

Budaya Tradisional sebagai Daya Tarik Konten Modern: Representasi Unsur Budaya Tradisional dalam Konten Video Karya Raditya Bramantya

Revta Fariszy¹, Virginia Ayu Sagita^{2*}, Medi Trilaksono Dwi Abadi², and Rr. Vegasari Adya Ratna³.

¹ Communication Science Study Program, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

² Public Relations Study Program, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

³ Arts Management Department, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

email: revtafariszy@upnyk.ac.id, *virginia@upnyk.ac.id, meditrilaksono@upnyk.ac.id, vegasariadya@gmail.com

*corresponding author

Abstract

*The digital era has introduced various mediated communication methods that are more accessible and user-friendly. Consequently, global information rapidly infiltrates and impacts Indonesia's traditional culture. Adapting to modern media formats, Raditya Bramantya (Bramsky) crafts video content infused with elements of Indonesia's traditional culture while embodying a spirit of preservation. This research aims to examine how Bramsky incorporates traditional cultural elements into his work. The method employed is a qualitative approach involving in-depth interviews and video content analysis. The findings of this study indicate that Bramsky flexibly integrates traditional cultural elements, albeit in limited proportions. Considerations of culture and audience consumption play pivotal roles in the video content production process. The hybridization of traditional cultural elements with modernity serves as Bramsky's key approach to captivate audiences. However, Bramsky does not fully adhere to the complete cultural framework (Pakem) in his creations. **Keywords:** Traditional; Content; Representation; Hybridization; Circuit of Culture*

Abstrak

Era digitalisasi melahirkan beragam cara baru komunikasi termediasi yang lebih mudah dan ramah digunakan. Akibatnya, informasi global dengan cepat masuk dan mengikis budaya tradisional Indonesia. Tetap mengemas dalam bentuk media modern, Raditya Bramantya (Bramsky) membuat konten video yang diselingi unsur budaya tradisional Indonesia dengan semangat pelestarian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses penerapan unsur budaya tradisional dalam karya Bramsky. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara mendalam dan analisis konten video. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bramsky menerapkan unsur budaya tradisional dengan fleksibel dan porsi yang terbatas. Pertimbangan budaya dan konsumsi khalayak memainkan peranan penting dalam proses produksi konten video. Hibridasi antara unsur budaya tradisional dengan modern menjadi kunci Bramsky untuk memikat audiens. Tetapi, Bramsky tidak menerapkan Pakem budaya secara lengkap. **Kata Kunci:** Tradisional; Konten; Representasi; Hibridisasi; *Circuit of Culture*

Pendahuluan

Dinamika komunikasi kini kian melebarkan sudut mata kita tentang masyarakat sosial yang terbaru terus-menerus. Dunia ini semakin memudahkan masyarakat melalui rangkaian media dengan segala kecanggihannya. Belum selesai mempelajari media tradisional atau yang berperangkat keras, masyarakat Indonesia harus dipaksa beradaptasi dengan perkembangan media digital (Wiratmo, 2012). Data menunjukkan bahwa penetrasi

digitalisasi Indonesia berada pada angka 77% atau 212.9 juta jiwa pengguna dengan motivasi dominan adalah komunikasi dan sosial (Kemp, 2023). Implikasi arus deras perkembangan teknologi komunikasi perlu perhatian lebih, terutama pada industri dan masyarakat.

Imbas positif perkembangan industri komunikasi adalah meluasnya kesempatan masyarakat dalam berkomunikasi. Hujan informasi membuat informasi semakin

transparan dan informasi global dalam beragam konteks tumbuh subur (Schroeder, 2021; Tan et al., 2021). Tidak seperti di media konvensional yang cenderung pasif, media digital interaktif memungkinkan pengguna untuk memproduksi pesan secara aktif yang disebut dengan *user-generated content* (UGC) (Krumm et al., 2008; Naab & Sehl, 2017; Wyrwoll & Wyrwoll, 2014). Pengguna dapat membuat konten dengan tujuan seperti jurnalisme warga, bisnis dan konten kreatif lainnya dengan beragam media, terutama media sosial berbagi (Finaka, 2018; Rosário et al., 2022).

Pesat perkembangan komunikasi tentunya tidak hanya memiliki implikasi positif semata. Gaya hidup maupun pemaknaan individu dalam komunikasi akan bergeser mengingat semakin dinamisnya bentuk dan media komunikasi (Fuchs, 2022, pp. 131–146; Twenge, 2019; Wyatt, 2021). Bentuk nyata pergeseran adalah ditinggalkannya media konvensional. Istilah “*the death of print*” muncul dengan asumsi menurunnya minat masyarakat dengan surat kabar yang berujung pada merosotnya pendapatan industri media massa cetak (Hayes & Lawless, 2021; Lundén, 2009; Nielsen et al., 2019; O’Sullivan et al., 2017; Shaker, 2014; Stenberg, 2022). Tak hanya surat kabar, radio dan televisi menunjukkan angka penurunan secara gradual dengan hadirnya media *streaming* yang kian digemari (Forman-Katz, 2023; Götting, 2022; Sweney, 2022). Fakta ini menjadi faktor-faktor pendukung tergerusnya budaya tradisional, terutama generasi muda, mengingat kaitan komunikasi dengan budaya (Samuels, 2021). Pergeseran ini kemudian menjadi desa budaya yang baru dan populer dibumbui dengan globalisasi yang membuat budaya saat ini campur aduk (Holmes, 2009).

Walaupun tergerus usia, modernisasi, budaya populer ataupun globalisasi, sebagian budaya tradisional Indonesia sampai saat ini masih lestari. Ragam kegiatan atau tradisi budaya Indonesia masih bisa ditemui di hampir seluruh penjuru daerah Indonesia, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau momen

besar walaupun dengan intensitas yang rendah. Keragaman ini menjadi keunikan dari Indonesia dibandingkan dengan negara lainnya. Ritual budaya dan kesenian di Bali misalnya yang masih terpelihara hingga kini bahkan menjadi daya tarik wisata (Louise, 2022). Beberapa kekhasan tradisi Indonesia bahkan digunakan oleh pihak luar Indonesia, baik legal maupun ilegal (Santyaningtyas & Noor, 2016).

Perkembangan media dan budaya populer tidak serta merta berakibat buruk pada budaya tradisional Indonesia. Kreativitas “campur aduk” budaya juga tidak meninggalkan budaya tradisi Indonesia. Tak jarang tradisi Indonesia dikreasikan dengan budaya populer yang memberikan kesan unik dalam suatu karya seni modern dan media populer dalam sesame budaya lokal atau pun antar negara (Inkiriwang & Winter, 2014). Percampuran budaya telah tercipta pada beberapa sektor, contohnya adalah hasil karya seni patung Indonesia yang disesuaikan dengan budaya konsumen tujuan ekspor ke luar negeri (Beratha et al., 2016). Atau sektor kuliner yang memiliki banyak percampuran budaya, baik percampuran lokal maupun mancanegara (Herminingrum, 2017).

Dengan fitur media yang terkini, para kreator dapat mengaplikasikan kreativitas dalam pembuatan karya. Digitalisasi pun memainkan perannya dengan kemudahan akses serta kapasitas kecepatan penyebaran informasi. Ragam pilihan aplikasi secara digital memungkinkan kreator membuat karya media komunikasi dengan lebih mudah. Hasil karya pun dengan mudah dibagikan melalui media sosial berbagi baik secara independen maupun komersial. Penyebarannya sangat mudah diakses, terutama bagi kaum muda yang ingin menghabiskan waktu dan minatnya di ruang media ini. Informasi yang berlimpah membuat *creator* harus pintar membuat strategi dan kreatif untuk mengembangkan diri. Karya kreatif meliputi implementasi dan konsep atau ide-ide yang dapat menjadi strategi dasar dalam bentuk komunikasi yang efektif. Pemanfaatan budaya tradisional dalam media modern pun menjadi

salah satu hal yang dapat dipertimbangkan dalam pembuatan karya yang unik dan menarik.

Maraknya perkembangan media populer menuntut kreator konten untuk memiliki strategi dan ide kreatif untuk menjadi membangun langkah suksesnya. Karya kreatif meliputi implementasi dan konsep atau ide-ide yang dapat menjadi strategi dasar dalam bentuk komunikasi yang efektif. Diantara kreator karya media komunikasi, Raditya Bramantya (Bramsky) adalah salah satu yang kerap memamerkan budaya tradisional Indonesia dalam karya populernya. Dari beberapa karyanya yang berupa video memiliki pendekatan unik dalam mengemasnya. Video yang ditujukan untuk agenda komersial yang umumnya dikemas dengan pendekatan modern dan mengikuti tren terkini. Tetapi Bramsky mengemas video tersebut dengan nilai budaya tradisional yang cukup dominan. Video-video dengan konsep hibrid dan disukai oleh banyak penonton diantaranya adalah iklan Realme “Capture Infinity” yang menembus 12 juta penonton, video musik Cinta Laura “Markisa” dengan 2.2 juta penonton dan video iklan Sasa “Sasa to the world” yang ditonton hingga 7.6 juta penonton. Keberhasilan ini menjadi benih motivasi dalam penelitian ini dengan mengangkat tentang bagaimana representasi budaya tradisional dalam karya-karya populer Bramsky. Harapannya hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dan rekomendasi bagi kreator konten mengorganisasikan pendekatan kontennya dalam budaya terutama tradisional.

Untuk memetakan budaya yang diangkat dalam data penelitian, teori-teori yang berkaitan dengan kebudayaan serta penerapannya di media digunakan sebagai alat bedah. Pembahasan tentang budaya tentu sangat kompleks dan dapat diuraikan ke dalam beragam kajian atau sudut pandang. Mengenai dasarnya, budaya didefinisikan sebagai adat istiadat dan kepercayaan, seni, cara hidup dan organisasi sosial suatu negara atau kelompok bila menilik Kamus Oxford. Namun pengembangan keilmuan membuat definisi berkembang dan berbeda

Membedah representasi budaya yang

diangkat dalam konten yang diciptakan oleh Bramsky, penelitian ini menggunakan pendekatan budaya, lebih fokus pada konsep *circuit of culture* yang dikemukakan oleh du Gay (2013). Konsep ini berkembang dengan deskripsi model budaya oleh Edward T. Hall yang menekankan tentang adanya elemen yang terlihat dan tidak terlihat dalam budaya (E. T. Hall, 1989). Budaya didefinisikan oleh Tylor sebagai sebuah “kompleksitas yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum dan kebiasaan lainnya yang dilakukan oleh seseorang sebagai bagian dari sebuah masyarakat” (Tylor, 1958). Bila merujuk pada Williams, “budaya dideskripsikan sebagai cara hidup tertentu yang mengungkapkan nilai dan makna tertentu tidak hanya dalam seni dan makna tetapi juga dalam institusi dan perilaku biasa” (Williams, 1958). Definisi budaya ini mengemukakan bahwa budaya merupakan sistem kehidupan yang terdapat pada masyarakat tertentu. Konsep *circuit of culture* merupakan salah satu sistem pemetaan budaya yang dapat digunakan untuk melihat representasi dalam media (Bonelli et al., 2023; du Gay, 2013; Jenkins, 2003; Masrour, 2016; Rozal et al., 2023; Wita & Apip, 2020).

Circuit of culture merupakan konsep yang digunakan oleh Paul du Gay dalam membahas representasi (du Gay, 2013). Du Gay melakukan studi budaya (kultural) yang menganalisis tentang adaptasi *Walkman* di masyarakat. *Walkman* dianggap sebuah teknologi yang mengubah struktur budaya masyarakat baik dari sisi kebiasaan maupun perilaku konsumsi. Sejak munculnya *Walkman*, mendengarkan musik kapanpun dan dimanapun menjadi hal yang normal, atau bahkan sebuah gaya hidup yang baru. Kebiasaan ini menuntut masyarakat untuk membeli *Walkman* beserta musik rilisan fisik untuk didengarkan. Dalam bahasan mengenai *Walkman*, du Gay membaginya dengan pendekatan lima proses budaya, yang dikonsepsikan dengan *circuit of culture*.

Circuit of culture digambarkan dengan lingkaran dengan lima poin proses pembentukan

budaya yang mengelilinginya (du Gay, 2013). Poin pertama adalah (1) produksi, di mana terdapat sebuah objek yang diproduksi dengan tujuan tertentu dengan latar belakang kebutuhan masyarakat. Poin ini menjelaskan detail membahas tentang bagaimana pertimbangan produksi objek budaya. Poin kedua adalah (2) konsumsi, yakni tentang objek yang digunakan oleh masyarakat. Proses konsumsi dalam konteks ini dapat dianggap sebagai proses adaptasi objek budaya yang diproduksi. Poin selanjutnya adalah (3) regulasi. Perubahan atau pergeseran nilai ketika objek budaya diadaptasi dapat mengikis kebiasaan atau norma yang berlaku, terkadang regulasi perlu diberlakukan sebagai kontrol masyarakat. Keempat adalah (4) identitas, yakni budaya yang dimunculkan dalam objek budaya baru yang merupakan buah dari konsumsi. Dan terakhir adalah (5) representasi, yakni tentang bagaimana kultur tersebut diwacanakan kembali oleh media dan masyarakat. Konsep *circuit of culture* dapat memberikan gambaran besar tentang perputaran perkembangan dari budaya. Dalam *circuit of culture*, setiap elemen pembentuk budaya memiliki kaitan antara satu sama lain, sehingga analisa pembentukan budaya dapat dijelaskan dengan fleksibel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang serupa dengan analisa Paul du Gay terhadap *Walkman* (du Gay, 2013; Losada & Mota, 2019). Walaupun bukan teknologi fisik yang menjadi terobosan baru di masyarakat, objek penelitian ini mengandung nilai-nilai budaya yang berkaitan dengan konsumsi media budaya populer. Menggunakan konsep *circuit of culture*, objek penelitian ini, yaitu video yang mengandung nilai budaya tradisional dalam media baru, akan menganalisa proses konstruksi nilai budaya dalam media, serta sudut pandang dari pembuat video. Analisa tentunya dikaitkan dengan konsep-konsep budaya lainnya dengan tujuan mendetailkan data.

Inti penggunaan dari *circuit of culture* adalah untuk memberikan pemaparan yang komprehensif pada representasi. Pemaknaan yang dikonstruksi secara tersistem menjadi

bagian yang tidak terpisahkan ketika mengaitkan dengan komunikasi termediasi (S. Hall, 1980, 2003; Wita & Apip, 2020). Menjelaskan makna dalam media berarti produksi pemaknaan yang sedemikian rupa dituangkan dalam pesan media. Oleh Hall, proses ini diistilahkan sebagai *encoding* (S. Hall, 1980). Proses melibatkan pemahaman kreator pesan yang tentunya dilatarbelakangi oleh beragam faktor. *Circuit of culture* merupakan pemetaan faktor-faktor yang terlibat dalam proses representasi. Sehingga bila menganut konsep sesuai dengan *circuit of culture*, representasi menjadi dapat dimaknai beragam, baik oleh kreator maupun khalayak (S. Hall, 2003).

Dalam representasi, konsep imajinasi dan bahasa merupakan hal yang esensial. Menggambarkan sesuatu dengan objek, tanda, simbol hingga bahasa dalam media yang merupakan cerminan dunia nyata perlu melibatkan sistem imajinasi komunikator (Kidd, 2016). Namun sejatinya, tidak akan ada pemaknaan yang sempurna, walaupun reproduksi dilakukan secara sempurna (S. Hall, 2003; Kidd, 2016). Hal tersebut diakibatkan oleh latar belakang komunikan, kontekstual, waktu dan ruang yang berbeda (Gripsrud, 2010). Maka representasi akan selalu berkembang menyesuaikan sejarah.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjabarkan bagaimana budaya direpresentasikan dalam karya seni media ciptaan Bramsky secara lebih mendalam. Penelitian deskriptif kualitatif berfokus untuk menjelaskan suatu fenomena atau konteks sedetail mungkin dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai topik tersebut (Krippendorff, 1980; Neuendorf, 2017; Yin, 2016). Dua metode pengumpulan data dan analisis digunakan untuk mengungkap representasi ini. Pertama adalah analisis wacana, yakni dengan mengkaji pesan yang ada pada beberapa konten dalam akun Youtube milik Raditya Bramantya.

Menekankan pada representasi, analisis konten pada penelitian ini berfokus pada distribusi pesan budaya dalam konten video karya dari Bramsky. Maka tahapan pertama adalah memilih konten yang akan dijadikan data dalam penelitian (*data sampling*). Terdapat tiga video yang memenuhi kriteria, yakni video musik Cinta Laura “Markisa,” video Realme “Capture Infinity” dan video iklan Sasa “Sasa to the world.” Video ini dipilih karena mengandung dan menyiratkan pesan atau nuansa budaya yang kental dan konkret untuk menghindari bias dan ambiguitas. Popularitas juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan video yang menandakan penerimaan pesan yang lebih efektif. Sampel ini ditujukan untuk memberikan kedalaman data serta fokus dalam penjelasan budaya dan hibridisasinya. Wawancara mendalam dengan Bramsky dilakukan untuk memberikan perspektif pembuat video dalam melihat aspek budaya tradisional. Data pendukung dari sumber lainnya yang terkait dengan kasus yang diangkat dalam penelitian, seperti video wawancara dengan Bramsky dan Cinta Laura yang tersedia untuk publik di internet juga menjadi data-data penelitian dengan filter dan pertimbangan.

Menggunakan analisis konten, data penelitian akan dianalisis sesuai dengan prosedur sintesa naratif (Krippendorff, 1980, p. 90). Secara garis besar, metodologi ini memiliki tiga tahapan besar. Pertama adalah proses filterisasi yang secara rinci dilakukan dengan unitisasi, *sampling*, merekam (pendokumentasian) dan mereduksi. Tahapan kedua adalah konstruksi analisis, yang pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan konsep representasi. Dan yang terakhir adalah menarasikan hasil analisis dengan fokus tujuan penelitian. Penerapan analisis konten naratif tentu memperhatikan sisi kritisisme yang mensyaratkan referensi dan pemahaman lingkup kontekstual, yang dalam konteks ini adalah kebudayaan (Doi, 2018; Krippendorff, 1980, p. 93; White & Marsh, 2006).

Dalam penelitian ini, tahapan filterisasi pesan ataupun unsur budaya tradisional dalam

konten video dijadikan sebagai sampel penelitian. Pesan akan dipilih dari tiga video sampel yang mengandung unsur budaya tradisional. Pesan tersebut kemudian diidentifikasi dengan ulasan literatur mengenai budaya yang diangkat dalam konten (*data coding*) (Cohen et al., 2019; Mijianti et al., 2022; Ramanta & Samsuri, 2020; Vaismoradi et al., 2016) dilakukan dengan merujuk pada Krippendorff kategorisasi yang dapat diobservasi, yakni visualisasi dan tarian (Krippendorff, 1980). Dua tahapan ini menjadi modal dalam analisis naratif pembentukan representasi. Masing-masing kategori dijabarkan dengan pertimbangan literatur, makna dan fokus lainnya yang dapat mempertajam komprehensivitas deskripsi data.

Penelitian ini dilengkapi dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Wawancara dilakukan kepada pemilik akun Youtube sekaligus *Creative Director* dari video sampel. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang perspektif kreator dalam menggunakan objek-objek budaya dalam video serta pertimbangan produksi dari video. Setelah data konten dan data wawancara didapatkan, analisis dilakukan dengan pertimbangan penerapan budaya secara naratif. Analisis dilakukan dengan pendekatan konsep *Circuit of Culture* untuk menginterpretasi dan mengorganisir nilai-nilai budaya yang diterapkan oleh kreator video.

Hasil dan Pembahasan

Budaya tradisional kini menjadi daya tarik yang dapat mencuri mata khalayak modern yang awam terhadapnya. Pertunjukan budaya tradisional, secara sosio-historis memang menjadi hiburan bagi masyarakat *indigenous*. Dalam kontekstual perkembangan teknologi media, budaya lokal tradisional, baik hiburan ataupun secara keseluruhan, kurang diekspos. Regulasi bahkan diterbitkan dengan tujuan eksposur budaya dalam media televisi (Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 2002). Ancaman rendahnya eksposur, yang menunjukkan

rendahnya minat khalayak terhadap konten budaya, kian meningkat dalam media baru saat ini. Hilangnya taji budaya tradisional ternyata menjadi nilai jual tersendiri di mata Bramsky, sutradara ternama Indonesia, yang mengonversi budaya tradisional menjadi populer di media.

Budaya yang mau diangkat yaitu modern dicampur dengan menyelipkan budaya jawa dengan adanya budaya jawa. Nah, konsep ini kebetulan aku memang orang yang sangat mencintai budaya indonesia khususnya jawa dan bali, jadi, aku menyelipkan budaya jawa yang bisa dipadupadankan dengan budaya modern saat ini. Selain itu, budaya jawa yang ada di MV ini bisa menjadi salah satu pengenalan dan mempromosikan budaya indonesia kepada orang-orang yang melihat MV tersebut (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023).

Unsur budaya tradisional memang bukan menjadi hal yang wajib dalam karya Bramsky. Dari sekian banyak karya populer yang dihasilkan oleh Bramsky, beberapa diantaranya adalah video dengan unsur budaya tradisional. Contohnya yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah video musik penyanyi Cinta Laura “Markisa” dan iklan Realme “Realme 8 | 8 Pro: Capture Infinity.” Kedua video populer ini memiliki unsur budaya terlihat cukup kental. Sebagai langkah popularisasinya, unsur budaya tradisional digabungkan dengan budaya modern dalam karyanya. Cara ini merupakan solusi rendahnya daya tarik khalayak dalam budaya tradisional yang menarik untuk dipelajari lebih jauh.

Cinta Laura merupakan salah satu aktris dan penyanyi populer di Indonesia. Karir musik Cinta Laura berawal ketika ia mengisi *soundtrack* dari filmnya yang kemudian diikuti dengan perilisan album di tahun berikutnya. Walaupun tidak sesukses karir aktingnya yang memenangkan beberapa nominasi, Cinta Laura berhasil mencetak beberapa karya musik

populer, seperti tembang “Oh Baby,” “Vida” dan “Guardian Angel.” Salah satu nomor terakhir yang rilis di tahun 2021 adalah “Markisa.” Video musik “Markisa” berhasil menggaet penonton dengan 2.2 juta kali tayangan di Youtube (Aswan, 2022). Untuk lagu-lagu terakhirnya, Cinta Laura mengaku mencoba untuk menunjukkan tajinya dalam berkarya.

Popularitas dari video musik “Markisa” memiliki peran signifikan dalam konteks budaya tradisional. Pasalnya, video ini memiliki konsep tari dengan beragam latar belakang budaya baik modern maupun tradisional. Walaupun yang dibawakan oleh Cinta Laura bukanlah musik bernuansa tradisional atau bahkan musik dansa elektronik modern, video ini sukses memadukan seni budaya tradisional dan modern. Percampuran ini tentu memperkuat eksposur tentang seni budaya tradisional pada khalayak populer yang langka ditemui pada mayoritas video musik populer.

Dari unsur produksi, Cinta Laura sangat mempertimbangkan unsur budaya dalam musik “Markisa”. Bila didengarkan secara sekilas, lagu ini dapat dikategorikan sebagai musik elektronik R&B dengan nuansa bertema timur tengah. Bila mendengarkan dengan seksama, pada lagu ini Cinta Laura mengaku menggunakan tujuh alat musik tradisional Indonesia. Tujuh alat musik tersebut adalah: kecapi minang, saluang minang, sarunai minang, sapei kalimantan, kendang dangdut, vokal kalimantan dan kendang sunda (). Tentunya menggabungkan nada alunan alat musik tradisional yang menghasilkan musik yang bernuansa modern bukanlah hal yang mudah.

Cinta Laura membuat lagu “Markisa” dengan ragam budaya bukanlah tanpa alasan. Keresahan akan rendahnya minat kaum muda, Generasi Z, terhadap budaya tradisional memantik Cinta Laura untuk menghasilkan karya dengan sentuhan budaya tradisional. Cinta berharap dengan percampuran budaya dalam lagunya, kaum muda dapat menikmati keindahan musik tradisional Indonesia yang mudah untuk dinikmati semua orang (Ramadhan, 2021).

Sebagai direktur video musik “Markisa”

dari Cinta Laura, Bram mengaku antusias dalam menggarap proyek ini. Ketertarikannya dengan unsur budaya, terutama Jawa dan Bali, menjadi faktor pendukung kentalnya unsur budaya dari video musik ini.

"Kenapa dipilih, karena aku memang pada dasarnya sangat menyukai budaya Indonesia dan ingin menyampaikan bahwa budaya Indonesia itu banyak, menarik, dan sangat kental. Kenapa pakai objek barang dan tarian jawa, karena belum ada, biar beda, dan tetap bisa memasukan budaya indonesia di video musik tersebut." (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023).

Alasan inilah yang menjadi jawaban tentang unsur-unsur tarian tradisional kebudayaan Jawa dan Bali yang ada pada video musik "Markisa." Filterisasi lanjutan yang dilakukan oleh Bramsky adalah dengan pertimbangan karakter Cinta Laura. Bramsky telah memiliki bayangan mengenai video yang akan dieksekusinya dengan pendekatan karakter Cinta Laura. "Aku tahu bahwa cinta laura adalah seorang yang aktif ketika bernyanyi, maka di video ini dikemas seperti kepribadian cinta laura yang energik" (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023). Sehingga finalisasi video memunculkan pencampuran antara modernitas yang melekat pada karakter energik Cinta Laura dan unsur ketradisional.

Karakter energik Cinta Laura juga menjadi penentu dalam pemilihan busana dalam video Cinta Laura ada dalam video musik "Markisa." "Karena Cinta Laura (adalah) orang yang energik, pada akhirnya aku memilih warna-warna cerah, terutama kuning (yang berasal) dari representasi buah markisa yang segar berwarna kuning (atau) jingga," tutur Bramsky. Penentuan tema ini kemudian dilanjutkan dengan proses desain busana, yaitu oleh Yoga Pratama

(Ramadhan, 2021).

"Kalau (tentang) ide, (aku) banyak melihat beberapa video musik, banyak melihat pameran-pameran seni yang ada di Indonesia. Biar bisa ada gambaran objek atau properti apa yang akan dipakai nanti. Kebetulan aku memang tertarik memoto fashion, terutama fashion yang digabungkan dengan budaya Jawa atau budaya Bali." (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023).

Walaupun pakaian yang dikenakan merupakan pakaian modern, sentuhan budaya tradisional dituangkan dalam beberapa bagian pelengkap busana yang dikenakan Cinta Laura dalam video. Objek busana yang memiliki nilai budaya tradisional adalah seperti sabuk pinggang dan aksesoris yang terbuat dari bahan tenun asal Nusa Tenggara Timur dengan referensi dari Papua (Ramadhan, 2021). Namun, bila membandingkan dengan literatur yang ada, motif ikat yang ada pada sabuk Cinta Laura lebih dekat dengan motif asal Toraja, yaitu Galumpang. Alasannya, motif Galumpang memiliki pola yang membentuk garis, kait dan belah ketupat, cocok dengan motif sabuk pinggang yang dikenakan Cinta Laura (Holmgren & Spertus, 1989; Karmila, 2010). Sedangkan unsur yang berasal dari Nusa Tenggara Timur adalah manik-manik yang menghias di sekitar bagian pinggang dari penari latar. Motif tersebut berasal dari Suku Dayak Taman atau Iban yang hidup di sekitar aliran Sungai Kapuas (Hamzuri & Siregar, 1997; Karmila, 2010). Motif ini biasa dibuat untuk dijadikan sebagai hiasan di dinding atau selimut dalam bentuk kain. Walaupun terdapat sedikit miskonsepsi, pendukung visual dalam ini membuat video musik "Markisa" sangat kental dengan budaya tradisional Indonesia yang menandakan bahwa gaya busana juga menjadi unsur penerapan hibridisasi budaya (Ramadhan, 2021).



Gambar 1. Cuplikan video musik Cinta Laura “Markisa” yang bertema warna kuning
Sumber: (Bramantya, 2021)

Melihat Gambar 1 lebih peka, terdapat tumpukan buah jeruk, sebagai representasi warna jingga, yang melekat pada gapura kecil. Dalam kontekstual budaya tradisional, tumpukan buah ini merupakan objek simbolis dalam Upacara Grebeg dan sejenisnya. Gunungan dalam Upacara Grebeg menjadi salah satu ikonik kebudayaan Yogyakarta, walaupun upacara semacam ini terdapat di wilayah Jawa lainnya (Fauziah, 2016; Khotimah et al., 2021; Purwanto, 2012; Utami et al., 2019). Sama halnya gunungan yang berasal dari Bali disebut dengan Gebogan. Gebogan merupakan simbol penghormatan dan rasa syukur kepada para Dewa. Selain itu Gebogan juga menjadi simbol keindahan dan kelimpahan alam (Acri, 2020; Purwanto, 2012; Sujana, 2020). Penggunaan tumpukan buah, yang diistilahkan sebagai gunungan, merupakan representasi dari kemakmurnas berkah hasil bumi yang didapatkan Masyarakat (Sida Arsa et al., 2022). Belakangan, makanan dan objek lainnya juga sering digunakan sebagai pelengkap hasil bumi sebagai tanda kemakmuran. Secara filosofis, Upacara Grebeg berasal dari gumrebeg yang berarti keramaian. Gunungan biasanya dikirab dari satu titik ke titik lokasi lainnya

dengan serangkaian prosesi adat hingga pada puncaknya, yakni “rebutan gunungan.” Upacara Grebeg biasanya diadakan di hari besar, seperti Hari Maulid Nabi Muhammad saw.

Hal yang cukup disayangkan, penggunaan gunungan dalam video Cinta Laura “Markisa” kurang memiliki posisi yang kuat. Gunungan hanya dijadikan sebagai ornamen hiasan gapura yang simpel, tanpa prosesi apapun. Bila dipandang dengan filosofis, gunungan dalam video ini tidak ada penanda lainnya untuk menandakan hasil bumi karena hanya buah jeruk yang digunakan sebagai representasi warna jingga. Gunungan ini dapat menguatkan kesan keriuhan yang menjadi nadi video energik ini. Melihat skena secara keseluruhan, gunungan yang melekat dalam gapura ini tidak memiliki peran apapun melainkan hanya sebagai pemeran pendukung visual.

Salah satu objek tari tradisional yang digunakan adalah *barongan*. Secara definitif, *barong* adalah figur binatang mitologi berkaki empat atau manusia purba yang memiliki kekuatan supranatural (Dana, 2011). Dalam tarian, barong biasanya divisualisasikan dengan topeng lebar dan besar (Bandem, 1983). Dalam

beragam konteks, barong biasanya identik dengan binatang singa, namun barong yang menyerupai binatang lainnya juga sering ditemukan, seperti naga, anjing babi ataupun gajah. Barongan atau barong menjadi objek tari tradisional yang kental di daerah Jawa dan Bali.

Reog Ponorogo merupakan salah satu tarian barong populer yang juga salah satu awal pencetus berkembangnya tari barong di Jawa. Reog Ponorogo adalah tarian raksasa yang biasanya terdiri dari seorang penari topeng utama, empat penari kuda (*jathil*), seorang pemeran raksasa Reog, seorang yang berperan memerangi reog tersebut dan dilengkapi seorang pelawak dengan topeng pentulan dan 5-6 orang pemain bunyi-bunyian yang terdiri kethuk, kendang, angklung dan terompet (Koentjaraningrat, 1990). Menurut *Babad Giyanti*, tari barong dengan topeng lebar pada Reog Ponorogo muncul di kawasan Mlangsen, Blora yang saat itu masih dalam kekuasaan Ponorogo (Jasadipura, 1938). Tari Reog kemudian menjadi tarian tradisional lokal kebudayaan daerah Blora.

Seiring berjalannya perkembangan dan modernisasi, Reog Ponorogo menjadi tarian yang sering digunakan dalam acara hiburan pemerintahan, terutama semenjak orde baru.

Fokus pada hiburan berimbas dalam tatanan dan struktur tarian yang menjadi kebiasaan dalam Reog Ponorogo. Perbedaan utama antara Reog Ponorogo asli tradisional dengan hiburan adalah tyang ho'e, yakni penggiring tarian. Tyang ho'e pada tarian asli difungsikan sebagai pemeriah dengan kondisi mabuk yang meneriakkan "*hoo'e . . . hoo'e.*" Dalam Reog Ponorogo hiburan, pemeriah tidak dalam kondisi mabuk. Aspek pembeda lainnya adalah jumlah penari yang lebih bervariasi namun tetap sesuai dengan peran yang ada dalam Pakem tari. Tari Reog atau Tari Barong memang memiliki perbedaan jumlah penari dalam persebarannya di beragam daerah, namun hampir di semua sebarannya, penari pembarong hanya ada satu atau dua, disertai pemeran pendukung (Dana, 2011; Huda, 2009). Adapun yang menggunakan pebarong yang banyak adalah Tari Reog Bulkiyo asal Blitar yang menggunakan 9 pebarong dan sekitar 20 penari lainnya (Azizah, 2022). Dalam video ini, terdapat sekitar empat pembarong dengan tanpa penari pendukung yang muncul dalam satu skena. Fakta ini menguatkan bahwa pakem budaya menjadi hal yang belum diperhatikan secara terkhusus.



Gambar 2 Cuplikan video musik Cinta Laura "Markisa" yang menampilkan Barong dan Gunungan buah
Sumber: (Bramantya, 2021)

Video musik Cinta Laura "Markisa" menampilkan visual yang menandakan sosok

barong. Konsep barong yang digunakan dalam video adalah festival karena tarian hanya

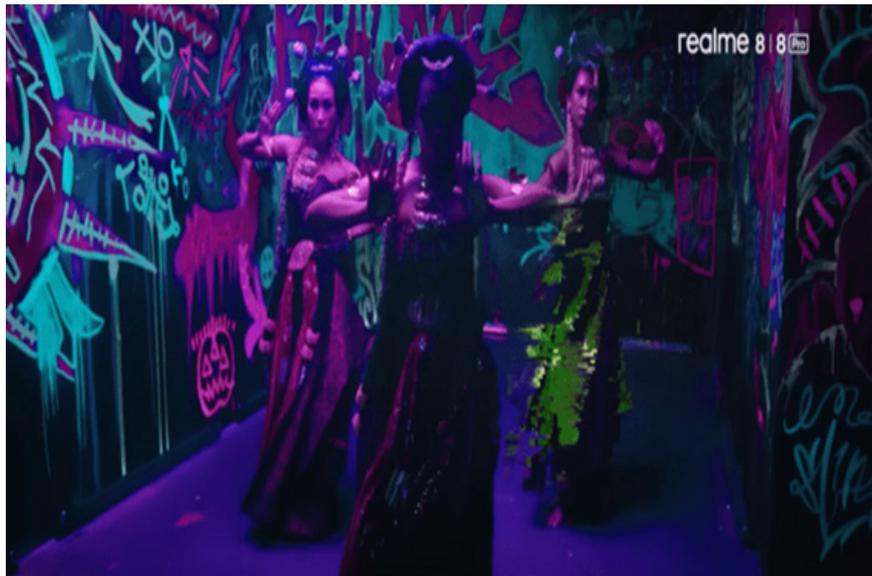
direpresentasikan dengan sosok barong tanpa pemeran atau pelengkap lainnya. Sosok barong yang digunakan pun bukanlah topeng yang digunakan dalam Reog Ponorogo, melainkan sosok barong Kediri. Secara visual, topeng yang digunakan lebih kecil dari topeng Reog namun tidak sekecil topeng barong umumnya di Jawa dan Bali. Ciri lainnya adalah gambar wajah barong pada bagian kulit di belakang atas topeng, sehingga seakan-akan memiliki dua wajah. Moncong dari topeng cenderung lebih panjang karena barong Kediri merupakan sosok yang menyerupai naga atau kuda (*jaran*), bukan singa seperti barong kebanyakan (Prastyawan & Sulbi, 2020).

Selain dari sisi bentuk visual, koreografi dan penataan tarian tidak sesuai dengan aturan kebiasaan. Pada *frame* kemunculan barong, hanya diperlihatkan gerakan *me-reog* barong pada umumnya. Namun, pada *scene* kemunculan berikutnya (Gambar 2), terlihat Cinta Laura melakukan tarian yang diiringi empat barong yang bergerak memutar. Bila dibandingkan dengan tarian barong Blitar tradisional, barong biasanya menjadi sosok utama tarian yang berjumlah satu atau dua. Dari sisi aspek latar pendukung pun tidak banyak yang memberikan penguatan pada representasi tarian Barong. Perbandingan ini menandakan bahwa video ini hanya menggunakan identitas barong tanpa representasi tarian sesungguhnya.

Salah satu hal yang menarik dalam video musik Cinta Laura “Markisa” adalah munculnya beberapa cuplikan yang menampilkan Tarian Api. Dalam sejarahnya tarian tradisional Bali, tarian dengan elemen api adalah Tari Kecak. Namun, tarian api yang digunakan dalam video musik ini berbeda jauh dengan praktik yang ada pada Tari Kecak. Pada tarian api yang dipresentasikan dalam video musik ini dimainkan oleh penari wanita yang menggenggam ruji berujung api di

ruas jari mereka. Formasi ini tentunya berlawanan dengan elemen api yang digunakan dalam Tari Kecak pada umumnya yang diperankan oleh penari pria tanpa api di tangan. Membandingkan dengan tarian tradisional yang ada di Indonesia, tari api yang ditampilkan hampir tidak ada memiliki yang memiliki kesamaan melainkan irisan dengan tari Pepe-Pepeka Ri Makka Baine dari Sulawesi Selatan (Astari et al., 2023). Namun tarian Pepe-Pepe Ri Makka Baine memiliki nuansa budaya yang lebih kental pada sisi tata busana juga gerakan tari yang cenderung lebih lambat. Secara historis, esensi penari Pepe-Pepeka Ri Makka Baine adalah laki-laki karena merepresentasikan khalifah dalam agama Islam (Ahmady, 2021). Tak jauh dengan imbas perkembangan Tari Barong yang mengikuti perkembangan hiburan, penari Pepe-Pepeka Ri Makka Baine perempuan pun mulai muncul (Astari et al., 2023). Tari yang ada dalam video musik Cinta Laura “Markisa” seringkali ditemui pada acara hiburan penyambutan tamu hotel maupun tamu tertentu (Fadly, 2019). Ini menunjukkan peran hiburan dalam penggunaan seni tari.

Pembuatan karya periklanan memiliki spesifikasi di mata Bramsky. Menurutnya, bila permintaan pembuatan karya berasal dari agensi periklanan, maka Bramsky hanya tinggal mengeksekusi konsep yang sudah disediakan. Berbeda cerita apabila permintaan pembuatan periklanan datang langsung dari produsen atau merek. Biasanya merek memiliki alasan mengapa meminta Bramsky untuk membuat periklanannya. Dalam sistem seperti ini, Bramsky dapat lebih memanfaatkan kreativitasnya dalam pembuatan karya. Bramsky akan membuat karya untuk produk atau merek dengan karakternya dalam video periklanan. Salah satu periklanan dengan sistem ini adalah merek Realme dengan produk Realme 8 | 8 Pro.



Gambar 3. Cuplikan tari Jawa dengan sentuhan mural dalam video “Realme 8 | 8 Pro”
Sumber: (Bramantya, 2021a)

Video periklanan “Realme 8 | 8 Pro” dari merek Realme ini merupakan salah satu iklan populer yang didirekturi oleh Bramsky. Video berdurasi 50 detik ini sangat jelas membawa beragam kultur sebagai peningkat kesan kekinian dengan memunculkan detail-detail budaya modern seperti papan luncur, sepatu roda hingga representasi musik dansa sebagai daya tarik dari video (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023). Namun dalam video periklanan singkat tersebut, terdapat sekitar tiga detik unsur budaya tradisional ditampilkan setelah budaya-budaya modern ditampilkan. Tiga detik tersebut diisi dengan tarian tradisional Jawa. Adegan tari dilakukan oleh tiga orang dengan latar belakang grafiti yang menyala dalam gelap layaknya fosfor atau fluorescent (Gambar 3). Adegan ini juga disambut dengan musik bernuansa tradisional Jawa, tepatnya musik Gamelan, yang mengalun bahkan hingga adegan tari selesai.

Melihatnya berdasarkan gaya berbusana dan gerakan tari, tarian yang ditampilkan pada video periklanan “Realme 8 | 8 Pro” ini memiliki

irisan dengan tari yang berasal dari Jawa Tengah bagian selatan. Mengamati tata busananya, tiga wanita penari menggunakan pakaian tradisional Jawa yang lengkap, seperti jarik wiron, kemben atau bangkin, sampur, sanggul/gelung, gelang, kalung hingga cunduk mentul (Jazuli & Paranti, 2018).

Namun, gerakan tari tidak sesuai dengan tari Jawa kebanyakan yang memiliki karakter yang halus dan lihai. Tari yang dipertontonkan justru beritme cepat dan bertekanan, berlawanan dengan karakter Tari Jawa. Tari Gambyong merupakan Tari Jawa yang paling mendekati tarian dalam video bila melihat dari esensinya. Bila dilihat dari fungsinya, Tari Gambyong diperuntukkan untuk penyambutan tamu yang pakemnya cenderung dinamis, fleksibel dan nonrepresentatif, baik tata busana, gerakan tari hingga jumlah penari dan ornamen (Jazuli & Paranti, 2018). Eksotisme yang dipertontonkan dalam video pun juga selaras dengan nilai Tari Gambyong yang ditujukan untuk menarik perhatian khalayak luas.



Gambar 4. Cuplikan adegan yang berunsur budaya tradisional dalam video “Sasa To The World”
Sumber: (Bramantya, 2021b)

“Sasa To The World” merupakan video musik yang dibuat Bramsky untuk merek penyedap rasa, Sasa. Video ini merupakan alat pemasaran Sasa yang mengedepankan sisi cita rasa khas Indonesia sebagai nilai jual internasional. Beragam tokoh dimunculkan untuk membangun alur serta mewakili ragam budaya, baik lokal maupun interlokal, yang disetting dalam sebuah studio. Namun dari beragam yang dipertontonkan, porsi kultur Indonesia tidak lebih baik dari dua video yang sebelumnya telah dibahas. Bahkan, unsur budaya tradisional hanya direpresentasikan dengan busana saja, tanpa tarian ataupun musik sebagai penguat nilai.

Dalam video, adegan wanita pemeran hanya duduk santai menyelonjorkan kaki di atas kursi tidur, sedikit berdendang, seakan menikmati minuman di tangannya. Kurang jelas apa minuman dalam gelas yang dipegang oleh pemeran, namun warna putih dan hijau dapat merepresentasikan minuman Cendol, mengingat adegan ini bertujuan untuk menyoroti produk santan dari Sasa yang ditempatkan di meja bundar warna biru langit sebelah kursi tidur. Warna biru langit menebalkan kesan kesegaran yang dimunculkan dengan penggunaan gambar filter pantai bernuansa biru pada *green screen* di bagian belakang.

Nilai budaya tradisional yang dipilih dalam video Sasa “Sasa to The World” adalah pakaian busana adat Bali, Payas Agung (Gambar

5). Payas Agung merupakan pakaian buah akulturasi budaya warisan tradisional asal Kabupaten Buleleng, Bali (Anom Mayun Konta Tenaya, 2022; Aryaputri et al., 2020). Pakaian ini biasanya dikenakan dalam momen seperti pernikahan, upacara kedewasaan, ngaben, upacara potong gigi dan upacara adat lainnya. Walaupun bertemakan pakaian payas agung asal Bali, namun bawahan yang dikenakan bukanlah batik atau kain asal Bali melainkan asal Jawa. Hal ini ditekankan oleh warna kain batik, yakni kecoklatan yang merupakan ciri representasi batik asal Yogyakarta atau Surakarta. Keterbatasan visual membuat identifikasi motif batik menjadi tidak memungkinkan. Memperkuat akulturasi dengan budaya modern, kemeja putih dan sepatu boot hitam dipadukan dengan pakaian payas agung ini. Hibridisasi ini dilakukan oleh Bramsky dengan pertimbangan kevlugaran yang dimodifikasi agar nyaman dipandang.

Setelah memperoleh data mengenai unsur budaya tradisional yang ada pada video karya Bramsky, tahap selanjutnya adalah melakukan pemetaan dengan menggunakan konsep *circuit of culture*. Pemetaan ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana proses konstruksi budaya terjadi dalam konteks ini. Proses pemetaan adalah mengidentifikasi, mengategorisi dan menganalisis sesuai dimensi konsep *circuit of culture*. Dari lima dimensi yang dikemukakan dalam konsep *circuit of culture*,

hanya terdapat empat yang dapat diuraikan dalam penelitian ini dengan alasan keterbatasan informasi yang ada di lapangan.

Produksi

Melihat unsur produksi dari tiga video sampel, subjektivitas Bramsky sebagai sutradara menjadi hal yang dikemukakan. Bila merujuk data-data yang didapatkan dalam penelitian, terdapat beberapa agen yang menjadi penentu produksi video musik Cinta Laura “Markisa,” Bramsky sebagai sutradara, Yoga Pratama sebagai desainer, Cinta Laura sebagai pemilik musik dan video serta peran-peran pendukung seperti koreografer dan pengarah. Alur penciptaan dimulai oleh permintaan produksi oleh pihak Cinta Laura pada Bramsky. Setelah rancangan Bramsky telah disetujui oleh Cinta Laura, agen pelaksana menjalankan tugasnya masing-masing dengan sesuai konsep rancangan. Sejak awal, Bramsky memang telah menawarkan video yang berisikan *scene* dengan unsur budaya sebagai daya tarik untuk Cinta Laura (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023; Ramadhan, 2021). Sehingga unsur kebudayaan tradisional dalam video ini dirancang dengan terencana dan terstruktur.

Hasil akhir video musik Cinta Laura “Markisa” menunjukkan ragam unsur kebudayaan tradisional dengan terkesan terkini. Video ini tidak bermaksud untuk menjadikan budaya tradisional sebagai tema utama, melainkan hanya mengambil unsur budaya tradisional sebagai daya tarik dan diferensiasi. Menyardingkan unsur budaya tradisional dengan unsur budaya modern yang membuat video ini kaya nilai budaya. Namun, unsur budaya tradisional dalam video ini hanya berfokus pada bagian pendukung video. Penggunaan Barong dan tari api hanya digunakan sebagai tari latar dalam video. Proses pemilihan desain busana pun menjadikan warna kuning sebagai keutamaan, sehingga unsur budaya tradisional terlihat sangat minor. Pada Gambar 1, ornamen tradisional dalam busana hanya dijadikan sebagai pemanis

yang menguatkan konsep kuning dari buah “Markisa.” Dari sisi musik, walaupun diakui bahwa Cinta Laura menggunakan beragam alat musik, namun dengan *genre electronic dance music*, nomor ini tidak memiliki alunan yang kental dengan musik tradisional. Bahkan visual musik yang ditampilkan dalam video bukanlah tradisional melainkan sekelompok *marching band* yang menggunakan busana penuh warna modern. Fakta ini menguatkan bahwa unsur budaya tradisional tidak mendapatkan porsi mumpuni tetapi memiliki peran yang pas dalam video musik Cinta Laura “Markisa.”

Batasan kuantitas juga terasa pada video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World.” Kedua video tersebut hanya menunjukkan unsur budaya tradisional tidak lebih dari lima detik. Tiga detik video “Realme 8 | 8 Pro,” memperlihatkan tari kebudayaan tradisional Jawa dicampurkan dengan unsur warna visual *fluorescent* yang modern. Dalam video, unsur ini memiliki *stopping point* yang tinggi, karena cuplikan hadir setelah mempertontonkan deretan budaya bernuansa kebaratan. Cuplikan juga diperkuat dengan gerakan tari yang tegas dan iringan musik gamelan sehingga memungkinkan untuk lebih diperhatikan. Sedangkan pada video “Sasa To The World,” penekanan pada adegan kurang dimaksimalkan sehingga perhatian hanya dapat direnggut melalui visual saja, tidak ada tarian atau musik yang khusus. Hal ini mengindikasikan perbedaan perlakuan atau ketidakkonsistenan dalam produksi unsur budaya tradisional karya Bramsky.

Konsumsi

Rendahnya minat khalayak terhadap budaya tradisional saat ini memantik Bramsky untuk kembali memopulerkannya (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023). Hibridisasi, atau penggabungan budaya, merupakan cara jitu Bramsky untuk kembali meningkatkan pamor budaya tradisional di khalayak. Menurut Bramsky, khalayak Indonesia saat ini banyak menggemari budaya luar negeri,

walaupun budaya tradisional Indonesia lebih menarik di mata internasional (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023). Dengan hibridasi budaya, Bramsky dapat menguatkan kembali budaya tradisional dengan membalutnya dalam video populer yang modern.

Budaya Indonesia saat ini sudah banyak dimasuki budaya dari luar negeri, masyarakat tercampur lebih melihat budaya dari luar dibanding di Indonesia. Padahal, banyak budaya yang menarik untuk dipelajari dan dipromosikan ke seluruh dunia (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023).

Bramsky mencoba untuk memasukkan unsur budaya tradisional bila memungkinkan. Tiga video karya Bramsky yang diangkat dalam penelitian ini merupakan contoh bagaimana Bramsky berusaha untuk memasukkan unsur budaya tradisional dalam karyanya. Upaya ini dipengaruhi oleh permintaan klien terhadap video. Bramsky akan dapat menuangkan unsur budaya tradisional, serta ciri khas atau personal branding, yaitu *tone* warna yang *gloomy* dengan penggabungan unsur budaya (tidak hanya tradisional) yang kental, apabila klien memberikan ruang lebih untuk Bramsky berkreasi.

Bramsky mengakui bahwa pemanfaatan unsur budaya tradisional bergantung pada konsep video yang diusung. Sedangkan pembuatan konsep utamanya tidak berdasarkan pakem atau landasan tradisional. Alasan konsumsi populer tentu menjadi pertimbangan mengingat video ditujukan untuk kalangan umum. Budaya populer menjadi aspek utama yang dalam video. Lagu RnB dengan koreografi modern pada video “Markisa” dari Cinta Laura serta beragam unsur budaya populer dunia di video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World.” Meskipun begitu, Bramsky menganggap unsur budaya tradisional yang diangkatnya sudah cukup “mewah.” Artinya, budaya tradisional belum memiliki nilai jual tayangan yang tinggi di mata khalayak populer secara luas.

Regulasi

Dampak regulasi berdasar video Bramsky dapat dikatakan belum terlihat atau belum signifikan. Video hibridasi karya Bramsky merupakan kontribusi kecil dalam mengembangkan tren budaya tradisional. Langkah ini tentunya merupakan gestur yang baik dalam menguatkan lagi kekhasan Indonesia di tengah globalisasi budaya, selaras dengan Pasal 32 Ayat 1 Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945. Sayangnya, walaupun pasal tersebut telah diturunkan dalam undang-undang dan peraturan lainnya, kegiatan pelestarian budaya dari konteks industri hiburan belum menjadi persyaratan. Sehingga kontrol pemerintah dalam mengarahkan budaya dalam pelestarian budaya tradisional terbilang minim. Karya Bramsky dapat menjadi pemantik dalam regulasi penggunaan budaya tradisional dalam karya hiburan populer.

Identitas

Berbicara mengenai identitas, video karya Bramsky cenderung kental mengingat unsur budaya tradisional menjadi sorotan. Video musik Cinta Laura “Markisa” membawa seabrek identitas, sedangkan pada video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World” kecil jumlahnya. Tari Barong menjadi identitas budaya tradisional yang paling kental direpresentasikan dalam Video Cinta Laura “Markisa.” Menurut Bramsky, bagian ini merupakan hal yang paling menarik dalam video ini dengan alasan belum masif atau bahkan belum pernah diangkat dalam video musik populer (). Sedangkan dalam video lainnya, Bramsky mengaku menuangkan budaya tradisional sebagai ekspresi yang menunjukkan identitasnya sebagai “*wong ndeso*,” yang berarti orang pedesaan ((R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023)). Dengan tujuan tersebut, identitas budaya tradisional pada video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World” tidak dibuat lengkap.

Identitas Tarian Barong pada video “Markisa” pun tidak bisa dikatakan proporsional. Tari Barong atau Barongan pada realitanya memang memiliki banyak pengembangan yang bersifat sporadis. Namun pengembangan tersebut masih menggunakan pakem dasar Tari Barong, seperti peran, cerita dan filosofi dari Barong itu sendiri. Oleh karena itu, unsur tradisional pada video ini terbilang pincang. Sayangnya, Tari Barong maupun unsur tradisional lainnya diterapkan hanya dengan pertimbangan hiburan dan pelengkap. Penerapan unsur budaya dimasukkan tanpa memperhatikan pakem yang ada dalam Tari Barong, baik secara filosofis maupun peran. Pakem budaya idealnya menjadi perhatian dalam penerapan unsur budaya agar identitas budaya tidak dianggap sebagai komoditas hiburan semata.

Representasi

Dalam video karya Bramsky, hampir semua unsur budaya tradisional mengalami hibridisasi dengan unsur budaya modern atau populer. Video Cinta Laura “Markisa” menunjukkan hibridisasi yang cukup masif dan eksplisit. Seperti busana dengan tema modern yang menggunakan unsur budaya tradisional dan Tari Barong yang mendukung koreografi musik RnB yang modern. Sentuhan unsur budaya tradisional menjadi diferensiasi dan keunikan yang menarik (Solehudin et al., 2023). Hibridisasi juga terasa pada video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World” seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Motif Bramsky bukan hanya agar video memiliki daya tarik tersendiri, tetapi inisiasi hibridisasi ini juga didasari oleh kecintaannya terhadap budaya tradisional Jawa dan Bali. Kiprah Bramsky di kancah hiburan modern dan kecintaannya terhadap budaya tradisional menghasilkan karya yang khas juga memikat.

“Budaya yang ingin diangkat yaitu modern (yang) dicampur dengan menyelipkan budaya Jawa. Konsep ini (dibuat karena) kebetulan aku memang

orang yang sangat mencintai budaya Indonesia, khususnya Jawa dan Bali. Jadi aku menyelipkan budaya Jawa yang bisa dipadupadankan dengan budaya modern saat ini. Selain itu, budaya Jawa yang ada di video musik ini bisa menjadi salah satu pengenalan dan mempromosikan budaya Indonesia kepada orang-orang yang melihat video musik tersebut.” (R. Bramantya, personal communication, August 29, 2023)

Penggalan-penggalan unsur budaya tradisional dalam karya Bramsky dapat diinterpretasikan secara gamblang oleh khalayak. Bagi khalayak populer yang awam dengan budaya tradisional, fleksibilitas dan keluwesan budaya tradisional yang disajikan dapat diserap oleh khalayak. Di satu sisi, hal ini dapat dianggap positif dengan pengenalan atau menarik minat khalayak populer pada budaya tradisional. Namun representasi unsur budaya tradisional yang tidak lengkap dapat diilhami oleh khalayak sebagai aspek “main-main.” Artinya, khalayak dapat menganggap bahwa budaya tradisional dapat digunakan secara bebas tanpa pakem tertentu. Beberapa budaya tradisional mungkin tidak harus selalu patuh dengan pakem. Tetapi bila melihat pada realita budaya tradisional khususnya Indonesia, latar belakang penerapan unsur budaya perlu mempertimbangkan nilai-nilai tertentu, seperti struktur, filosofi hingga kepercayaan. Menerapkan pakem utama dari unsur atau kesenian budaya tradisional merupakan langkah preventif agar representasi sesuai dengan akar budaya.

Porsi unsur budaya tradisional yang minim dalam video karya Bramsky adalah faktor potensial ketidaklengkapan pakem budaya. Keterbatasan durasi menjadikan ruang untuk unsur budaya tradisional dalam video “Realme 8 | 8 Pro” dan “Sasa To The World” menjadi minim. Sehingga tidak banyak objek yang dapat diinterpretasikan oleh khalayak yang representatif. Sedangkan pada video Cinta Laura “Markisa,” walaupun durasi bukan batasan,

penggunaan unsur budaya yang beragam menjadi hambatan kelengkapan representasi, baik unsur budaya tradisional maupun modern. Kekayaan nilai yang diinput dalam video bahkan dapat menandakan diversitas atau heterogenitas.

Hibridisasi juga menjadi poin yang perlu disorot dalam video karya Bramsky. Setidaknya ada tiga objek hibridisasi yang dilakukan oleh Bramsky. Pertama adalah dari sisi *fashion* atau tata konseptual secara keseluruhan. Contoh hibridisasi ini adalah penggunaan objek busana dengan konsep kekinian yang dikolaborasikan dengan busana yang memiliki unsur budaya tradisional. Contoh lainnya, kemeriahan yang ditunjukkan dalam video Cinta Laura “Markisa” dihasilkan atas unsur budaya tradisional dan modern yang muncul berselingan dan terpadu. Hibridisasi ini menunjukkan bahwa abstraksi percampuran budaya ini dapat dikemas secara menarik dengan sentuhan kreativitas, yang dalam konteks ini, tidak dalam derajat yang sulit. Bramsky hanya mencampurkan dan menata unsur budaya agar pas untuk dipandang. Ini juga tertuang pada hibridisasi dari sisi kesenian, tari secara lebih spesial. Dua video sample menerapkan percampuran ini. Tari Barong yang dijadikan sebagai tari latar penyanyi, atau tarian Jawa yang dihadirkan secara *stand out* dalam video berisikan budaya modern. Pakem tradisional dari tari pun absen dalam video-video Bramsky yang kian menegaskan bahwa penerapan budaya tradisional dalam video tidaknya memerlukan rentetan prosesi prasyarat. Dan yang ketiga adalah hibridisasi dalam kesenian visual. Bramsky berani menggabungkan unsur tradisional dengan pelengkap visual yang modern. Tarian Jawa yang ada dalam video “Realme 8 | 8 Pro” dikemas dengan sorotan warna *fluorescent* kontras serta sentuhan *mural* modern. Hibridisasi ini mengesankan unsur tradisional yang lebih mudah untuk dikonsumsi masyarakat saat ini, terutama kaum muda.

Representasi unsur budaya tradisional dalam karya Bramsky tentunya tidak bebas bias. Praktik dan prosesi budaya tradisional saat ini bukan hanya sebagai tontonan hiburan

semata seperti apa yang dikesankan dalam karya Bramsky dengan hibridisasi nilai budaya. Bramsky tidak dapat merepresentasikan keutuhan dan kesakralan unsur budaya tradisional yang masih dianut di beberapa kontekstual penerapan. Absennya riset dengan observasi langsung pra pembuatan karya menjadikan nilai budaya tradisional belum sepenuhnya dijiwai. Pengalaman dan kreativitas Bramsky belum cukup untuk merepresentasikan kompleksitas budaya tradisional dengan bukti penggunaan beberapa objek budaya yang kurang pas dan kurang efektif. Tetapi perlu digaris bawahi, efektivitas representasi budaya tradisional yang diangkat oleh Bramsky masih perlu pendalaman lebih lanjut.

Simpulan

Mengemas unsur budaya tradisional dengan balutan budaya populer, menjadi langkah Bramsky memopulerisasikan budaya tradisional Indonesia. Bramsky berkesempatan menuangkan unsur budaya tradisional dalam tiga karyanya, video musik Cinta Laura “Markisa,” video pemasaran “Realme 8 | 8 Pro” dan video pemasaran “Sasa To The World.” Walaupun secara proporsi dan durasi tidak bisa dibilang banyak, tetapi pada video Cinta Laura “Markisa” dan “Realme 8 | 8 Pro,” unsur budaya tradisional cukup menonjol. Dalam video Cinta Laura “Markisa,” unsur budaya tradisional dituangkan dengan riuh dan kaya ragam. Perpaduan atau hibriditas dengan unsur budaya modern pun meningkatkan daya unik dari video ini. Sebaliknya, tidak ada ragam unsur budaya tradisional pada video “Realme 8 | 8 Pro,” tetapi penataan alur memungkinkan unsur budaya tradisional *stand out*. Sedangkan pada video “Sasa To The World,” tanda unsur budaya tradisional terasa minim dan halus. Secara keseluruhan, Bramsky menyajikan unsur budaya tradisional yang ramah bagi mata khalayak umum dan populer.

Salah satu yang membuat penyajian unsur budaya tradisional yang sesuai dengan

ranah populer adalah hibridisasi nilai. Unsur budaya tradisional dengan berani diakulturisasikan dengan nilai atau unsur budaya modern sehingga menciptakan buah karya baru yang menebalkan diferensiasi karya. Dalam video Cinta Laura “Markisa” tarian budaya tradisional, yaitu Tari Barong, mengisi latar koreografi modern yang bertemakan musik RnB sebagai basisnya. Walaupun eksistensinya tipis, unsur busana budaya tradisional juga membalut pakaian pemeran yang bertema modern. Tarian Jawa dicampurkan dengan nilai budaya modern yang menghasilkan gerakan tari yang lebih bertekanan serta sorotan cahaya *fluorescent* bermural membungkus adegan tarian dalam video “Realme 8 | 8 Pro.” Sedangkan, pada video “Sasa To The World,” pemeran terlihat menggunakan kemeja dan sepatu boots pada kebaya yang dikenakannya. Dengan hibridisasi, Bramsky dapat mengemas unsur budaya tradisional secara lebih kreatif yang mudah untuk dikonsumsi oleh khalayak modern. Tentunya, penerapan hibridisasi ini bermotifkan visi Bramsky untuk memproklamirkan kembali seni dan budaya tradisional Indonesia yang mulai pudar.

Kesakralan prosesi unsur budaya yang diangkat Bramsky dalam karyanya adalah aspek yang dikorbankan dalam proses populerisasi dan hibridisasi ini. Seluruh unsur budaya tradisional yang diambil tidak memperhatikan prosesi yang ada dalam realitas. Tari Barong yang tampil dalam video Cinta Laura “Markisa” dijadikan pemeran pendukung tanpa pakem yang diterapkan, seperti jumlah, prosesi dan peran yang seharusnya ada dalam Tari Barong. Begitupun juga dengan unsur budaya tradisional lainnya yang diangkat oleh Bramsky dalam karyanya. Tetapi, legalitas pemangkasan prosesi dalam konteks ini memerlukan referensi dan kajian lebih lanjut.

Fakta di mana Bramsky berhasil menuangkan unsur budaya tradisional pada karya dengan khalayak target umum dan populer merupakan upaya yang perlu diapresiasi. Di tengah surutnya minat pasar hiburan dengan budaya tradisional, Bramsky paling tidak

telah menunjukkan usaha yang signifikan dalam membangkitkan lagi nilai-nilai ini di saat gempuran budaya global saat ini. Jumlah penonton yang terdata dalam *platform* menunjukkan angka yang baik, menandakan apa yang diterapkan Bramsky telah berada di jalan yang benar. Artinya, karya Bramsky yang menggunakan unsur budaya tradisional, apabila memfokuskan pada tujuan memopulerkan budaya tradisional, dapat dijadikan rujukan bagi kreator konten lainnya untuk menunjukkan identitas kebangsaan tanpa mendapatkan kesan yang kuno.

Daftar Pustaka

- Acri, A. (2020). Theory vs. Philology in the Study of Balinese Culture, Religion, and Ritual. *Archipel*, 100, 199–216. <https://doi.org/10.4000/archipel.2141>
- Ahmady, I. (Director). (2021, March 10). *PEPE - PEPEKA RI MAKKA - TARIAN LANGIT YANG MEMBUMI*. https://www.youtube.com/watch?v=rNlqUduqj8k&t=443s&ab_channel=MitologiBumiSulawesi-APZProduction
- Anom Mayun Kanta Tenaya. (2022). Classic Jewelry Aesthetics on Payas Agung Badung. *Lekesan: Interdisciplinary Journal of Asia Pacific Arts*, 5(1), 15–25. <https://doi.org/10.31091/lekesan.v5i1.1987>
- Aryaputri, N. T. R., Arimbawa, I. M. G., & Ruspawati, I. A. W. (2020). Akulturasi dan Nilai-nilai Estetika Dalam Busana Payas Agung Ningrat Buleleng Di Puri Kanginan Singaraja. *PRABANGKARA Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(1), 24–34.
- Astari, A. T. J., Cahyono, A., & Malarsih, M. (2023). The contribution of Sanggar Siradjuddin Gowa as a Developer of Traditional Dance Arts in the Context of Community-Based Arts Education. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 2869–2875.
- Aswan, D. T. (2022, December 28). Biodata Cinta Laura, Karier, Prestasi, Asal Keluarga, Kontroversi, Sempat Hiatus Lalu Comeback. *Tribunnews Sultra*. <https://>

- sultra.tribunnews.com/2022/12/28/biodata-cinta-laura-karier-prestasi-asal-keluarga-kontroversi-sempat-hiatus-lalu-comeback
- Azizah, S. (2022). Eksplorasi Etnomatematika pada Kesenian Reog Bulkiyodi Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. *EDUPEDIA*, 1(1), 24–34.
- Bandem, I. M. (1983). *Ensiklopedi Tari Bali*. Akademi Seni Tari Indonesi (ASTI).
- Beratha, N. L. S., Sukarini, N. W., & Rajeg. (2016). Hibridisasi Seni Kerajinan Patung di Desa Kedisan, Bali. *Urnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 6(2), 177–194.
- Bonelli, M. A., Petruccelli, G., SudárioMelo, L., Felice, M. D. S. B. S., Carlos, D. M., & Wernet, M. (2023). Circle of culture in supporting the identity process of adolescents: An action research. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 44, e20220246. <https://doi.org/10.1590/1983-1447.2023.20220246.en>
- Bramantya, R. (2023, August 29). [Telephone].
- Bramantya, R. (2021a, April 7). *Realme 8 | 8 Pro 108MP. Capture Infinity. #8etter108MP*. <https://www.youtube.com/watch?v=ndprXmP21hw>.
- Bramantya, Raditya. (2021b, March 10). *SASA TO THE WORLD | OFFICIAL MUSIC VIDEO*. <https://www.youtube.com/watch?v=vQqsZjNagJs>.
- Bramantya, Raditya. (2021, September 3). *Cinta Laura Kiehl - Markisa (Official Music Video)*. <https://www.youtube.com/watch?v=gyW35w1mIEo>.
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Dana, I. W. (2011). *Paruman barong di pura pucuk padang dawa, Baturiti Tabanan: Perspektif kajian budaya*. BP ISI Yogyakarta.
- Doi, C. (2018). LOCAL MUSIC COLLECTIONS IN CULTURAL HERITAGE INSTITUTIONS. *Fontes Artis Musicae*, 65(4), 199–229. JSTOR.
- du Gay, P. (2013). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman* (Second edition). Sage Publications.
- Fadly, I. (2019, December 10). *Tari Pepe-pepe Ka Ri Makkah* [Commercial]. Travelink. <https://travelinkmagz.com/2019/12/tari-pepe-pepe-ka-ri-makkah/>
- Fauziah, N. (2016). Upacara Grebeg Gethuk Ing Magelang. *Bening*, 1(2), 67–76.
- Finaka, A. W. (2018, November 1). *Positif Negatif Media Sosial di Era Digital* [Governance Program]. Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/infografis/positif-negatif-media-sosial-di-era-digital>
- Forman-Katz, N. (2023, February 13). *For World Radio Day, key facts about radio listeners and the radio industry in the U.S.* [Research Center]. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2023/02/13/for-world-radio-day-key-facts-about-radio-listeners-and-the-radio-industry-in-the-u-s/#:~:text=That%20year%2C%2083%25%20of%20Americans,of%20the%20U.S.%20coronavirus%20outbreak.>
- Fuchs, C. (2022). *Digital Capitalism*. Routledge.
- Götting, M. C. (2022). *U.S. media use: Time spent listening to the radio 2015-2020*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/761889/daily-time-spent-radio/>
- Gripsrud, J. (Ed.). (2010). *Relocating television: Television in the digital context*. Routledge.
- Hall, E. T. (1989). *Beyond culture* (Anchor Books ed). Anchor Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies* (pp. 63–87). Hutchinson.
- Hall, S. (2003). The Work of Representation. In S. Hall (Ed.), *Representation*. Sage Publications.
- Hamzuri, H., & Siregar, T. R. (1997). *Untaian Manik-Manik Nusantara*. Proyek Pembinaan Permuseuman.
- Hayes, D., & Lawless, J. L. (2021). *News Hole: The Demise of Local Journalism and Political Engagement* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108876940>
- Hermingrum, S. (2017, January 5). Transglobal Culture: Hybrid Food and Cultural Identity. *The IAFOR International Conference*

- on Arts & Humanities – Hawaii 2017 Official Conference Proceedings. The IAFOR International Conference on Arts & Humanities, Hawaii.
- Holmes, D. (2009). New Media Theory. In S. Littlejohn & K. A. Foss (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage.
- Holmgren, R. J., & Spertus, A. E. (1989). *Early Indonesian textiles from three island cultures: Sumba, Toraja, Lampung*. Metropolitan Museum of Art : Distributed by Harry N. Abrams.
- Huda, M. J. N. (2009). *Imajinasi identitas sosial komunitas Reog Ponorogo*. Tips.
- Inkiriwang, A., & Winter, R. E. I. (2014). CULTURAL HYBRIDITY TOWARDS AN UPWARD MOBILITY: IMPLICATIONS OF THE AMERICAN MEDIA AND AMERICAN CORPORATE CULTURE IN INDONESIA. *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.22146/rubikon.v1i2.34210>
- Jasadipura, R. Ng. (1938). *Babad Giyanti jilid XIV*. Balai Pustaka.
- Jazuli, M., & Paranti, L. (2018). *Tari dan Musik Tradisional Jawa Tengah: Sebuah Konservasi Seni Budaya Bangsa*. Fahrisma Indonesia.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism Geographies*, 5(3), 305–328. <https://doi.org/10.1080/14616680309715>
- Karmila, M. (2010). *Ragam kain tradisional Nusantara: Makna, simbol, dan fungsi*. Bee Media.
- Kemp, S. (2023). *THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023* [Digital Report]. We Are Social. <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Khotimah, K., Setyawan, K. G., Prasetya, S. P., & Segara, N. B. (2021). Upaya Perwujudan Nilai-Nilai Pada Siswa Melalui Upacara Grebeg Pancasila Di Kota Blitar: Indonesia. *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(2), 85–96. <https://doi.org/10.36456/p.v1i2.4479>
- Kidd, J. (2016). *Representation*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Koentjaraningrat. (1990). *Kesenian Tradisional*. Surya Pena.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswami, C. (2008). User-Generated Content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10–11. <https://doi.org/10.1109/MPRV.2008.85>
- Losada, N., & Mota, G. (2019). “Slow down, your movie is too fast”: Slow tourism representations in the promotional videos of the Douro region (Northern Portugal). *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.007>
- Louise, L. (2022, December 29). *The Best of Balinese Culture: Where to experience Bali’s unique art, food, traditions and off-the-beaten-track tours* [Travel Blog]. Honeycombers. <https://thehoneycombers.com/bali/balinese-culture-food-art-ceremonies/>
- Lundén, K. (2009). The Death of print. *The Challenges and Opportunities Facing the Print Media on the Web*.
- Masrour, M. R. (2016). Whose Culture is Represented in English for Business Purpose Course Books in Iran: Center or Circle Englishes? *Iranian Journal of Language Issues*, 2(1). https://ijli.uoz.ac.ir/article_53945.html
- Mijianti, Y., Widodo, S. T., & Rohmadi, M. (2022). The Diversity of Traditional Ceremonies of Javanese among Pandalungan Community. *Proceedings of the 1st International Conference of Humanities and Social Science, ICHSS 2021, 8 December 2021, Surakarta, Central Java, Indonesia*. Proceedings of the 1st International Conference of Humanities and Social Science, ICHSS 2021, 8 December 2021, Surakarta, Central Java, Indonesia, Surakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2021.2322816>
- Naab, T. K., & Sehl, A. (2017). Studies of user-

- generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10), 1256–1273.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (Second edition). SAGE.
- Nielsen, R. K., Gorwa, R., & Buning, M. de C. (2019). *What Can Be Done? Digital Media Policy Options for Strengthening European Democracy* (p. 44). Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-11/What_Can_Be_Done_FINAL.pdf
- O’Sullivan, J., Fortunati, L., Taipale, S., & Barnhurst, K. (2017). Innovators and innovated: Newspapers and the postdigital future beyond the “death of print.” *The Information Society*, 33(2), 86–95. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1289488>
- Prastyawan & Sulbi. (2020). BARONGAN KEDIRI BERKINETIK SEBAGAI IDE DASAR PENCIPTAAN KARYA KRIYA KAYU. *Jurnal Seni Rupa*, 8(1), 104–110.
- Purwanto. (2012). Gunungan Kakung dan Gunungan Putri dalam Upacara GrebegKeraton Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat (Perspektif Agama Hindu). *Jurnal Lampuhyang*, 3(1), 1–17.
- Ramadhan, I. (Director). (2021, August 9). *Cinta Laura Bocorin Makna Lagu “MARKISA.”* <https://www.youtube.com/watch?v=9acan-0suHQ&pp=ygUTY2ludGEgbGF1cmEgbWFya2lzYQ%3D%3D>
- Ramanta, H., & Samsuri, S. (2020). The Values of Local Wisdom of Minangkabau Culture in a Baralek Gadang Traditional Wedding. *Humaniora*, 11(3), 193–201. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v11i3.6625>
- Rosário, A., Raimundo, R., & Cruz, R. (2022). Social Media Analytics and Innovation in a Digital Society: A Literature Review. In M. J. Sousa & C. G. Marques (Eds.), *Innovations and social media analytics in a digital society* (pp. 20–43). CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Rozal, J. F., Monteiro, E. M. L. M., Marinus, M. W. D. L. C., & Santos, T. A. (2023). Circle of Culture and permanent education for transformation of professional practice: An integrative review. *Ciência & Saúde Coletiva*, 28(11), 3215–3215. <https://doi.org/10.1590/1413-812320232811.16782022en>
- Samuels, R. (2021). *Generation X and the rise of the entertainment subject*. Lexington Books.
- Santyaningtyas, A. C., & Noor, M. Z. M. (2016). Preserving of Traditional Culture Expression in Indonesia. *Asian Social Science*, 12(7), 59. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n7p59>
- Schroeder, R. (2021). Digital Media and The Globalizing Spread of Populism. In D. Y. Jin (Ed.), *The Routledge handbook of digital media and globalization* (pp. 179–187). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Shaker, L. (2014). Dead Newspapers and Citizens’ Civic Engagement. *Political Communication*, 31(1), 131–148. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.762817>
- Sida Arsa, I. K., Ary Widiastini, N. M., & Mertanadi, I. M. (2022). The Existence of Imported Fruit in Contemporary Rituals in Pandemic. *International Journal of Innovation in Management, Economics and Social Sciences*, 2(4), 89–96. <https://doi.org/10.52547/ijimes.2.4.89>
- Solehudin, A., Fathama, A., & Aryani, N. P. (2023). Pemanfaatan Tari Kecak Sebagai Ekonomi Kreatif Untuk Peningkatan Perekonomian Daerah. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora*, 1(01).
- Stenberg, M. (2022, June 29). *Report Details the Expansion of News Deserts Across the US* [Mass media]. Adweek. <https://www.adweek.com/media/report-details-the-expansion-of-news-deserts-across-the-us/>
- Sujana, I. M. (2020). DINAMIKA MASYARAKAT KONSUMTIF BALI DALAM UPACARA AGAMA (GEBOKAN PERSPEKTIF EKONOMI). *Majalah Ilmiah Widayacakra*, 3(2), 46–54.
- Sweney, M. (2022, August 17). *Younger viewers shun traditional TV channels as 90% opt for streaming services* [News]. The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2022/aug/17/younger-viewers->

- shun-traditional-tv-channels-as-90-opt-for-streaming-services
- Tan, G. K. S., Lim, S. S., & Kheng, R. (2021). Lethal, Viral, Global: The Role of Mobli Media and the Growing International Scourge of Fake News. In D. Y. Jin (Ed.), *The Routledge handbook of digital media and globalization* (pp. 188–197). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Twenge, J. M. (2019). More Time on Technology, Less Happiness? Associations Between Digital-Media Use and Psychological Well-Being. *Current Directions in Psychological Science*, 28(4), 372–379. <https://doi.org/10.1177/0963721419838244>
- Tylor, E. B. (1958). *Primitive Culture*. Harper.
- Utami, D., Andayani, A., Sumarwati, S., & Saddhono, K. (2019). Value of Character Education in Grebeg Saparan Traditional Ceremony of Cukilan Village. *Proceedings of the Proceedings of the 1st Seminar and Workshop on Research Design, for Education, Social Science, Arts, and Humanities, SEWORD FRESSH 2019, April 27 2019, Surakarta, Central Java, Indonesia*. Proceedings of the 1st Seminar and Workshop on Research Design, for Education, Social Science, Arts, and Humanities, SEWORD FRESSH 2019, April 27 2019, Surakarta, Central Java, Indonesia, Surakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.27-4-2019.2286939>
- Vaismoradi, M., Jones, J., Turunen, H., & Snelgrove, S. (2016). Theme development in qualitative content analysis and thematic analysis. *Journal of Nursing Education and Practice*, 6(5), p100. <https://doi.org/10.5430/jnep.v6n5p100>
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content Analysis: A Flexible Methodology. *Library Trends*, 55(1), 22–45. <https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>
- Williams, R. (1958). *Culture and society 1780-1950*. Chatto & Windus.
- Wiratmo, L. B. L. M. di I. (2012). Literasi Media Berbasis Komunitas. In *Gerakan Literasi Media di Indonesia* (pp. 31–46). Rumah Sinema.
- Wita, A., & Apip, A. (2020). Theatre Excursion: Circuit of Culture of Production and Consumption of Traditional Theatre. *Panggung*, 30(3). <https://doi.org/10.26742/panggung.v30i3.1176>
- Wyatt, S. (2021). Metaphors in critical Internet and digital media studies. *New Media & Society*, 23(2), 406–416. <https://doi.org/10.1177/1461444820929324>
- Wyrwoll, C., & Wyrwoll, C. (2014). *User-generated content*. Springer.
- Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish* (Second edition). The Guilford Press.