macaryus, dan Priyo Dhanu Prabowo. *Bahasa Jawa dan Perspektif Pengembangannya*. Yogyakarta: Balai Bahasa Yogyakarta dan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Rutherford, Jonathan. (1990). “The Third Space.” Interview with Homi Bhabha. In Rutherford, Jonathan, (ed). *Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence and Wishart, pp.207–221.
- Setiawan, Ikwan, dkk. 2017. “Exertion of Cultures and Hegemonic Power in Banyuwangi: The Midst of Postmodern Trends”. *Karsa: Journal of Social and Islamic Culture*. Vol. 25 No.1, June 2017. Hlm. 147-178
- Smith. Laurajane. (2006). *Uses of Heritage*. London and New York: Routledge.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. (1995). “Can the Subaltern Speak?” In Ashcroft, Bill, Gareth Griffiths, and Helen Tiffin (Ed). *The Post-colonial Studies Reader*. London: Routledge.
- _____. (2005). “Scattered Speculations On The Subaltern and The Popular.” *Postcolonial Studies*. Vol 8 (4), 475–486.
- Wessing, Robert. 1999. “A dance of life: The Seblang of Banyuwangi, Indonesia.” *Bijdragen tot de Taal- en Volkenkunde* 155, (4), Leiden, 644–682.

- _____. (2016). *“When the Tutelary Spirit Objected: Conflict and Possession among the Using of East Java, Indonesia”*. Anthropological Forum, Vol. 26 (4), 355–375.
- _____. (2017). “The Lord of The Land Relationship on Southeast Asia.” Acri, Andrea., Blench, Roger., Landmann, Alexandra. *Spirits and Ships: Cultural Transfers in Early Monsoon Asia*. Singapore: ISEAS-Yusof Ishak Institute. pp. 515-552.