



BAB IV

PEMBAHASAN

Bab ini berisi beberapa bagian, pertama berisi khusus mengenai pernyataan kultural yang ingin disampaikan oleh JFC, terbagi ke dalam poin-poin antara lain asal mula ide JFC; jaringan JFC dengan pihak-pihak di luar JFC; JFC dan konstruksi baru identitas Kota Jember. Bagian dua, merupakan sub bab yang khusus menulis tentang representasi identitas Kota Jember. Menjelaskan asal mula pembentukan Kota Jember, konstruksi identitas Kota Jember. Bagian ketiga, berisi tentang konstruksi pemberitaan media mengenai JFC dan Kota Jember. Pembahasan sub bab ini terdiri dari konstruksi identitas media terhadap JFC dan identitas Kota Jember; relasi yang muncul dan setiap pemberitaan JFC, identifikasi kepentingan media dalam pemberitaan JFC. Terakhir, bagian yang berisi sintesa dari semua temuan, diskusi antar temuan dengan teori dan implikasi teoritis yang dihasilkan.

4.1 Pernyataan Kultural *Jember Fashion Carnaval*

4.1.1 Asal Mula Ide *Jember Fashion Carnaval*

Jember Fashion Carnaval atau JFC merupakan sebuah karnaval yang diilhami oleh *fashion week* rumah-rumah mode di Eropa. Sejarah tercetusnya ide

JFC bermula pada tahun 1998, Suyanto kakak pertama Dynand Fariz mendapat pensiun dini, kemudian membeli sebuah bangunan di perumahan Gunung Batu Permai Jember. Pada saat itu, pak Suyanto berniat membuka usaha sendiri dan bersamaan dengan itu pulanglah Dynand Fariz dari sekolah mode di Paris. Dengan mengkolaborasi modal dari Pak Suyanto dan keahlian dari Dynand Fariz dibukalah sebuah rumah mode yang diberi nama *Dynand Fariz International High Fashion Center*, sebuah rumah mode yang diilhami oleh desain rumah-rumah mode di Eropa.

Kemudian dalam perjalanannya, *Dynand Fariz international High Fashion Center* berusaha memakai tradisi rumah mode di Eropa, salah satunya adalah mengadakan *fashion week* di mana semua karyawan diwajibkan untuk memakai busana yang sedang trend di dunia saat itu. Seperti disampaikan oleh Suyanto,

Karyawan saya selama seminggu memakai kostum yang sedang *ngetrend* saat ini. Misalnya *army*, semua karyawan sejak berangkat dari rumah mereka memakai baju *army*. Kemudian setelah kita lihat mengapa hanya dari rumah ke kantor, akhirnya kita coba memakai kostum tersebut di jalan-mulanya dari jalan belakang bangunan ini keliling sampai Jalan Trunojoyo, akhirnya lama-lama ketagihan.²²

Setelah beberapa kali mengadakan *fashion week*, akhirnya para karyawan mengusulkan untuk tampil di alun-alun, hal ini didasarkan oleh pertimbangan, sayang jika busana yang telah mereka rancang hanya dipakai di rumah mode Dynand Fariz atau hanya dipakai selama perjalanan dari rumah ke kantor saja, para karyawan mengusulkan sebaiknya tampil di alun-alun kota Jember. Kemudian diputuskan untuk tampil berparade di alun-alun kota Jember yang diikuti oleh 50 orang, terdiri dari karyawan rumah mode Dynand Fariz, karyawan Salon Karisma dan sisanya karyawan Dyfa Salon.

Mulanya saat itu hanya 50 orang saja karyawan kita itu termasuk, karyawan rumah mode, kemudian karyawan salon saya, salon karisma dan karyawan adik saya. *Sound systemnya* dinaikkan becak waktu itu.

²² Hasil wawancara 13 Maret 2010.

Jam 5 pagi kita sudah ada di alun-alun Jember. Pada saat itu di alun-alun pada hari Minggu orang banyak yang olah raga, jalan-jalan, bahkan suara musik dari senam lebih keras, sehingga *sound system* kita yang waktu itu hanya kecil terdengar hanya sayup-sayup. Yang menariknya kemudian kita dikira demo. Bahkan ada ditulis sama Radar Bromo saat itu, judulnya “Dikira Demo ternyata Karnaval”. Pada saat itu banyak sekali yang menonton semua orang di alun-alun menonton kita, dari situlah kemudian kita evaluasi dan kita rencanakan kenapa tidak kita membuat acara karnaval yang lebih terkonsep dan terencana.²³

Barulah kemudian Dynand Fariz, Suyanto dan para karyawannya memutuskan untuk tampil di depan publik yang lebih luas dan menghasilkan ide membuat karnaval yang dipersiapkan secara profesional. Hal ini sebenarnya bukan kebetulan semata, mengingat kakak beradik ini telah terbiasa mengadakan *event* reuni keluarga yang melibatkan hingga 300-an orang baik dari Jakarta, Surabaya, Probolinggo, Jember dan Bondowoso²⁴. Di mana di dalamnya ada seminar, lomba, dan entertainment. Dengan kata lain, sejak lama mereka telah terbiasa mengadakan *event* yang diselenggarakan dengan konsep tertentu. Sehingga sebenarnya membuat *event* karnaval bukanlah sesuatu yang baru bagi mereka. Termasuk membuat visi dan misi serta memutuskan memakai nama *Jember Fashion Carnaval*. Pada saat itu terjadi perdebatan apakah akan memakai nama carnival atau carnaval, jika dilihat dari bahasa Inggris seharusnya carnival namun karena mereka menggunakan konsep dari Perancis, misalnya menggunakan nama *defile* untuk setiap kelompok, maka dipilihlah nama carnaval yang dipakai menjadi *Jember Fashion Carnaval*.

²³ Hasil wawancara dengan pak Suyanto, 13 Maret 2010.

²⁴ Catatan hasil wawancara dengan bu Darsih, (50 th) kakak Dynand Fariz. Fariz ini memang dari dulunya, sejak kecil, sudah menyukai semacam teater, *dance*, karnaval. Waktu Fariz SD sering mengajak teman-temannya yaitu anak-anak SMA untuk bermain teater, kemudian, dia memimpin mengatur teman-temannya yang waktu itu jauh lebih tua dari dia. Tradisi karnaval dalam keluarga sering terjadi, pada saat menjelang hari raya Idul Fitri, 3 bulan sebelumnya mereka telah memulai mempersiapkan membuat konsep acara sekaligus memusyawarahkan dan menyiapkan kostum.

Setelah membuat visi dan misinya akhirnya mereka menentukan kapan mereka akan tampil. Untuk pertama kalinya, JFC ditampilkan pada tanggal 1 Januari 2003, bertepatan dengan HUT Kota Jember. Penentuan tanggal ini disengaja agar mereka mendapat dukungan dari Pemkab Jember dan masyarakat Jember. Pertama kali mereka melakukan rekrutmen peserta dengan melakukan sosialisasi dari sekolah ke sekolah dan dari kampung ke kampung. Seperti kutipan berikut:

Sebelum program ini disetujui oleh pemerintah daerah, kita sudah sosialisasi ke sekolah-sekolah yang mengajar mereka kita bikin proposalnya kita suruh baca ke kepala sekolahnya, iya kan, terus kita minta waktu untuk presentasi kepada mereka, kepada murid-muridnya, siswa-siswanya. Kemudian didapatkan kurang lebih 200-an peserta yang siap tampil.²⁵

Pada saat itu yang menjadi target adalah anak-anak SMA, khususnya SMKN 3, karena di sekolah tersebut terdapat jurusan tata busana. Kemudian mereka berangkat ke sekolah tersebut dengan membawa beberapa model yakni karyawan-karyawan rumah mode Dynand Fariz yang sudah berdandan dengan kostum-kostum yang akan menjadi tema karnaval nantinya. Mereka melakukan presentasi di sekolah tersebut mengenai bagaimana cara berjalan seorang model dan bagaimana membuat kostum. Seluruhnya dijelaskan hingga membuat para siswa tertarik. Misalnya, pada saat itu terdapat kostum yang bahannya dari spreng, taplak, dan gordin. Dari situlah awalnya para peserta menjadi tertarik dan bersedia untuk mengikuti karnaval.

Tidak semulus sosialisasi yang dilakukan di SMA-SMA, pengurusan izin kegiatan ternyata tersendat-sendat. Proposal yang telah dimasukkan ke Pemkab Jember sejak bulan Agustus ternyata baru disetujui dan mendapat ijin pada tanggal 31 Desember 2003. Alasan Pemkab Jember pada waktu itu tidak segera memberi ijin adalah karena rute karnaval yang ingin dilalui oleh JFC berbeda

²⁵ Hasil wawancara dengan pak Suyanto, tanggal 13 Maret 2010.

dengan rute karnaval yang sering dilalui pada umumnya. Rute karnaval yang diajukan melawan arus kendaraan.

Problem di rute, di mana rute karnaval di Jember ini biasanya melewati jalan Ahmad Yani, jalan Trunojoyo, terus masuk Sultan Agung, balik alun-alun itu jalan karnaval tradisional mulai sejak jaman Belanda, sedang kita minta waktu itu rute karnaval adalah dari alun-alun, dari depan Pemda, langsung ke ini ya ke memutar alun-alun langsung ke Sultan Agung, ke arah barat dan finishnya waktu di awal di Bank Niaga, dan itu mereka melawan arus, tidak seperti biasanya, nah itu sampai berlarut-larut, sedangkan ini sudah sampai sekitar dua ratus anak yang sudah latihan, siap tampil, sedangkan tampilnya itu disamakan dengan peringatan ulang tahun Kota Jember, itu satu Januari. Jadi kita tampil satu Januari biar tidak susah, akhirnya baru ya akhir Desember itu tanggal 30, langsung bupati menyetujui untuk sesuai dengan permintaan kita mengenai jalur itu.²⁶

Lambatnya pemberian ijin juga disebabkan oleh tema karnaval yang diangkat adalah Amerika, sedangkan pada saat itu sedang terjadi penyerangan Amerika terhadap Irak. Hal ini mau tidak mau turut memengaruhi keputusan bupati yang secara politis lebih memihak Irak. Namun di sisi lain, Pemkab Jember juga tidak bisa menolak memberi ijin karena pihak JFC sama sekali tidak meminta bantuan dana.

Pemerintah daerah itu kayak bupati, itu kan jabatan politis juga, kebetulan waktu itu juga Amerika sedang,,apa itu menyerbu Irak, orang banyak bersimpati terhadap Irak, kita ngeluarin tema-tema Amerika, itu, ini ada sedikit masalah. Tapi, di satu sisi mereka kesulitan untuk menolak proposal kita karena proposal ini tidak meminta dana kepada pemerintah daerah.²⁷

²⁶ ibid.

²⁷ ibid.

Berdasarkan pengalaman mengajukan ijin kegiatan yang sedemikian sulit akhirnya, Pak Suyanto yang pada saat itu mengurus perizinan JFC, berniat tidak akan lagi mengadakan JFC 2. Kemudian saat akhirnya tampil di tanggal 1 Januari 2003 sungguh tidak terduga penonton dan peserta sedemikian antusias hingga karnaval berakhir. Melihat sambutan yang sedemikian hangat dari penonton Jember, akhirnya pihak JFC memutuskan untuk melanjutkan mengadakan JFC 2.

Nah saat tampil di satu Januari, kebetulan itu adalah Januari ini juga masih musim penghujan, jadi waktu kita tampil juga hujan, sehingga semua kostum yang kita pakai ini basah, ya kan, jadi agak-agak berubah, bahan2 yang dibuat dari kertas melempem semua, rambut yang mulainya tegak jadi *lipes*, waktu itu, tapi ya mungkin karena orang Jember haus hiburan dan ini sesuatu yang baru, mereka ini luar biasa, baik peserta maupun penonton itu antusias banget, sehingga saat kita selesai kita evaluasi dan akhirnya kita putuskan harus ada JFC 2, nah ini berlalu sampai sekarang hingga 8.²⁸

Dalam perjalanannya kemudian, JFC mulai berusaha mencari bentuk yang terbaik. Mereka berusaha melakukan riset mengenai tema apa yang akan menjadi trend, bentuk karnaval bagaimana yang ideal, hingga bagaimana menjangkit sebanyak mungkin media untuk datang meliput. Seluruhnya dikerjakan bersama-sama dengan sukarela oleh Dynand Fariz, Suyanto dan beberapa karyawan rumah mode Dynand Fariz.

Nah setelah itu *learning by doing*, proses, kita mencari bentuk dan akhirnya bentuk itu kita dapetin, sekarang. Artinya kita tampil dengan tema-tema global, terus kita tampil dengan sesuatu yang berbeda di banding kota karnaval lain yang sudah punya nama kayak Brazil maupun juga Pasadena, karena kalau kita nyamain ga akan pernah mengalahkan mereka, karena mereka sudah jauh eksis dan dikenal, dan kita harus sesuatu yang benar-benar baru karena secara rinci, misi, visi, dan konsep itu kita matangkan. Apa yang berbeda dengan

²⁸ ibid

mereka, harus bagaimana, dan lain sebagainya. Persiapan pun kita lakukan, mulai kapan harus menentukan tema, kapan kita harus mencari inspirasi dari tema-tema yang kita keluarin.²⁹

Setelah memikirkan bentuk yang paling ideal dalam karnaval berikutnya akhirnya, pihak JFC berusaha merumuskan keunikan karnaval tersebut, antara lain, peserta bukanlah desainer, model, maupun *dancer* profesional. Mereka adalah anak-anak remaja Jember yang dilatih dalam *in house training*, di mana mereka diajarkan untuk merancang sendiri kostum, aksesoris, dan make up mereka sendiri. Di setiap *devile* tidak pernah ada kostum karnaval yang sama, sehingga seluruh peserta yang ikut dalam *Jember Fashion Carnival*, mau tidak mau harus mengasah kreatifitas mereka untuk berkompetisi dengan peserta yang lain, memperebutkan beasiswa pendidikan 1 tahun di Esmod Jakarta.

Istilahnya, kalau di kita mulai dari perancangnya, desainernya kostum terus yang ngebawain, itu semuanya, make-upnya itulah yang membedakan. Dan bagi kita itulah kriteria cantik, tinggi tertentu itu tidak ada. Di kita itu lebih ngeliat bagaimana mereka menghasilkan sebuah karya yang tidak sama dengan karya lainnya. Sehingga, kalau di kita ada 50 peserta, kalau satu peserta dengan satu *devile*, satu peserta tidak akan pernah ada yang sama. Kalau di sana, sama, nah itu beda. Jadi ada beberapa profesi yang dijalani oleh peserta, ya sebagai desainer, ya sebagai *dancer*, ya juga sebagai model, ya juga sebagai ahli make-up, dan ini jadi banyak ilmunya, dia mau singernya, presenternya atau apanya, dan di antara mereka itu saling berkompetisi.³⁰

Berikut perjalanan JFC sejak ide itu mulai muncul hingga saat ini JFC diakui sebagai *event* tahunan Pemkab Jember.

1998 Berdirinya rumah mode Dynand Fariz sebagai realisasi dari keinginan Dynand Fariz sebagai pendidik di bidang *fashion* yang tidak saja

²⁹ ibid

³⁰ ibid

memahami *fashion* namun juga terjun langsung untuk mempraktekkannya di lapangan.

- 2001 Dimulainya acara pekan mode Dynand Fariz di mana seluruh karyawan selama sepekan harus berpakaian sesuai dengan trend *fashion* dunia.
- 2002 Dimulainya acara pekan mode Dynand Fariz dengan berkeliling kampung dan alun-alun Jember serta timbulnya gagasan untuk menyelenggarakan JFC.
- 2003 1 Januari 2003 JFC diselenggarakan bersamaan dengan HUT Jember dengan tema busana *cowboy, punk, dan gypsy*.
30 Agustus 2003 JFC 2 diselenggarakan bersamaan dengan TAJEMTRA dengan tema busana Arab, Maroko, India, China, dan Jepang (Asia).
- 2004 8 Agustus 2004 JFC 3 diselenggarakan dengan 6 *defile*. Mulai JFC ke 3 penyelenggaranya adalah JFCC (*Jember Fashion Carnaval Council*) yakni lembaga nirlaba yang beranggotakan mereka yang peduli pada *event* ini dan memikirkan pengembangan JFC ke depan, dikelola secara profesional dan transparan serta diaudit oleh lembaga yang berwenang.
- 2005-2009 JFC semakin berkembang dan diikuti oleh sekitar 500 peserta tiap tahunnya, masuk dalam *calender of event* (kalender pariwisata dunia) serta diakui oleh Pemkab Jember sebagai *event* tahunan Pemkab Jember.

Visi JFC Menjadikan Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia bahkan di dunia. Semangat ini seiring dengan otonomi daerah yang memungkinkan setiap daerah untuk menggali potensi daerahnya serta meningkatkan kemakmuran daerahnya. Untuk memenangkan kompetisi, kota-kota JFC membaca peluang dengan sebuah ide yang harus berbeda, unik dan unggul dibanding daerah-daerah lainnya. Karnaval JFC ini berbeda karena mengangkat tema trend dunia kemudian diharapkan nantinya menghasilkan *multiplayer effect* pada potensi lain yang ada.

Misi JFC perjalanan yang membawa banyak manfaat bagi pengembangan dunia pendidikan kita (SDM) kesenian, budaya, dan perkembangan ekonomi kreatif di Jember.

4.1.2 Jaringan JFC Dengan Pihak-Pihak Di Luar JFC: Media, Perusahaan Kosmetik, dan Pemerintah Kabupaten Jember

Dalam *setting* masyarakat jaringan disebutkan mengenai kapitalisme yang memasuki bentuk yang berbeda, di mana jaringan menjadi prasyarat yang tidak bisa ditinggalkan. Dalam perkembangannya, JFC memiliki beberapa jaringan dengan pihak-pihak di luar JFC diantaranya adalah media, perusahaan kosmetik (Sariayu), dan hubungannya dengan Pemerintah Kabupaten Jember.

Media

Sejak semula pihak JFC telah melihat pentingnya peran media untuk mendukung perkembangan JFC dan memperkenalkan JFC kepada khalayak luas. Menyadari hal itu, akhirnya pihak JFC berusaha melakukan riset bagaimana caranya agar media mau memberitakan *event* mereka. Tantangan pertama yang dihadapi oleh JFC adalah media lokal yang melihat JFC sebagai *event* Agustusan biasa dan tidak berbeda dengan *event-event* menjelang Agustus lainnya. Setelah memikirkan cara agar media mau meliput mereka akhirnya JFC mencoba mencari *event-event* skala nasional maupun internasional yang umumnya diliput oleh media, kebetulan pada saat itu terdapat Bali *fashion week* yang diliput banyak media, baik nasional maupun internasional. Kemudian, setelah pihak JFC melihat iklan, terdapat beberapa acara yang ditawarkan dalam *event* tersebut antara lain, *exhibition*, seminar, dan *show*. Akhirnya, JFC memutuskan untuk ikut dan ketika pihak JFC menceritakan latar belakang keikutsertaan mereka, JFC mendapat potongan harga dari panitia Bali *Fashion week* saat itu.

Memang dari awal mereka melihat *event* JFC tidak beda dengan *event* biasanya. Bagi saya di awal, waduh bagaimana ya, media lokal tidak

mau memuat iklannya. Pada saat itu kita berpikir, gimana ya supaya media melihat kita. Akhirnya kita mencoba mencari *event-event* di luar yang diliput media, skala nasional begitupun internasional. Kebetulan waktu itu ada *event* “Bali Fashion Week”, yang diliput bahkan oleh tv-tv dan segala macam. Itu menarik kita dan kita survey terus kita lihat iklannya seperti apa. Itu ada *destination*, *show*, seminar. Kita belum ikutan waktu itu hanya survey aja. Kita bayar, kita cerita-cerita akhirnya dapat potongan harga.³¹

Tantangan berikutnya adalah bagaimana menyajikan JFC dalam *exhibition* yang menarik. Jika umumnya peserta pameran memajang baju dan aksesoris, maka JFC memajang foto-foto karnaval mereka dan memutar video rekaman saat *show time* JFC di bulan Agustus. Sempat pihak JFC merasa aneh, namun mereka tetap berusaha menampilkan yang terbaik, sehingga persiapan dilakukan sebaik mungkin. Semua foto-foto terbaik dipilih secara selektif, kemudian dilakukan simulasi, pada setiap meter yang disewa, diputuskan akan dipajang gambar, ditambah aksesoris macam-macam sehingga nantinya dipastikan tampilan stand JFC yang unik dan menarik perhatian pengunjung.

Akhirnya, pihak JFC berangkat dengan menaiki sebuah minibus menuju Bali dan agar lebih murah mereka menginap di rumah seorang penduduk Jember yang tinggal di Bali. Sesampainya di *stand* pameran Bali Fashion week, kru JFC segera menyiapkan *stand* pameran sesuai dengan simulasi yang telah dilakukan sebelumnya. Karena persiapan yang telah matang akhirnya mereka paling awal membuka stand. Begitu stand mereka selesai kemudian diputar CD-CD JFC saat karnaval di alun-alun Jember sembari melakukan *dance* JFC untuk menarik pengunjung. Jadilah stand JFC dipenuhi oleh pengunjung dan menjadi stand yang paling ramai diantara stand-stand yang ada dalam pameran “Bali Fashion Week”.

Kebetulan di depan stand JFC adalah stand media. Dari sinilah media mulai tertarik memperhatikan JFC, media yang saat itu adalah wartawan Kompas mulai bertanya apa itu *Jember Fashion Carnival*, dimana letak Jember? Jember

³¹ ibid

Jawa Timur. Dari melihat *stand* tersebut akhirnya Kompas memutuskan untuk membuat liputan JFC di bulan Agustus 2005. Pada saat itu, mereka melakukan kontak dengan kontributor Kompas di Jember, ternyata kontributor Kompas Jember mengatakan bahwa itu hanyalah *event* Agustusan biasa. Akhirnya, pihak Kompas tidak jadi meliput JFC. Pada saat yang bersamaan di stand JFC juga terdapat wartawan *Reuters* yang tertarik dengan JFC. Setelah meminta alamat akhirnya wartawan *Reuters* tersebut berjanji untuk datang ke Jember pada bulan Agustus untuk meliput JFC.

Sampailah akhirnya *Reuters* merupakan pihak media yang meliput pertama kali *event* JFC tahun 2005. Saat itu Kompas yang berniat membeli berita dari *Reuters* sangat kaget melihat terdapat berita JFC, karena pada saat itu Kompas edisi Sabtu-Minggu membutuhkan liputan budaya, akhirnya mau tidak mau Kompas membeli berita JFC dari *Reuters*. Hal inilah yang kemudian menjadi pukulan telak bagi Kompas sebagai koran nasional yang terpaksa harus membeli berita yang terjadi di wilayahnya sendiri, dari *Reuters* yang notabene adalah kantor berita asing.

Sejak itulah akhirnya seminggu setelah JFC tampil di bulan Agustus 2005, Kompas menurunkan wartawannya untuk meliput secara eksklusif di Jember. Melihat Kompas meliput JFC ke Jember, akhirnya Jawa Pos yang berkedudukan di Jawa Timur merasa “wilayahnya” dimasuki oleh Kompas, merasa tidak terima dengan hal itu, akhirnya Jawa Pos juga membuat liputan tentang JFC, sehingga sejak JFC ke 4 tahun 2005 mulai banyak wartawan koran baik lokal, nasional maupun internasional yang melakukan liputan terhadap *Jember Fashion Carnaval*. Bahkan televisi nasional yang tidak hanya meliput saat *show time* bulan Agustus, tetapi juga di luar bulan Agustus, seperti acara *Laptop si Unyil, Si Bolang*, dan lainnya.

Dalam relasinya dengan media, JFC membantu memberikan gambaran dan keleluasaan akses untuk menulis apa saja mengenai JFC. JFC juga memberi kemudahan informan yang bisa diwawancara, pesan-pesan yang bisa diangkat dari tema-tema *devile* JFC serta segala macam topik mengenai peserta, tema, maupun tentang Jember.

Tema selalu baru, termasuk, bagaimana sih *event* kita bukan hanya sekedar, tapi juga diliput ditulis, diapa ya, tidak hanya gambar saja. Pesen-pesen, bagaimana teman-teman media bisa menggali dari tema yang kita angkat, sehingga ketika kita memilih tema dengan segala macam faktor pertimbangan, media mau angkatnya dari mana, segala macam, kenapa pada saat *press conference* pun kita juga kasi tau apa yang bisa diini oleh media, kita kan ga perlu bayar mereka, dan kita anggap bahwa dengtan teman media itu, hayo kita kerja bareng. JFC berkarya dari kemasan ininya, kemasan produknya, teman-teman media berkarya dari jurnalistiknya, tulisannya, sampai judul pun mereka pikirin setengah mati.³²

Selain kerja sama dalam bentuk barter berita, JFC diberitakan dan media memberitakan, terdapat juga kerjasama dalam bentuk iklan gratis seperti yang terjadi antara JFC dengan Metro Tv.

Karena terus terang aja kalau kita harus membayar mereka, kita ga punya dana, bahkan dengan Metro, itu kita barter iklan dengan metro itu kita sekedar at least kita bilang ucapin terimakasih pada saat acara di jalan Sudirman itu, udah cukup.³³

Kerja sama dengan Metro TV adalah bahwa pihak Metro TV menayangkan iklan secara gratis, dan Metro TV dapat memberitakan *event* JFC di Jember. Kerjasama ini murni kerjasama non komersial, bahkan demi mendukung *event* JFC Metro TV berniat membuat iklan JFC dalam bentuk video klip. Menurut pihak JFC, jika JFC harus membayar nilainya bisa mencapai 150 juta. Hal ini menjadi keuntungan sendiri bagi JFC sebagai *event* budaya non komersial.

iya, seminggu sebelumnya, mereka yang tahun ini bahkan lebih ini lagi, apa klip utk, video klip, mau dibikin. (A: untuk iklannya itu pak), iya. Kita ga bayar, tapi nilainya disebutin, nilainya 150 juta, kebetulan

³² Wawancara dengan Suyanto, 13 Maret 2010.

³³ *ibid*

sedang mepet waktunya, 150 juta kalau bayar, ga bayar, ya termasuk tahun kemarin ini di luar yang kita secara rutin meliput JFC.³⁴

Hubungan baik antara JFC dengan media ini menjadi keuntungan yang sangat berarti bagi JFC. Selain JFC semakin banyak dikenal JFC juga akhirnya mendapat banyak tawaran *road show* dari berbagai perusahaan dan tempat-tempat wisata yang ingin dihibur oleh Karnaval JFC. Selain pemberitaan media yang juga sangat menguntungkan JFC adalah adanya fotografer-fotografer *hobbies* yang beberapa di antara mereka adalah penulis-penulis lepas. Sehingga, tidak jarang jika sewaktu-waktu saat orang Jember atau peserta JFC sedang naik pesawat Lion Air tidak menyangka membaca berita tentang JFC dan melihat foto-foto JFC terpampang di majalah Lionmag.

Berdasarkan pengalaman dengan media inilah kemudian pihak JFC berusaha sebisa mungkin menjaga hubungan baik mereka dengan pihak media dan fotografer. Menjaga hubungan baik dengan media salah satunya dengan menolak segala bentuk tawaran iklan yang membuat *event* JFC menjadi komersial, dengan kata lain JFC selalu menyebut dirinya sebagai *event* sosial.

Nah bagaimana supaya media merasa berkarya banget ke kita, ya memang kita harus hati-hati banget memelihara hubungan dengan mereka termasuk juga, supaya ini benar-bener menjadi *event* untuk sementara *event* sosial, karena begitu kita melibatkan sponsor yang *branding merk*, pertama mereka kesulitan mengambil gambar, karena ada pesan-pesan sponsor yang di balik gambar yang diambil, itu problem bagi dia, kedua biasanya akan sponsor *branding merk*, mereka sudah menyakini bukan *event* sosial, tapi *event* komersial, itu beda mereka, mereka tidak terlalu suka meliput *event* komersial itu. Itu yang saya tangkep. Terus yang kedua mungkin mereka khawatir, kalau komersial kan banyak duitnya, ya mereka khawatir, mereka datang

³⁴ ibid

pasti karena ada amplopnya atau apanya, ya media-media yang papan atas itu sangat menghindari banget.³⁵

Relasi JFC dengan media ini memberikan dua mata sisi yang berbeda, di sisi lain sejak media sering memberitakan JFC, JFC menjadi semakin dikenal dan semakin banyak mendapat tawaran untuk tampil *road show* di beberapa kota namun di sisi lain demi menjaga hubungan baik dengan media dan untuk tetap menjadi *event* sosial JFC terpaksa menolak banyak tawaran iklan.

kalau sponsornya sendiri sih ngantri tapi ya itu tadi, akhirnya ya membuat kita ada keterbatasan itu yang kita coba hindari, tapi memang disatu sisi membuat kita juga terbatas mengemas acara karena keterbatasan dana, kepengen ini tapi dananya kurang, kita ga bisa berbuat banyak, tapi yang paling utama bagi kita ya itu tadi, jangan sampai liputan medianya itu jadi apa ya, kita jaga, karena kita masih pada posisi masa memperkenalkan, banyak ngantri yang mau mensponsori³⁶.

Perusahaan Kosmetik

Selain menjalin kerjasama dan hubungan yang harmonis dengan media, JFC juga menjalin kerjasama dengan perusahaan Sariayu Martha Tilaar. Kerjasama ini dalam bentuk JFC memakai produk Sariayu dalam setiap *show time* mereka dan Sariayu berhak menampilkan iklan yang menyatakan bahwa Sariayu Martha Tilaar telah mendukung terselenggaranya JFC. Dalam kerjasama ini Sariayu memberikan paket produk terbaiknya (PAC Martha Tilaar) kepada JFC yang dibagikan kepada seluruh *defile*. Paket make-up ini selain dipakai untuk *show time* juga dipakai dalam waktu-waktu di mana JFC tampil, misalnya dalam setiap *road show* mereka.

Hubungan kerja sama ini telah cukup lama terjalin setidaknya sejak JFC ke 4 tahun 2005. Hubungan kerjasama ini sejak tahun 2005 selalu diperbaharui setiap

³⁵ ibid

³⁶ ibid

tahunnya hingga tahun 2009, atau JFC 8. Jika pihak JFC bisa disebut pilih-pilih dalam menjalin kerjasama dengan pihak manapun, menerima atau menolak, kerjasama ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, misalnya apakah pihak yang mengajak kerjasama tersebut memiliki visi dan misi yang sama dengan JFC, apakah pihak yang mengajak kerjasama memiliki perhatian pada kreatifitas, budaya nasional dan menampilkan keunikan lokal dan dalam pertimbangan ini Sariayu Martha Tilaar dianggap memenuhi kriteria tersebut.

Alasan JFC menjalin kerjasama dengan Sariayu Martha Tilaar ini kan sebuah perusahaan kosmetik yang juga *go international*, dia juga memiliki visi, misi dan sebagainya. Dia melihat bahwa JFC sebagai pionir juga untuk karnaval yang mau memperkenalkan Indonesia, dan bahwa kegiatan kita pun tidak terlepas dari kegiatan kaitan dengan produk dia yaitu produk make-up, sehingga di sini kita juga bersinergi dalam bentuk bantuan ini bahan suplai make-up³⁷.

Kerjasama dengan Sariayu Martha Tilaar tidak hanya dilakukan dengan pemberian paket make-up kepada JFC, akan tetapi juga dengan meminta JFC untuk berkarnaval dengan tema “Merak Kasmaran dan Reog Ponorogo” untuk mempromosikan tata rias Sariayu Martha Tilaar Jawa Timur di Surabaya.

Pemerintah Kabupaten Jember

Selain hubungannya dengan media dan perusahaan kosmetik, JFC juga memiliki hubungan baik dengan Pemerintah Kabupaten Jember. Jika melihat pada mulanya JFC sedikit kesulitan dalam mendapatkan izin penggunaan jalan raya dari Pemkab Jember, dan beberapa sikap kurang mendukung pada mulanya, terasa sangat berbeda jika melihat sejak JFC 5 Pemkab Jember menjadi begitu antusias mendukung JFC. Dari beberapa informasi yang disampaikan oleh manajemen JFC, pernah suatu kali bupati Jember tidak bersedia membuka JFC *show time* di bulan Agustus yang kemudian diwakilkan pada wakil Bupati Jember, tak berapa lama kemudian JFC mendapatkan undangan untuk mengikuti pawai budaya di

³⁷ Ibid

Istana Negara dan disaksikan oleh Presiden dan wakil presiden RI. Hal ini menjadi pukulan telak bagi Pemkab Jember yang semula kurang mendukung JFC. Demi untuk mengurangi rasa bersalah akhirnya bupati Jember yang pada saat itu adalah MZA Djalal dengan diam-diam memberikan *surprise* dengan menjemput tim JFC di stasiun Jember.

Selain itu, JFC juga pernah mengalami penolakan dari anggota DPRD Jember sehingga Pemkab Jember tidak mau memberi ijin kegiatan. Pada saat itu, seminggu sebelum JFC 4 akan digelar, terjadi penolakan anggota dewan yang disebabkan dalam salah satu *defile* pada JFC 2 pernah ditampilkan tema India di mana peserta berkostum yang memperlihatkan sebagian perut mereka. Hal ini bagi sebagian penduduk Jember bertentangan dengan nilai-nilai masyarakat Jember yang religius. Sehingga banyak masukan ke DPRD untuk menghentikan JFC hingga akhirnya digelar *hearing* antara manajemen JFC dengan DPRD Jember.

Dalam pertemuan ini JFC mempresentasikan visi, misi, maksud dan tujuan hingga diselenggarakan JFC. Dalam kesempatan *hearing* tersebut manajemen JFC juga menampilkan bagaimana peserta umumnya tampil dengan kostumnya. Melalui *hearing* itu akhirnya DPRD Jember mengizinkan JFC untuk tetap tampil dengan itu juga manajemen JFC meminta anggota DPRD untuk melihat langsung bagaimana JFC dalam *show timenya* di alun-alun Jember. Sejak itulah akhirnya Pemkab Jember memberi ijin dan seiring media semakin sering memberitakan JFC dukungan Pemda Jember terhadap JFC juga semakin menguat, meskipun di beberapa level birokrasi masih terkesan lamban bagi JFC.

Ya, kalau sekarang sudah ga terlalu sulit ya, karena mereka sudah tahu semua JFC, mereka sudah kenal siapa JFC dan mereka sudah tahu bahwa kita punya nama, sudah diakui keberadaan kita dimana-mana, tapi ya apa ya, tidak semuanya itu *welcome*, itu udah pasti, karena sejak sesuatu yang terbentur begitu lama dengan budaya, ya, budaya apa ya, budaya kerja lamban, kata apa yang di atas, sehingga pengurusan surat berlama-lama segala macam itu ya masih lah, apa daya, padahal ya itu ke depan kan hal-hal demikian harus sudah

hilang, tapi memang perlu proses dengan teman di daerah. Saya pikir dengan otonomi daerah ini, di mana masing-masing daerah harus bersaing, mau ga mau, budaya-budaya lamban dan lain sebagainya harus sudah ditinggal kalau tidak ya akan ketinggalan³⁸.

Dukungan Pemkab Jember terhadap JFC ini tidak dalam bentuk dana segar, namun diberikan dengan membebaskan JFC dari biaya perizinan, kemudahan pemakaian jalan raya dan semua prasarana yang dibutuhkan oleh JFC. Selain itu, untuk mendukung JFC *marching band* Pemkab Jember memberi bantuan berupa peralatan *marching band*.

Pemerintah daerah ini selama ini sudah memberikan kontribusi, seingat saya sudah cukup ya dari perizinan, dari sisi pemakaian sarana dan prasarana, terus pemda yang dari dibayar, ya mungkin kalau kita pasang spanduk, ga bayar pajaknya, tapi kita juga sempet dibagi juga peralatan, tanpa diminta juga dikasih³⁹.

4.1.3 JFC dan Konstruksi Baru Identitas Kota Jember: Jember Kota Kreatif

Jember, sebuah kabupaten dengan kelas semi metropolis, karena fungsinya sebagai pusat pelayanan daerah Karesidenan Besuki, dimana beberapa fasilitas modern telah terdapat di kota ini. Berdasarkan pada hasil tanaman terbesarnya, Jember kemudian dikenal sebagai kota tembakau, kota penghasil tembakau terbesar di Indonesia. Hal ini kemudian diikuti dengan banyaknya pengusaha lokal yang berinvestasi pada pengepakan dan penyimpanan sebelum di kirim ke pabrik-pabrik rokok di Jawa Timur dan Jawa Tengah dan sebagian ke luar negeri.

Sebagai sebuah wilayah yang terletak di ujung Jawa Timur, Jember dapat dikatakan relatif sulit dijangkau. Hal ini disebabkan transportasi darat untuk mencapai Jember melalui Surabaya menghabiskan waktu kurang lebih 4-5 jam, sedangkan transportasi udara meskipun telah ada bandara belum benar-benar

³⁸ Hasil wawancara dengan pak Suyanto, 13 Maret 2010.

³⁹ ibid

beroperasi. Kenyataan ini juga turut membuat kabupaten Jember agak sulit mengembangkan pariwisatanya dibandingkan daerah Malang atau Surabaya yang lebih mudah dijangkau. Namun, hal ini tidak menyurutkan keinginan pemerintah kabupaten Jember untuk membangun kota. Misalnya dengan menyelenggarakan BBJ sebuah kegiatan promosi wisata selama sebulan yang berisi banyak kegiatan menarik yang menampilkan keunggulan Jember.

Dalam konsepsi kota kreatif bagian yang paling penting adalah partisipasi kreatif seluruh unsur stakeholder kota. Pengembangan ekonomi dengan basis pertanian dan agribisnis saja tidak cukup memenuhi kebutuhan masa depan kota. Khususnya pertanian tembakau di mana saat ini mulai banyak bermunculan gerakan anti rokok. Sehingga lahirnya JFC pada tahun 2003 dapat dikatakan sebagai pencetus dan penggagas lahirnya ide kreatif dan keinginan mengembangkan kota kreatif di Jember.

Meski JFC mampu menggagas karnaval *fashion* yang menarik perhatian media lokal, nasional dan bahkan internasional, namun ketika berhadapan dengan wilayah sosiokultural Jember, ternyata mengalami cukup banyak kesulitan. Bahkan para pencetus JFC sempat merasa pesimis bahwa Jember mungkin bukan tempat yang tepat bagi proyek JFC mereka.

Bagi saya dulu, sempet ini juga, sempet apa ya, di kita ini kayaknya bukan tempat yang pas, pada saat di mana kita ini diam tidak berbuat sesuatu, saya melihat bahwa kita ini ga mungkin impian kita terwujud kalau *ga* didukung oleh semua stakeholder yang ada. Kalau kita ngomong karnaval dengan tujuan pariwisata berkembang, artinya ini harus didukung oleh pemerintah daerah, harus didukung pariwisata yang bergerak di bidang hotel, transportasi, terus industri kreatif dan lain sebagainya. Ini sama sekali kita *engga* siap.⁴⁰

Jika dilihat dari segi transportasi dari Jakarta, Kota Jember mungkin mudah ditempuh dengan pesawat, namun dari Surabaya menuju Jember pengunjung yang harus menempuh jalan sepanjang 198 km lewat jalur darat. Dan

⁴⁰ Ibid.

ini bisa menjadi perjalanan yang panjang dan melelahkan sebelum sampai ke Jember. Demikian juga dengan kualitas hotel-hotel di Jember yang masih jauh dengan hotel-hotel yang ada di daerah tujuan wisata lainnya. Akan tetapi, semua kekurangan Jember ini akhirnya memberi tantangan tersendiri bagi pencetus JFC.

Mending diadakan di Bali aja, sempet juga kepikir kesitu, tapi kita kembali lagi ke sini justru karena tumbuh sesuatu yang gak mungkin, sarana dan prasarana yang gak mendukung, masyarakat juga mungkin belum kepikir sampe ke situ, ya ini kita anggap sebagai tantangan dan kekuatan, karena inilah yang membuat orang lain berpikir. Oh ternyata bisa ya di tempat ini, di tempat yang religius, kenapa bisa berkembang, karena akhirnya menjadi sebuah kekuatan. Dan karena itulah kita mencoba memberikan semacam seperti ini secara perlahan, dengan bantuan media dan lain sebagainya, iya kan.⁴¹

Bermula dari kondisi obyektif yang dihadapi itulah akhirnya JFC melihat tantangan menjadi sekaligus kekuatan, maka mulailah karnaval yang diadakan haruslah dipenuhi dengan pesan-pesan moral yang membangun dan menyadarkan masyarakat Jember tentang cita-cita membangun kota karnaval, kota kreatif di mana pariwisatanya berkembang dan maju.

Kenapa di kita itu ada pesan-pesan moral yang selalu kita ikutkan dalam tampilan-tampilan kita, yang tujuannya adalah banyak menggugah orang, bahwa ini bukan hanya sekedar karnaval. Banyak hal yang kita bawa, bukan hanya sekedar bagaimana supaya manusia ini, manusia kreatif tapi bagaimana industri kreatifnya itu sendiri, bagaimana ini menjadi sebuah kekuatan ekonomi yang kuat, bagaimana ini menjadi semacam pengungkitnya atau semacam apa ya, penggerak dari sesuatu orang yang terbangun, terlena dari ini, ayo berpikir, sampai akhirnya bupati, akhirnya ia meluncurkan program bulan berkunjung ke Jember itu.⁴²

⁴¹ ibid

⁴² ibid

Namun lama kelamaan apa yang telah dilakukan oleh JFC cukup menggugah Pemkab Jember, hal ini bisa dilihat dari perubahan-perubahan yang dilakukan oleh Pemkab Jember dalam hal sarana jalan, misalnya terlihat dari rute jalan yang dilalui oleh JFC yang sebelumnya *double way* kini menjadi *one way*. Begitu juga dengan adanya kegiatan BBJ atau Bulan Berkunjung ke Jember di mana dalam kegiatan tersebut banyak lomba digelar sepanjang satu bulan agar bisa menyerap wisatawan untuk berkunjung ke Jember. Namun hal ini belum apa-apa dibandingkan dengan cita-cita JFC untuk menjadikan Jember sebagai kota karnaval dunia, kota kreatif yang berbasis pada ekonomi kreatif.

Tapi memang segala sesuatu yang kita kerjakan ini baru di tengah proses ya masih jauh banget, termasuk juga bagaimana kita menjadi sebuah masyarakat kota karnaval, itu belum, masih jauh. Bagaimana industri kreatif? Ini juga belum ditangkep, baru tahun lalu kita membuat proto-tipe dari industri kreatif kita. bagaimana tema-tema yang kita angkat ini menjadi sumber inspirasi untuk menghasilkan karya-karya pada industri kreatif, ya salah satu contohnya kemarin membuat boneka karnaval yang gambarnya hampir mirip-mirip batik, bagaimana supaya tema kita diangkat ke karya apa misalnya, kita angkat tema tanah toraja, bagaimana toraja diangkat ke proto-tipe kalau peluang itu dipakai, dia kan menjadi koleksi dari kolektor yang ada, nama sudah ada tinggal bagaimana memanfaatkan nama JFC.⁴³

Cita-cita besar JFC tentang Jember kota kreatif ini menghadapi tantangan bukan hanya dari prasarana yang belum begitu layak, tetapi juga dari mental masyarakat dan birokrat Jember yang terlalu cepat puas. Bagi pencetus JFC membanggakan Jember sebagai kota tembakau bukanlah jamannya lagi, hal ini selain disebabkan tembakau Jember telah mendapat banyak pesaing dari berbagai negara, seperti Afrika juga mulai gencarnya kampanye anti rokok yang nantinya akan berpengaruh pada produksi tembakau di Jember. Sehingga mengembangkan

⁴³ ibid

branding kota yang baru dan lebih baik adalah kondisi obyektif yang tidak lagi bisa ditolak oleh Jember saat ini. Sehingga mau tidak mau JFC akhirnya melihat ini hanya masalah waktu.

Sebenarnya kita pun belajar dari beberapa kota salah satunya di Inggris, mulai dari Birmingham terus beberapa kota itu yang memang dulunya kota tambang, tapi dia itu tau banget bahwa tambang itu suatu saat habis, dan dia harus berbuat sesuatu, mau digantiin apa ini? Makanya dia bikin klub sepakbola, klub musik, klub apa segala macam, festival segala macam, akhirnya penghasilannya justru mereka lebih hidup dengan kota itu. Ya termasuk kita bagaimana menyusun konsep dan strategi, bener-bener itu kita harus perhatikan termasuk juga kita buat analisa SWOTnya segala, ya kan, apa yang musti diinikan, kelemahan kita dan lain sebagainya, kalau ada kekuatan ga masalah, justru kelemahan ini tantangan apa yang harus kita hadapi dan lain sebagainya, Ya kan, sehingga ya segala sesuatu ya harus dikembangkan.

Dalam kesehariannya, penggagas JFC ini masih melihat banyaknya pola-pola pikir yang masih sempit dan tradisional, yang membuat birokrasi seringkali tidak berjalan efektif dan efisien di Jember. Sehingga menurut JFC masih banyak *event-event* yang menghabiskan dana sedemikian besar kenyataannya hanya menjadi *ceremonial* belaka. Tanpa target kegiatan yang jelas, tanpa konsep yang tersusun dan hanya berniat menghabiskan anggaran pemerintah semata. Praktek-praktek semacam ini bagi JFC akan menghambat Jember untuk menjadi kota kreatif.

iya, termasuk pola-pola pikir yang ini yang masih sempit, tradisional. Itu yang membuat, apa ya, kurang namanya, kurang ngikutin. Masih banyak *event-event* yang apa itu, ya ceremonial aja dilakukan, tapi ya sekedar ngabisin anggaran tapi untuk apa ini dibuat, kalau kita ngomong pusing, kita bisa, katanya tapi peran mereka sebetulnya apa, maksud kita jadilah duta wisata kayak JFC, kemana-mana

mempromosikan Jember, seleksinya udah ketat banget ini, tapi ga ada kelanjutan. Kita inginnya lebih dari itu, kita jadi *frontline people* dengan menjual Jember, ya semualah kalau kita ngomongin real, kalau misalnya, Jember *exhibition* di Jakarta, di kota-kota besar, masih banyak dinas-dinas itu yang asal ikut, padahal itu malu-maluin, iyakan, mulai dari tampilannya, produknya, apa yang mau dijual, *mbok* ya milih yang bagus jadi mereka tidak melihat bahwa ini merupakan kesempatan sebagai promosi, mereka tidak lihat itu⁴⁴.

Menurut mereka yang begitu memprihatinkan adalah jika misalnya dinas-dinas yang mewakili pemerintah secara resmi di tingkat nasional tampil tanpa persiapan bahkan terlihat hampir memalukan menjadi salah satu yang menghambat Kota Jember dikenal positif apalagi sebagai kota kreatif.

Mereka berangkat kadang-kadang, berangkat dengan dana sendiri, terus kemana dana yang disediakan, itu, sayang banget mereka tidak melihat itu peluang. Akhirnya yang tampil di sana jadi malu, kami tuh orang Jember yang ada di Jakarta pun malu, tuh lihat, katanya kota karnaval dunia, tapi kok gitu aslinya.⁴⁵

Meski masih jauh dari harapan, tidak dapat dipungkiri semakin banyak perubahan positif yang coba dilakukan oleh pemerintah sejak JFC masuk ke wilayah sosiokultural Jember. Sekalipun JFC ini baru dalam konteks, JFC menjadi konsultan pemerintah, misalnya untuk acara-acara *exhibition* yang diikuti oleh Pemkab Jember ataupun untuk menjadi pembuka dan penutup acara MTQ tingkat Jawa Timur (Jember tahun 2009) dan beberapa kegiatan lainnya. Hal ini cukup menjadi hal yang berarti dalam masuknya JFC ke wilayah sosiokultural Jember.

yang mulai ada perubahan dinas pariwisata, jadi sebelumnya kalau mau *exhibition*, kadang-kadang mereka minta saran kita, apa nih yang menyangkut mereka mau dibikin begini, di sini sudah ada *layout*-nya,

⁴⁴ Hasil wawancara dengan pak Suyanto, 13 Maret 2010.

⁴⁵ *ibid*

sudah ada proto-tipenya, ini mau ditaruh di situ, disini, jadi bener-bener memiliki nilai jual. Dan ternyata setelah ikutan dengan konsep itu mereka saat ini trofi apa ya, pokoknya mendapat penghargaan.⁴⁶

Melihat perubahan-perubahan positif yang diterima oleh JFC hingga saat ini, akhirnya JFC melihat perlu melakukan berbagai cara agar konsepsi Jember kota karnaval ini dapat diterima oleh masyarakat sebagai pendukung kebudayaan. Jika dikatakan JFC memberi dampak ekonomi, mungkin belum sepenuhnya mengingat JFC hanya terjadi 1 hari dalam sebulan dan selanjutnya Kota Jember seperti hari-hari biasa, sepi dan jauh dari gambaran kota karnaval. Hal inilah yang akhirnya membuat manajemen JFC perlu membuat semacam *event-event* kecil yang dapat memberi semangat dan sentuhan agar Jember atau warga Jember nantinya terbiasa dengan seni dan pertunjukan.

Terus terang aja dalam menuju ini kita pun punya beberapa langkah kita lakukan. Termasuk juga bagaimana kota yang masyarakatnya sudah mulai menghargai ini ya seni dan budaya. Kita setiap sebulan sekali, setiap hari minggu pagi, di awal bulan kita tampil, ada *fashion* di situ, pokoknya, bahkan ada juga pelatihan-pelatihan, *exhibition*, segala macam, terus pada minggu kedua, nanti malem kita ada juga tampil dialun-alun, musik gitu kan, orkestra kecil-kecilan, kita mulai aja langkah awal.⁴⁷

Dari *event-event* kecil yang kontinu dilakukan oleh JFC, warga Jember mulai tahu apa sebenarnya yang ingin dicapai oleh JFC. Misalnya, saat ini semakin mudah mengatur penonton di alun-alun, apresiasi yang diberikan oleh warga Jember terhadap JFC juga semakin baik. Dari *events* ini juga disosialisasikan apa-apa saja yang telah JFC lakukan, tampilan JFC *roadshow* kemana aja, kemudian prestasi apa saja yang telah diraih oleh JFC, dan lain

⁴⁶ ibid

⁴⁷ ibid

sebagainya. JFC menginformasikan kepada warga Jember segala hal termasuk rekrutmen kepada warga Jember untuk masuk menjadi peserta JFC.

Penonton sekarang sudah mulai tahu, apa yang kita harapkan, kayak kemaren minggu pagi, minggu pertama itu, penonton itu sudah tidak perlu lagi, kamu mundur, kamu mundur-mundur ya, kasi tempat, gini-gini tolongnya, diatur, nda, sudah, mereka sudah mundur, anak-anak kecil duduk, jadi kita tinggal tampil aja. Artinya itu sebagai suatu perkembangan apresiasi masyarakat terhadap kehadiran kita. Kita informasikan kepada mereka apa-apa saja yang kita lakukan, tampilan kita, *roadshow* kita kemana aja, terus prestasi kita apa saja yang kita peroleh, dan lain sebagainya. Kita informasikan kepada mereka ya segala hal termasuk juga siapa saja yang mau ikutan, kita juga mereka, ayo ikut berbuat.⁴⁸

4.2 Representasi Identitas Kota Jember

4.2.1 Asal Mula Pembentukan Kota Jember

Sebelum tahun 1883, Jember secara administratif termasuk salah satu distrik dari afdeeling Bondowoso⁴⁹, apabila dibanding dengan distrik-distrik lain di afdeeling Bondowoso, jumlah desa dan jumlah penduduk Jember termasuk kategori kecil. Hal itu dapat terlihat dari tabel di bawah ini tentang keadaan distrik di Afdeeling Bondowoso tahun 1845.

Tabel 7. Distrik di Afdeeling Bondowoso Tahun 1845

No	Nama Distrik	Jumlah Desa	Jumlah Penduduk
1	Bondowoso	46	24.998 Jiwa
2	Wonosari	43	25.614 Jiwa
3	Penanggungan	36	16.433 Jiwa
4	Sukakarta	32	11.803 Jiwa
5	Wringin	33	13.624 Jiwa

⁴⁸ ibid

⁴⁹ Dalam Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam perkembangan Kabupaten Jember, Buku 1. Dokumen Sampai Dengan 1971, hal 21.

6	Jember	36	9.237 Jiwa
7	Puger	43	9.929 Jiwa

Sumber : P. Bleekir, *Bijdrage tot de Statistiek der Bevolking van Java en Madoera*, hal 145⁵⁰.

Pada masa penjajahan Belanda, distrik Jember termasuk daerah yang terisolir dan terpencil. Diinformasikan pada waktu itu tidak ada *postweg* (jalan raya) yang menghubungkan daerah Jember dengan daerah lainnya. Jalan-jalan di daerah ini sebagian besar termasuk jalan setapak, apabila musim hujan jalan-jalan licin dan becek. Demikian pula sarana jembatan sangat jelek dan tidak memadai. Hal itu terlihat dari tulisan seorang dokter yang bertugas di Jember yakni dokter Greve di *Bataviasche Bladen* yakni harian yang terbit di Batavia. Tulisan dokter Greve berjudul "*Een auklacht tegen den Directeur Burgelijk Open bare Werken*". Adapun tulisannya itu berisi keluhan terhadap direktur BOW atau Dinas Pekerjaan Umum tentang jeleknya sarana jembatan di daerah Jember, sehingga ketika musim hujan Jember menjadi kota mati karena terhalang banjir, sedangkan sarana jembatan tidak ada. Keadaan yang seperti itu menyebabkan orang-orang luar *enggan* untuk pindah dan menetap di daerah Jember.⁵¹

Pada pertengahan abad ke-19, sebagian besar distrik Jember berupa hutan belantara dan sebagian lagi merupakan daerah berpaya-paya (*moeras*). Semula daerah Jember termasuk daerah yang jarang penduduknya. Penduduk yang ada di daerah ini bermukim di Jember bagian selatan dan Jember bagian utara, sedangkan Jember tengah (wilayah kota sekarang) dapat dikatakan sebagai daerah kosong (*unpopulated*). Pemukiman penduduk di Jember bagian selatan berpusat di Puger. Daerah ini sudah lama dihuni oleh orang-orang Osing, yaitu suku asli daerah Blambangan. Puger menurut data dalam *Collectie Nederburgh* termasuk wilayah kekuasaan Blambangan bagian barat. Dalam dokumen itu disebutkan bahwa pada tahun 1803, Puger diperintah oleh bupati Tumenggung, Suradiwikrama. Adapun penduduk Puger pada waktu itu berjumlah 4.810 jiwa. Selain orang Osing yang menghuni daerah Puger juga terdapat suku-suku lain, seperti Madura dan Jawa. Orang-orang Madura di daerah ini disebut sebagai

⁵⁰ *ibid.*

⁵¹ *ibid*, hal 22.

tiyang alit (rakyat kecil), sedangkan orang-orang Jawa pada umumnya dianggap sebagai para *piyantun* (para priyayi). Di Jember bagian utara sebagian besar dihuni oleh orang-orang Madura.⁵²

Pada tahun 1819, bupati Besuki, Kanjeng Raden Tumenggung Prawirodiningrat meningkatkan status Kota Bondowoso dari *kademangan* menjadi wilayah lepas dari Besuki dengan status *keranggan* Bondowoso dan mengangkat Mas Ngabehi Astrotruno menjadi penguasa dengan gelar Mas Ngabehi Kertonegoro Predikat Ronggo I. Kekuasaan Kiai Ronggo sendiri meliputi Bondowoso dan Jember, sehingga sejak saat itu, daerah Jember yang semula adalah hutan belukar dan daerah terpencil mengalami perubahan atau perkembangan sendiri.

Migrasi Penduduk ke Jember

Kehadiran sistem perkebunan partikelir di Jember membawa perubahan sosial dan ekonomi pada masyarakat. Salah satu dampaknya yaitu terjadinya migrasi secara besar-besaran yang dilakukan etnik Madura dan Jawa ke daerah Jember. Hal ini mengakibatkan Jember yang semula termasuk daerah yang sepi dan berpenduduk paling sedikit jika dibanding dengan daerah-daerah lain di Karesidenan Besuki kemudian menjadi daerah yang paling ramai dan paling padat penduduknya.⁵³ Penduduk Jember pada tahun 1820-an hanya berjumlah sekitar 10.000 jiwa, namun pada tahun 1870-an meningkat tajam menjadi sekitar 100.000 jiwa. Peningkatan tersebut antara lain disebabkan terjadinya gelombang migrasi orang-orang Madura ke wilayah Jember, kemudian mereka menetap di kawasan Jember Utara, karena sesuai dengan kondisi ekosistem di tempat asal mereka yaitu hidup di kawasan tegalan.⁵⁴

Namun, mulai akhir abad ke-19, terjadi perubahan dalam arus migrasi ke Jember. Pada waktu itu, orang-orang Jawa terutama yang berasal dari Bojonegoro, Ponorogo, Kediri, dan orang-orang *Vorstenlanden* mulai berdatangan dan

⁵² ibid

⁵³ Sumber: Edy Burhan Arifin. "Migrasi Orang Madura dan Jawa ke Jember: Suatu Kajian Historis Komparatif" dalam *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. VII. NO.2 Mei 2006, hlm. 94.

⁵⁴ ibid

menetap di daerah Jember. Mereka umumnya menetap di kawasan Jember Selatan sesuai dengan asal mereka yang berekosistem persawahan dan kehidupan agraris. Salah satu penyebabnya adalah lancarnya jalur transportasi akibat dibukanya jalur kereta api Surabaya - Probolinggo - Jember. Migrasi ke Jember mengakibatkan terjadinya pola *settlement* baru yang sesuai dengan latar belakang etnisnya. Adanya kondisi pemukiman seperti itu memungkinkan etnis-etnis di daerah Jember tetap dapat mempertahankan dan mengembangkan budaya asalnya. Itulah sebabnya mengapa secara demografis dan cultural, Jember Utara dan Jember Selatan berbeda.

Pola Pemukiman Berdasarkan Etnis

Dalam kesehariannya, para migran wanita Madura dan Jawa sebagai tenaga kerja menyortir tembakau di Orderning Jember. Mereka bekerja dalam pengawasan para mandor pribumi dan sekali waktu dikontrol oleh pegawai keturunan Belanda. Sebagai tempat tinggal, para migran Madura dan Jawa di daerah yang baru (Jember) membentuk pola pemukiman seperti tempat asalnya. Dalam kehidupan sosial masyarakat Madura dikenal suatu pola pemukiman berkelompok. Pola pemukiman seperti ini terdiri dari beberapa rumah yang memanjang, sehingga membentuk suatu formasi halaman yang memanjang. Pola pemukiman ini dikenal sebagai *taneyan lanjang*, yang artinya halaman panjang. Para penghuninya merupakan orang-orang yang masih terkait dalam suatu ikatan kekerabatan. Dalam pola pemukiman ini biasanya terdiri dari delapan rumah atau lebih. Deretan rumah-rumah itu ternyata membentuk suatu pola yang tetap sama yakni rumah-rumah yang berderet dari arah timur ke barat dan di sebelah barat terdapat bangunan langgar yang berfungsi untuk tempat sholat berjamaah dan tempat berkomunikasi para kepala keluarga yang berada di pemukiman itu.⁵⁵ Pola pemukiman *taneyan lanjang* banyak terdapat di Jember Utara yang penduduknya sebagian besar Madura. Pengembangan pola pemukiman *taneyan lanjang*

⁵⁵ Latief Wiyata, 1987.

memungkinkan karena gelombang migrasi orang Madura ke Jember bersifat migrasi keluarga.

Sementara para migran Jawa yang sebagian besar bermukim di wilayah Jember Selatan juga membentuk pola pemukiman, namun tidak berdasarkan unsur genealogis seperti pola pemukiman orang Madura melainkan berdasarkan asal daerahnya, seperti di Desa Kesilir terdapat satu kampung Ponorogo, di Desa Tamansari terdapat kampung Bojonegoro, di Desa Karang Duren terdapat kampung orang Madiun, di Desa Mokorejo terdapat kampung orang Bagelen. Di daerah yang baru, para migran Jawa mengembangkan pola rumah seperti di tempat asalnya. Misalnya di Desa Kesilir, model rumah yang dipergunakan berbentuk joglo meskipun dalam bentuk yang sederhana. Rumah joglo itu memakai *regol* (pintu gerbang) dan berpagar. Di depan rumahnya terdapat kandang sapi atau kerbau. Pola seperti itu banyak terdapat dan ditemui di Ponorogo.

Sedangkan orang-orang Belanda yang jumlahnya semakin tahun semakin bertambah membentuk pemukiman sendiri yang terpisah dengan pemukiman penduduk pribumi. Pemukiman orang Belanda pusatnya di distrik Jember (JI. PB Sudirman). Di tempat ini terdapat kompleks perumahan orang Belanda yang bekerja di perkebunan, bekerja di berbagai instansi pemerintah. Seiring dengan perkembangan kota Jember, orang-orang Cina dan Arab yang dikenal sebagai kelompok pedagang juga berdatangan ke Jember.

Orang-orang Cina membentuk pola pemukiman tersendiri yang pusatnya di Pacinan jalan Sultan Agung (Tennekes, 1963). Pada umumnya mereka membuka usaha toko, namun banyak pula yang menjadi pedagang kelontong ke daerah pedesaan dengan mengkreditkan barang pada masyarakat. Masyarakat sendiri menyebutnya *tokang mendring* karena menjual barang dengan harga yang tinggi. Selain itu, orang-orang Cina mulai menjadi pengusaha tembakau dengan melakukan pembelian langsung pada petani. Pada 1889 terdapat 3 orang Cina yang menjadi pengusaha penggilingan beras di distrik Jember dan distrik Wuluhan (Algemeen Verslag van den Residentie Besoeki, 1889). Kelompok etnik lain yang datang ke Jember dan membentuk pola pemukiman tersendiri ialah

orang-orang Arab. Sebagian besar dari mereka bermukim di sekitar Masjid Jamik. Jumlah orang-orang Arab tidak terlalu besar jika dibanding dengan orang Cina dan Belanda. Sebagian besar dari orang Arab menjadi pedagang kain, minyak wangi, kemenyan, barang kelontong, beras, dan palawija.

4.2.2 Jember: Kota Tembakau

Pada masa kolonial Belanda, di antara kota-kota di Karesidenan Besuki, kota yang paling menarik pertumbuhannya ialah Kota Jember. Jember semula hanya sebagai kota kecil yang sepi dan terisolir, kemudian dalam waktu yang relatif singkat menjadi kota yang besar dan paling ramai di antara kota-kota di kawasan ujung timur Pulau Jawa ini. Pertumbuhan Kota Jember ini erat kaitannya dengan penetrasi sistem kapitalisme yang berwujud perkebunan partikelir. Perusahaan perkebunan partikelir banyak berdiri di daerah Jember sejak diterapkannya *the system of interprise* oleh pemerintah kolonial Belanda pada abad ke-19.⁵⁶

Tokoh yang merintis dibukanya perkebunan tembakau di daerah Jember ialah seorang *kontroleur* pertanian Bondowoso, George Birnie, bekerjasama dengan 2 orang pengusaha Belanda yang ada di Surabaya yakni AD Van Gennep dan Mr. C. Sandenberg Matthiesen, sebagai pemilik Anemot & Co yang bergerak dalam jual beli produk pekebunan di Surabaya. Pada tanggal 21 Oktober 1859, mereka mendirikan perusahaan perkebunan tembakau di Jember yang diberi nama NY LMOD (*Landbouw Maatscappij Oud Djember*). Sejak Jember menjadi salah satu sentra area penanaman tembakau Besuki yang terkenal menyebabkan semakin banyak pemodal mendirikan perusahaan perkebunan di daerah ini, seperti *Djelboek Tabak Maatscappij*, *Maatscappij Tabak Goemelar*, *Maatscappij Tabak Soember Djeroek*, *Besoeki Tabak Maatscappij* dan masih banyak lagi yang lainnya.⁵⁷

Sejak saat itu, mulai berdatangan orang-orang Madura dan Jawa bermigrasi ke daerah Jember. Para migran Madura menetap di kawasan Jember

⁵⁶ ibid

⁵⁷ ibid

bagian utara, sedangkan migran Jawa menetap di Jember bagian selatan. Hal ini sesuai dengan ekosistem tempat para migran berasal, sedangkan di Jember bagian tengah campuran antara migran Madura dengan migran Jawa selain orang-orang Cina, Arab, dan orang-orang Belanda yang menetap di pusat kota. Adapun pemukiman orang Belanda pusatnya di distrik Jember, di tepian sepanjang jalan arah Jember-Bondowoso (Jalan PB Sudirman). Di kawasan ini terdapat pula kompleks perkantoran, seperti kantor pusat beberapa perusahaan perkebunan swasta, kantor pusat *Besoekisch Profstation* atau Lembaga Penelitian Perkebunan. Selain itu, di sekitar kawasan itu pula didirikan gedung *Sociteit Gebouw* (sekarang kantor LPM Unej, bekas Kantor Pusat Unej) yang merupakan pusat pertemuan orang-orang Belanda di Kota Jember.

Belanda membuka perkebunan tembakau secara luas, sehingga Jember terkenal sebagai daerah penghasil tembakau. Jember selanjutnya berkembang sebagai salah satu lokasi penanaman tembakau paling bagus di Indonesia. Hasil pembudidayaan tembakau menunjukkan bahwa selain kualitas produknya amat bagus, kuantitas produksi juga amat membanggakan. Oleh sebab itu, para pemilik modal partikelir Belanda berlomba-lomba untuk dapat mengembangkan usaha penanaman tembakau di Jember yang ditandai dengan semakin banyak berdirinya perusahaan tembakau di wilayah ini. Para pengusaha mengelola penanaman tembakau secara serius dan mengakibatkan wilayah Jember terus berkembang pesat, sehingga menjadi daerah yang lebih terbuka dan ramai. Produksi tembakau di Jember sendiri sempat terhenti ketika Jepang mulai masuk ke wilayah Jember.

Setelah itu, pada 1960, kembali terjadi *boom* tembakau di Jember disebut juga sebagai (*emas biruh* artinya emas hijau= tembakau)⁵⁸, kemudian diperkuat oleh penelitian Jimmey Mickey yang meneliti tiga kota, yaitu Jember, Klaten dan Tasikmalaya⁵⁹. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dari *boom* tembakau itu terwujudlah masyarakat Jember yang cenderung individualis dan kapitalistik. Ketika temuan tersebut diseminarkan di Pemkab Jember justru dikritik oleh Pemda dan DPRD Jember. *Boom* tembakau ini terlihat juga dengan banyaknya

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Bambang Syamsu, Sejarawan Jember tanggal 3 Mei 2010.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Affandi, Sosiolog Jember, tanggal 3 Mei 2010.

pengusahanya lokal Jember yang langsung mengekspor tembakau ke Jerman, antara lain H. Abdul latif yang bahkan menurut informan “kalo panen langsung kirim ke Jerman kadang dari Jerman langsung bawa pulang mobil *Mercy*. Amal Ma’ruf terus di Kalisat, Ardiwar di Kalisat selain itu beberapa pengusaha Cina”.

Menariknya, *boom* tembakau ini cukup memberi pengaruh bagi masyarakat Jember kelas bawah yang menjadi buruh-buruh di kebun tembakau. Gaya hidup yang berubah secara tiba-tiba ketika panen tembakau, terlihat dari banyaknya orang-orang desa yang makan di restoran-restoran mahal dan memilih minuman-minuman impor. Dalam sebuah diskusi bahkan sampai disebutkan

Saya masih ingat betul kalo panen orang-orang desa itu makan di restoran. Kalo minum, minum apa? Jup. 7up itu dibaca Jup, kalo gak habis dipakai cuci tangan. Wah sombonglah...memang harganya bagus... tembakau saat itu. Seperti pak Rollah membangun masjid, tahun 1972-an kalo gak salah, jadi boom tembakau itu sejak tahun 1960-70an awal.⁶⁰

Pada tahun 1973 juga turut memberi dinamika masyarakat di Jember, yaitu dengan berdirinya Universitas Jember yang sebelumnya bernama Universitas Tawang Alun. Hingga saat ini adanya universitas di Jember membuat Jember semakin didatangi banyak calon mahasiswa yang datang dari Jawa dan sekitarnya. Bahkan saat ini di Jember telah berdiri 14 universitas baik negeri maupun swasta, sehingga apa yang dikatakan oleh Jimmey Mickey⁶¹ bahwa tidak ada kota di Indonesia yang pesat tumbuhnya seperti Jember, kecuali Jakarta, disebutkan pertambahan penduduknya 1000% dari tahun 1920-1970. Periode ini adalah yang paling berkembang dalam periode Jember, baik aspek ekonomi maupun pendidikan.

Dalam perkembangannya saat ini, ekspor tembakau Jember ke luar negeri tidak lagi sepesat tahun 1960-1970an. Menurut beberapa informan, tembakau

⁶⁰ Wawancara dengan Affandi, sosiolog Universitas Jember, 5 Mei 2010

⁶¹ Sumber wawancara dengan Affandi, sosiolog Universitas Jember, 5 Mei 2010

kalah bersaing dengan tembakau dari Afrika yang harganya lebih murah. Meskipun masih tetap bisa mengimpor, namun jumlahnya sudah berkurang. Selain dikenal dengan kota tembakau, perkembangan Jember juga didukung oleh wilayah Jember yang sering menjadi perlintasan menuju Bali. Sehingga perekonomian di Jember relatif berkembang lebih baik dari pada kabupaten di sekitarnya misalnya Bondowoso yang semula adalah wilayah induk Jember dan kota-kota tua lainnya di Jawa Timur.

4.2.3 Jember: Kota Santri

Jember yang religius menjadi konstruksi identitas tersendiri bagi masyarakat Jember dan pembentukan identitas Kabupaten Jember. Hal ini jika ditelusuri setidaknya dipengaruhi oleh beberapa hal yang cukup signifikan, pertama, adanya kepemimpinan KH. Siddik yang mewarnai perkembangan dakwah Islam, pendidikan, dan tradisi pesantren di Jember sejak tahun 1915. Kedua, masa pemerintahan Bupati Abdul Hadi, selain memberikan banyak kemajuan di bidang sarana prasarana, seperti pembangunan masjid Al Baitul Amin juga mampu mendudukkan dasar agama Islam yang cukup kuat dalam keseharian masyarakat Jember. Pada saat itu pun di masyarakat Jember dikenal trilogi pembangunan pemerintah Kabupaten Jember yang terdiri dari Taqwallah, Ahlaqul Karimah dan Ilmu yang Amaliyah dan Amal yang ilmiah.

Melihat konstruksi identitas orang Jember tidak bisa dipisahkan dengan kepemimpinan kiai. Hal itu mengapa akhirnya Jember dikenal sebagai kota yang religius. Perkembangan Jember tidak bisa dipisahkan dari kepemimpinan Kiai Siddik yang begitu kharismatik dan mewarnai dinamika sosial budaya masyarakat Jember di era tahun 1915. Pada saat itu, Kiai Siddik menetap untuk pertama kali di Jember dan menyebarkan agama Islam, sekaligus berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Beliau kemudian mendirikan pesantren salafiyah yang pembangunannya berasal dari tanah wakaf H. Alwi seluas 0,5 ha dan dana pembangunan didukung oleh H. Alwi, Bang Abdul Rochman serta masyarakat

sekitar. Pondok pesantren tersebut bernama pondok pesantren Kiai Siddik yang kemudian banyak didatangi para santri dari daerah Jember dan sekitarnya. Dari keturunan dan anak menantunya ini akhirnya banyak pesantren-pesantren tumbuh di Jember, sehingga ada yang menyebut Jember sebagai kota seribu pondok.

Selain itu, jika ditelusuri dalam sejarah kepemimpinan bupati-bupati di Jember, salah satu bupati yang begitu populer dan sangat fenomenal adalah kepemimpinan bupati Abdul Hadi, yang memimpin Jember sejak Periode 1968-1973, dan periode ke 2 pada 1974-1979. Dalam kepemimpinannya, Bupati Abdul Hadi mendapat dukungan yang begitu baik dari masyarakat Jember. Dukungan masyarakat ini didasarkan pada kedekatan bupati Abdul Hadi kepada masyarakat Jember pada saat itu, sehingga berdasarkan penelusuran sejarah hampir seluruh desa di kabupaten Jember pernah dikunjungi oleh bupati Abdul Hadi. Hal ini dilakukan oleh bupati Abdul Hadi seiring dengan hobinya naik sepeda dan kebiasaannya keluar masuk ke dusun-dusun atau rumah-rumah warga, sehingga hal ini menorehkan kesan tersendiri bagi masyarakat Jember hingga saat ini.

Dalam pemerintahannya yang cukup legendaris ini, bupati Abdul Hadi banyak menunjukkan keberhasilan, baik dalam pembangunan fisik maupun non-fisik di Kota Jember. Pembangunan fisik yang cukup monumental adalah pembangunan Gedung Pemerintah Daerah, Jalan Protokol *double way* arah Surabaya, yang pada saat itu dilakukan dengan penuh kesadaran oleh masyarakat pemilik toko dan lahan di sekitar pelebaran jalan tersebut.⁶² Selain itu, dibangun pula Masjid Jami Al Baitul Amin. Pembangunan masjid ini juga menegaskan bahwa pada saat kepemimpinan bupati Abdul Hadi, masyarakat Jember sangat bergairah dalam menjalankan agama Islam serta perkembangan Islam yang semakin baik di Jember. Hal ini juga didukung dengan banyak pesantren yang berdiri di Jember sekaligus banyaknya ulama yang memberikan dukungannya pada pemerintah serta mewarnai dinamika sosial budaya di Jember.

Dukungan para ulama Jember begitu kuat, misalnya dalam pembangunan masjid yang menurut para ulama saat itu sebisa mungkin bertahan satu generasi dan menjadi pusat ibadah dan semangat syiar Islam di Jember. Semangat para

⁶² Dalam buku Wakil Rakyat Kabupaten Jember Tempo doeloe dan sekarang, 1931-2007, hal 139.

ulama ini tertuang dalam 7 pokok pikiran yang dikemukakan oleh para ulama⁶³, antara lain: 1) selimut kaidah agama bagi masjid menyelubungi secara ketat di samping fungsinya sebagai tempat ibadah; 2) Masjid menjadi barang waqaf adalah hak milik Allah demi kepentingan dan kesejahteraan umat, sehingga atas barang waqaf diberlakukan kaidah hukum Islam; 3) hanya dengan alasan dan hujjah yang kuat dan dibenarkan oleh kaidah Islam sebuah masjid dapat dibangun dirombak dan dibangun kembali, diubah serta disempurnakan; 4) bangunan masjid lama sebagai barang waqaf manakala akan dilakukan perombakan dan penyempurnaan, bongkaran-bongkarannya wajib dimanfaatkan untuk kepentingan masjid atau waqaf juga; 5) dari segi kebutuhan umat dan tuntutan jaman masjid jami yang lama, memerlukan perluasan dengan cara memperluas bangunan yang ada atau membangun yang baru berasaskan pada kaidah Islam; 6) Memandang cukup dalam pelaksanaan perluasan masjid jami lama yang hanya menggunakan tanah sekitarnya, tanpa harus memindahkan ke tempat yang lebih jauh; 7) Masjid jami lama sepanjang sejarahnya banyak menjadi tumpuan penyebar Islam dan penggugah semangat membela tegaknya proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia, sehingga eksistensinya sebagai masjid yang mempunyai sejarah perlu tetap dipertahankan.

Berdasarkan 7 pokok pikiran inilah akhirnya bupati Abdul Hadi melaksanakan pembangunan masjid Al Baitul Amin yang dananya terhimpun dari 1) sumbangan Gabah para pemilik sawah; 2) sumbangan buah-buahan dari pohon yang produktif; 3) sumbangan dari usahawan; 4) infaq; 5) bantuan dari APBD Jawa Timur dan pemerintah pusat serta dana-dana lain yang halal dan tidak mengikat. Hal ini pula yang menunjukkan dukungan pada pembangunan masjid di mana sebagian besar dana diserap dari masyarakat Jember sendiri, selain itu kenyataan ini menunjukkan begitu kuat pemerintahan bupati Abdul Hadi pada masa itu untuk menggalang bantuan dari rakyat Jember.

Selain pembangunan masjid yang memberi dasar bagi konstruksi identitas Kota Jember yang religius adalah adanya trilogi pembangunan pemerintah daerah kabupaten Jember yang begitu terkenal dan sangat merakyat bagi Jember. Begitu

⁶³ Ibid, hal 143.

memasyarakatnya program ini hingga hampir di setiap rumah, perempatan jalan dan kantor-kantor dapat ditemui slogan ini. Trilogi berbunyi

- 1) Taqwallah, takut kepada Allah SWT dengan melaksanakan segala PerintahNya dan menjauhi serta meninggalkan segala larangannya sesuai dengan keyakinan agama masing-masing.
- 2) Ahlakul Karimah, berbudi pekerti luhur, arif dan bijaksana yang dinyatakan dengan tingkah laku yang terpuji dan perbuatan yang benar dan mulia, serta menjadi Insan yang teladan.
- 3) Ilmu yang Amaliyah dan amal yang Ilmiah, selalu berusaha untuk menambah dan meningkatkan ilmu dan dinyatakan di dalam amal perbuatan untuk mewujudkan tatanan masyarakat adil dan makmur berlandaskan Pancasila yang diridhoi oleh Tuhan Yang Maha Esa segala perbuatan dan tindakan harus berdasarkan perhitungan dan perencanaan yang matang dan mantap (*Program Oriented*).⁶⁴

Berdasarkan trilogi ini kemudian Jember dikenal sebagai kota yang religius dan kepemimpinan Bupati Abdul Hadi yang begitu merakyat serta melegenda mendukung internalisasi 3 nilai ini ke dalam keseharian masyarakat Jember kala itu. Hingga hari ini, disebutkan bupati Abdul Hadi sebagai bupati yang belum ada tandingannya dan berdasarkan dokumen yang ada hampir selalu ditemukan catatan kunjungan Bupati ini ke desa-desa di Kabupaten Jember.

4.2.4 Jember: Kota Karnaval Dunia

Dalam perkembangan Jember di tahun 2000-an muncul fenomena baru yaitu *Jember Fashion Carnival* yang banyak diberitakan oleh media massa. Meskipun fenomena ini hanyalah karnaval tahunan, namun pemberitaan media massa mengenai JFC dan Jember dapat dikatakan massal. Hal ini mau tidak mau menggugah pertanyaan mengenai identitas Kota Jember di tahun 2000-an. Tesisnya kemudian, jika memang JFC benar-benar bisa menegosiasi identitas Kota Jember untuk masuk ke wilayah sosial-kultural Jember, akhirnya akan ada

⁶⁴ Ibid hal 140.

semacam pergeseran konstruksi identitas yang terjadi dari Jember kota tembakau, Jember kota religius kemudian menjadi Jember kota karnaval *fashion* dunia. Meskipun dalam prakteknya konstruksi ini tidak terjadi dalam batas-batas yang kaku dan monolitik. Konstruksi identitas Kota Jember yang semula terjadi hanya di dalam wilayah sosiokultural Jember kini melibatkan media di dalamnya, yaitu antara media dan JFC. Hal inilah yang membuat konstruksi identitas Kota Jember sebagai kota karnaval menjadi multi interpretasi.

Munculnya *Jember Fashion Carnaval* atau JFC di Jember juga bisa menunjukkan sisi multikultural Jember, di mana komposisi penduduk Jember dari awal bisa dikatakan memang multikultural. Masuknya JFC ke wilayah sosiokultural Jember bisa dimaklumi mengingat hingga hari ini Jember agak sulit menemukan budaya-budaya asli Jember. Jika ditelusuri dari sejarah pembentukan Kota Jember, hal ini memungkinkan karena komposisi masyarakat Jember adalah pendatang yang kemudian bercampur dan membentuk kultur “Pendalungan”. Dengan budaya “Pendalungan” tersebut, akhirnya berproses untuk bercampur dengan multikultural budaya sehingga tidak bisa dipungkiri kalau JFC menjadi Identitas Kota Jember yang relatif modern dan relatif baru.

Diskursus budaya Jember yang asli dan tidak asli agak sulit dipetakan mengingat hampir tidak pernah ada penggalian budaya asli Jember maupun pendefinisian identitas Kota Jember. Selama ini yang terjadi adalah transisi Madura dan transisi Jawa, sehingga wilayah-wilayah pendalungannya semakin luas, wilayah inilah yang saat ini menjadi pusat pemerintahan dan pendidikan di Kota Jember. Dengan kata lain, semakin ke utara, makin Madura, dan yang Jawa juga demikian, semakin ke selatan makin Jawa, Jawa sekali.

Dalam perjalanannya kemudian *Jember Fashion Carnaval* itu lebih mengindonesia daripada menjadi Jember. Hal ini karena tujuan JFC bukan hanya untuk mengenalkan Jember pada Indonesia, namun juga mengenalkan Indonesia pada dunia. Pada perkembangannya, JFC menjadi lebih banyak tampil di kota-kota lain. Ini dapat dilihat sebagai apresiasi terhadap karya JFC, tetapi di sisi lain dapat dilihat sebagai bagian promosi gratis identitas Kota Jember yang baru, yaitu kota karnaval. Dalam penelusuran tentang pendapat orang Jember mengenai JFC,

pertanyaan tentang JFC yang selalu muncul adalah identitas Kota Jember, Jember yang mana? Kemudian sebagian besar informan menjawab Jember yang modern, Jember yang baru, bukan Jember yang lama. Kemudian ketika informan Jember diminta untuk menyebutkan Jember seperti apa yang lama, maka menurut mereka Jember yang lama adalah Jember yang identik dengan musik Patrol, Janger, di mana Janger di Jember sangat unik, pakaiannya, gamelannya, dan ceritanya. Meski Janger Jember tetap identik dengan cerita yang ada di Banyuwangi, tetapi untuk komunikasinya memakai bahasa Madura untuk di daerah Jember bagian Utara (mayoritas Madura), di daerah Jember bagian selatan (mayoritas Jawa) memakai bahasa Jawa.

Jadi cerita tentang Damar Wulan, Minak Djinggo cerita tentang Kajiasmorobangun itu kalau di daerah Jember bagian utara mereka bermetamorfosa menjadi bahasa Madura meskipun kidungannya Jawa, tapi ketika berdialog itu pakai bahasa Madura, tetapi ketika menari, bernyanyi, menembang itu gamelannya Jawa, gending-gending Janger ala Jawa, kemudian ketika dia ditontonkan di daerah Ambulu, ya bahasa Jawa, tidak ada yang pakai bahasa Madura di sini, kalau yang wayang kulit lebih disukai di daerah Ambulu,, daerah Jawa betul. Wayang kulit masih bertahan di situ, membutuhkan pemahaman yang relatif sangat tinggi. sedangkan yang sangat merakyat Janger, Pentung dia bisa dimana-mana.⁶⁵

Dalam perkembangannya, JFC masuk secara pelan namun pasti dalam wilayah sosiokultural Jember, meski JFC ditampilkan di tengah kota, namun para peserta JFC kebanyakan dari wilayah pinggiran Jember. Berdasarkan data peserta dapat terlihat kantung-kantung peserta JFC setidaknya 3 kecamatan di Jember, yaitu Kecamatan Kalisat, Kecamatan Ambulu, dan Kecamatan Sumbersari. Terdapat juga peserta yang berasal dari kabupaten tetangga yakni Kabupaten Bondowoso yakni Kecamatan Tamanan. Di kantung-kantung peserta ini selain mendapat sosialisasi langsung dari peserta yang telah ikut JFC sebelumnya juga

⁶⁵ Wawancara dengan Prof. Hari Yuswadi, sosiolog Universitas Jember, 10 Maret 2010.

mendapat sosialisasi dari JFC yang sengaja datang ke lokasi-lokasi ini dengan pakaian karnaval lengkap dan melakukan presentasi di alun-alun kecamatan atau presentasi di kantor desa. Selain itu pun memperkenalkan JFC agar lebih dekat dengan warga Jember dan sekaligus untuk melakukan rekrutmen peserta. Di Kecamatan Kalisat di mana 80% peserta JFC *marching band* berasal karena sosialisasi dilakukan oleh kakak kelas mereka yang pernah ikut JFC sebelumnya dan sosialisasi ini sedemikian berhasil, sehingga peserta JFC dari Kecamatan Kalisat selalu meningkat dari tahun ke tahun.

Menarik untuk Kecamatan Kalisat, di mana peserta JFC banyak berasal dari siswa SMA Kalisat, semacam terdapat regenerasi secara alami di mana kakak kelas yang pernah ikut JFC memberikan pengalamannya dan mengajak adik kelasnya untuk ikut JFC. Hal ini lebih ampuh daripada saran yang diberikan oleh para guru kepada siswa mereka. Dengan begitu banyaknya anak-anak JFC dari wilayah Kalisat ini, akhirnya para siswa mengusulkan kepada guru mereka untuk membuat karnaval sekolah yang sejenis dengan karnaval kostum JFC. Dalam karnaval ini kreatifitas kostum yang dihasilkan mungkin tidak sekreatif JFC, namun mereka tetap melangsungkan karnaval ini. Selain itu, yang menarik adalah adanya sewa menyewa kostum dari peserta JFC untuk dipakai di karnaval di sekolahnya di wilayah Kalisat. Dalam hal ini, keuntungan peserta JFC adalah selain menyewakan kostum, keahlian mereka dalam bermake-up juga bisa menghasilkan uang. Selain mendapatkan berbagai keterampilan lain selama terlibat dalam pelaksanaan JFC.

Melihat proses ini akhirnya bukan tidak mungkin impian menjadikan JFC sebagai kota karnaval dunia menjadi terwujud di mana proses sosialisasi dan internalisasi makna serta kepentingan ini sedang berlangsung mungkin bukan untuk generasi yang saat ini tengah memimpin Jember, namun bagi generasi muda yang saat ini menjadi peserta JFC. Selain itu, seiring waktu JFC akan menjadi memori kolektif bagi banyak generasi muda saat ini, baik yang menjadi peserta JFC maupun yang hanya menjadi penonton JFC. Hal inilah merupakan sumber yang khas dari konstruksi identitas.

Dalam perjalanannya, Jember mengalami tiga konstruksi identitas dan hal ini tentu tidak terjadi begitu saja, ada konteks ruang dan waktu saat itu yang membuat dan memengaruhi terciptanya konstruksi identitas tersebut. Berikut dalam tabel akan dijelaskan konteks sosial dan budaya yang terjadi saat itu, serta hal ini turut pula menjelaskan bagaimana sebuah rekayasa atau konstruksi identitas yang dibangun pada dasarnya selalu berakar dan sesuai konteks ruang serta waktu masyarakat Jember. Hal ini turut pula menguatkan apa yang disampaikan oleh Castells bahwa konstruksi identitas apapun akan berakar pada ruang dan waktu masyarakat pada saat itu (Castells, 2004).

Tabel 8. Konstruksi Identitas Kota Jember

Konstruksi Identitas	Jember Kota Tembakau	Jember Kota Santri	Jember Kota Karnaval Dunia
Konstruksi identitasnya	Jember sebagai kota yang dikenal dengan tembakau Besukinya.	Jember dikenal sebagai kota santri di mana banyak pesantren berdiri di Jember dan masyarakat Jember yang religius.	Jember mulai dikenal sebagai kota tempat diselenggarakannya JFC, karnaval <i>fashion</i> yang memakai kostum yang unik dan kreatif. Konstruksi ini semakin dikuatkan oleh banyaknya liputan media yang memberitakan JFC.
Aktor	Tahun 1900 awal, konstruksi identitas dibangun oleh korporasi yang ingin menjadikan tembakau Besuki Jember lebih terkenal. Tahun 1960 hingga tahun 1970-an dikonstruksi oleh	Tahun 1915 awal, konstruksi terjadi ketika Kiai Siddiq membangun pesantren di Jember dan banyak santri berdatangan dari berbagai daerah untuk <i>nyantri</i> di Jember. Konstruksi identitas	Konstruksi identitas dibangun oleh kelas menengah yakni JFCC yang didukung oleh media.

	pemerintah lokal untuk mengklaim bahwa Jemberlah satu-satunya tempat penghasil tembakau Besuki yang terbaik. Konstruksi ini juga ingin dibumikan dengan membuat logo Jember yang memuat daun tembakau.	dibangun oleh pemerintah, terbukti dari trilogi pembangunan masyarakat Jember.	
Posisi Media	Terdapat dua media yang sering memberitakan tentang Jember Kota Tembakau, pertama media swasta berjudul “Gerak Pembangunan” terbit di seluruh Jawa dan kedua, media pemerintah Jember (informan lupa namanya) bertahan selama 20 tahun dan dibeli oleh orang Jember di seluruh Jawa. Pada periode ini media dikontrol oleh pemerintah, dan dimobilisasi oleh pemerintah ⁶⁶ .	Dimobilisasi oleh pemerintah lokal. Namun tidak ada media yang menyebut secara langsung. Konstruksi ini populer karena banyaknya pesantren yang ada di Jember dan banyaknya santri dari luar Jember yang mondok di Jember. Sebelum dipopulerkan dalam trilogi pembangunan masyarakat Jember, konstruksi identitas ini telah populer.	Mendukung konstruksi identitas ini bahkan menjadi bagian dari aktor.
Konteks sosial	Dalam periode ini di Jember (tahun	Dalam periode ini informasi	Dalam periode ini internet menjadi

⁶⁶ Hasil wawancara dengan pak badri, penyusun buku DPRD Jember tempoe doeloe, tanggal 17 Juni 2010

politik dan budaya.	<p>1970-an) internet belum menjadi trend.</p> <p>Dalam periode ini pemerintahan berlangsung secara sentralistik di pusat. Masih percampuran budaya Jawa, Madura dan sedikit budaya asing, yang dibawa oleh Belanda, Cina dan Arab lewat interaksi mereka secara langsung. Penggagas Tembakau di Jember, genius dari Belanda.</p>	<p>khususnya internet belum menjadi trend.</p> <p>Dalam periode ini pemerintahan berlangsung secara sentralistik di pusat. Masih percampuran budaya Jawa, Madura dan sedikit budaya asing, yang dibawa oleh Belanda, Cina dan Arab lewat interaksi mereka secara langsung. Namun kultur pesantren lebih banyak sebagai kultur Madura. Genius lokal periode ini, Kiai Siddiq yang baru pulang belajar di Madura. Kemudian dilanjutkan oleh Bani Siddik</p>	<p>trend, dan informasi berlimpah ruah serta mudah didapatkan, hampir tanpa batas ruang dan waktu. Dalam periode ini pemerintah telah melakukan desentralisasi kekuasaan. Dalam pikiran Castells hal ini pulalah yang membuat ekspresi akan identitas kelompok-kelompok lokal lebih mudah diterima. Arus budaya demikian cair, globalisasi membuat informasi mudah didapatkan sehingga food, fashion dan fun menjadi trend yang tersebar diseluruh dunia dengan begitu mudahnya. Termasuk pengetahuan tentang karnaval di Rio dan Pasadena. Genius lokal, Dynand Fariz yang baru pulang dari belajar fashion di Paris.</p>
Yang diuntungkan	<p>Masyarakat, khususnya petani tembakau karena konstruksi identitas Jember sebagai kota tembakau membuat</p>	<p>Masyarakat, dalam konteks pembangunan moral masyarakat jember dan bani siddik sebagai peletak</p>	<p>Masyarakat jember khususnya PKL dan pedagang mikro kecil sepanjang jalan yang dilalui JFC, hotel-hotel dan tukang</p>

	<p>banyak pedagang yang mau membeli tembakau langsung datang ke Jember. Konstruksi ini membuat Jember bisa mengklaim tembakau besuki terbaik berasal dari Jember, meskipun daerah sekitar Jember juga penghasil tembakau.</p>	<p>fondasi pendidikan pesantren di jember. Dengan banyaknya santri yang mengaji di pesantren-pesantren di jember para kiai dapat memiliki hegemoni, baik kultural, sosial maupun politik. Saat ini politik itu pun terpisah-pisah antar pesantren.</p>	<p>parkir pada saat JFC berlangsung. Masyarakat juga diuntungkan dengan tontonan gratis yang bisa dinikmati setiap tahun. Dinas pariwisata dengan banyaknya pengunjung yang datang dari luar daerah pada saat ada JFC.</p> <p>Selain itu yang diuntungkan adalah pihak JFCC, sebagai penyelenggara JFC karena dengan konstruksi itu selain JFCC bisa jualan karnaval untuk indoor juga keuntungan simbolik, dan brand atau hak cipta atas benda berlogo JFC, termasuk Kaos JFC dsb.</p>
Yang dirugikan	Kelompok petani lain yang tidak memiliki klaim.	Kelompok abangan yang terbatas oleh klaim kota santri	Kelompok seniman lain yang posisinya tergeser oleh JFC.

Sumber : Analisis Penulis, 2010.

Sebagaimana disebutkan di muka bahwa identitas kota tidaklah pernah bersifat monolitik. Identitas yang ada sebelumnya tidak hilang meski ada identitas baru yang muncul. Dalam konteks identitas kota Jember ini, identitas sebagai kota tembakau dan kota santri masih tetap ada meski identitas Jember sebagai kota karnaval turut pula dikonstruksi. Tabel yang dituliskan di atas tidak dimaksudkan sebagai sebuah pembatasan waktu. Tabel tersebut hanya sebagai sebuah

pemilahan waktu secara artifisial untuk membedakan tiga konstruksi identitas yang mewarnai kota Jember hingga saat ini.

4.2.5 JFC di Mata Orang Jember: Pro dan Kontra

Hadirnya JFC dalam wilayah sosiokultural Jember tentu menghasilkan sikap-sikap pro dan kontra. Namun, di sisi lain tidak bisa ditolak bahwa masuknya JFC ke dalam diskursus identitas Kota Jember karena wilayah sosiokultural Jember itu sendiri yang relatif permisif dan terbuka bagi kultur baru serta kecenderungan perkembangan kota Jember yang multikultural.

Dalam tulisan di muka disebutkan mengenai konstruksi identitas Kota Jember yang religius di mana terdapat banyak pesantren di Jember. Menjadi mengherankan di mana banyak pesantren berdiri di Jember, namun masyarakat Jember relatif permisif pada budaya global yang dibawa oleh JFC. Hal ini ternyata disebabkan tidak adanya hegemoni pesantren di Jember, baik itu dalam *bargaining* sosial, politik maupun budaya, sehingga wilayah sosiokultural Jember tidak lagi hanya disebut terbuka atau bebas lebih dari itu adalah “liar”.

Hegemoni pondok itukan gak ada lain dengan Situbondo Asembangus kalo di situ adakan yang namanya Kiai Asad itu sangat hebat padahal bukan partai besar yang dimiliki partai kecil saat itu PPP nah berbeda dengan Jember, Jember ini kota seribu pondok tapi pondok gak punya *bergaining position* di sini. *Cultural bargaining* gak ada *social bargaining* gak ada *political bargaining* ada tapi kan terpecah pecah⁶⁷.

Dalam wilayah sosio kultural yang liar inilah akhirnya semua elemen menentukan bentuknya sendiri dan karena selama ini tidak pernah ada proyek pembentukan identitas kota oleh pemerintah, maka yang terjadi akhirnya JFC tumbuh dari masyarakat sendiri serta didukung oleh media. Pemkab Jember yang dalam hal ini sebagai perwujudan negara tidak turut membesarkan maupun menyempurnakan, malah yang terjadi hanyalah mendompleng JFC melalui *event* BBJ.

⁶⁷ Wawancara dengan Prof. Ayu Sutarto, Pakar Budaya, 13 Maret 2010

Menariknya kemudian adalah bukan hanya kepada pemerintah kabupaten saja negosiasi identitas itu dilakukan oleh JFC, namun juga kepada media. Dalam setting masyarakat jaringan bukan lagi negara yang mampu menentukan identitas, proses identifikasi kini diambil alih dan dilakukan oleh media. Dalam hal ini yang memenangkan negosiasi identitas adalah JFC yang mendapat dukungan media karena yang menguasai kita saat ini adalah media massa dan media elektronik.

Namun, ketika JFC telah memasuki wilayah sosiokultural ini pro dan kontra adalah hal yang almah. Sejauh ini, berdasarkan temuan data yang dihimpun terdapat beberapa pendapat masyarakat Jember merespon JFC. Beberapa melihat JFC meskipun didukung oleh media, bagaimanapun juga harus masuk dan diserap oleh masyarakat dengan kata lain harus ada *active balance* dan itu masyarakat sebagai pendukung kebudayaan. Tanpa itu JFC tidak akan bisa menjadi Identitas Kota Jember, karena identitas harus pula diakui oleh pemilik identitas tersebut.

Dalam proses ini akhirnya *sense of belonging* akan tumbuh. Terlihat dari bagaimana orang-orang Jember berjubelan menonton di jalan-jalan. Masyarakat Jember yang agraris yang haus hiburan akan tertarik, selain karnaval ini spektakuler juga gratis dinikmati oleh penonton. Yang menarik justru yang menjadi wilayah kebudayaan dimana masyarakat merasa mendapat tontonan bagus dan mudah dinikmati sehingga semakin lama JFC menjadi milik rakyat, dimiliki. Namun kemudian sebagai konstruksi identitas tentu itu akan berlangsung lama. Karena *process of becoming* tidak bisa hanya terjadi 5-10 tahun bisa hingga 50 tahun yang terpenting adalah JFC tidak berhenti. Yang kemudian tidak bisa dipungkiri adalah bisa dirasakan saat ini dukungan dari seluruh Indonesia dan penjuru dunia saat ini sedang mengalir dan itu seharusnya bisa dimanfaatkan untuk membangun ekonomi kreatif di Jember.

Kesulitannya adalah bagaimana JFC bisa kontinue dan dimaknai oleh lingkungan sosial dan kebudayaannya. Karena masyarakat harus mendukung, sementara masyarakat saat ini hanya melihat JFC sebagai tontonan karnaval tahunan yang banyak diliput oleh media. Beberapa orang Jember mungkin merasa bangga saat media banyak memberitakan JFC namun hanya sampai sebatas itu.

Sebagai *process of becoming* akhirnya hanya waktu yang bisa membuktikan proses identifikasi itu berhasil atau tidak bagi Jember dan JFC.

Sementara itu sikap kontra juga pernah ditunjukkan masyarakat terhadap JFC. Melihat JFC saat ini tentu tidak akan menyangka pernah mengalami penolakan dari beberapa kalangan masyarakat Jember. Pada saat JFC 2 dimana banyak peserta yang berpakaian dengan bagian perut terbuka. Sehingga banyak masyarakat yang menilai bahwa JFC menampilkan peserta yang berpakaian serba mini. Pada saat itu, Pemda Jember hampir tidak memberi ijin kepada penyelenggara JFC untuk mengadakan JFC 4. Penolakan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah Jember berpenduduk mayoritas Islam dan karnaval dengan pakaian serba terbuka dapat dianggap bertentangan dengan nilai-nilai agama dan budaya. Kemudian beberapa fraksi di DPRD Jember menolak dan tidak memberi ijin bagi penyelenggaraan JFC berikutnya, yang akhirnya berujung *hearing* antara JFC dan JFCC dengan DPRD Jember pada tahun 2005.

Dalam *hearing* itu JFCC menjelaskan kepada para anggota Dewan bahwa JFC tidak demikian adanya. Selain *hearing* di depan anggota dewan JFC juga mengajak anggota DPRD Jember untuk menyaksikan langsung JFC tampil. Memang disadari saat tema *defile* India banyak peserta yang memakai kostum terbuka di bagian perut. Namun, dengan semakin kreatifnya peserta dari tahun ke tahun, peserta JFC bisa-bisa tidak lagi dikenali karena begitu tertutupnya kostum mereka. Kemudian seiring dengan semakin banyaknya media memberitakan *event* JFC yang juga turut mengangkat Jember maka masyarakat mulai menyadari JFC bukan sekedar karnaval biasa dan merasa bangga karenanya.

Pada tahun 2008, penolakan kembali terjadi disampaikan oleh Muslimah HTI Jember dalam sebuah long march menyambut ramadhan seperti disebutkan dalam pemberitaan mengatakan menyerukan untuk menyelamatkan generasi dan menjaga kesucian Ramadhan dari bahaya liberalisasi budaya, yang salah satunya di-booming-kan melalui *event* JFC sehingga dalam long marchnya mereka mengatakan "Salah besar jika Bulan Berkunjung Jember berikut *Jember Fashion Carnival* memberikan manfaat bagi masyarakat Jember."

Hal ini tidak bisa dihindari mengingat Jember adalah sebuah wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim. Dalam kontestasi identitas menjadi hal yang wajar sikap pro dan kontra terhadap JFC, yang tidak diharapkan adalah sikap tidak mau tahu dan sikap tidak peka terhadap apa yang sedang terjadi dalam wilayah sosiokultural Jember. Dalam hal ini Pemerintah Kabupaten Jember seharusnya memiliki proyek pembentukan Identitas Kota Jember, sehingga masyarakat Jember tidak hanya menjadi warga yang selalu merasa menjadi pendatang meski telah demikian lama berdomisili di Jember.

4.3 Konstruksi Identitas Media Terhadap JFC dan Jember

4.3.1 Konstruksi Identitas Media terhadap JFC dan Identitas Kota Jember dari Tahun 2006-2009

Terdapat beberapa konstruksi identitas sengaja dimunculkan oleh media terkait dengan pemberitaan JFC di Media massa. Beberapa diantaranya disebutkan terus menerus dan menjadi jargon yang dipakai oleh media dari tahun ke tahun. Sebelum menjelaskan apa-saja konstruksi identitas tersebut terlebih dahulu akan dipaparkan ringkasan pemberitaan media dari tahun 2006-2009 atau dari JFC 5 hingga JFC 9. Hal ini didasarkan kelengkapan data media yang memberitakan JFC. Dengan demikian analisis teks media ini dilakukan pada seluruh pemberitaan koran yang mengangkat tema JFC dan yang mampu didokumentasi oleh pihak JFC tanpa dibatasi pada koran tertentu. Hal ini sengaja dilakukan karena tidak semua media memberitakan tentang JFC secara kontinu dari tahun ke tahun; dan sekalipun ada, pemberitaan tersebut sangat terbatas, sehingga analisis teks media dilakukan pada seluruh teks yang ada dan mampu didokumentasikan oleh JFC.

Pemberitaan Media Terhadap JFC 5 Tahun 2006

Pemberitaan media terhadap JFC 5 tahun 2006 terkait dengan beberapa konstruksi penting jika diringkas setidaknya dapat disimpulkan dalam beberapa poin antara lain:

1. JFC menjadikan Jember sebagai kota wisata mode di Indonesia.

2. JFC melahirkan *economic benefit* bagi Jember.
3. JFC selain kreatif juga bisa menjadi *trendsetter fashion* dunia.
4. JFC mirip karnaval di Rio de Janeiro.

Sedangkan konstruksi identitas Kota Jember yang sengaja dibangun media antara lain:

1. Jember sebagai kota kecil yang mendunia.
2. Jember dikenal dengan suwar-suwir, tembakau dan kota yang religius.
3. Kota yang memiliki parade *fashion* JFC.

Relasi yang ditunjukkan oleh media dalam kaitannya dengan pemberitaan ini adalah relasi antara JFC dengan Kabupaten Jember. Dalam relasi ini media menunjukkan hubungan yang searah. Dihampir seluruh pemberitaan tahun 2006 ditunjukkan oleh media bahwa relasi yang sengaja dimunculkan adalah 1) relasi antara penonton dengan JFC. Menunjukkan bahwa penonton kagum dengan sajian JFC. 2) Relasi Dynand Fariz kepada media dan masyarakat Jember. Ditunjukkan dengan kutipan-kutipan wawancara langsung dengan wartawan; relasi Dynand Fariz dengan Kota Jember ditunjukkan dengan karnaval ini yang dapat melahirkan *economic benefit* bagi Jember. 3) relasi Pemda Jember kepada JFC. Ditunjukkan dengan dibukanya JFC oleh wakil Bupati Jember. 3) relasi pakar budaya (pihak netral) terhadap JFC ditunjukkan dengan sangat positif melalui pernyataannya bahwa selain sebagai hiburan JFC dapat menjadi nuansa pendidikan kepada masyarakat.

Sedangkan identifikasi media dilakukan kepada JFC ditunjukkan dengan dua hal positif tentang JFC, yaitu 1) bahwa JFC menghibur masyarakat Jember; 2) bahwa JFC berkeinginan membuat Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia.

Pemberitaan Media Terhadap JFC 6 Tahun 2007

Pemberitaan media terhadap JFC 6 tahun 2007 terkait dengan beberapa konstruksi penting jika diringkas setidaknya dapat disimpulkan dalam beberapa poin antara lain:

1. JFC berusaha mengangkat nama Jember semakin dikenal.

2. JFC melahirkan keuntungan bagi pegiat usaha mikro di Jember.
3. JFC banyak ditonton baik dari dalam maupun luar negeri.

Sedangkan konstruksi identitas Kota Jember yang sengaja dibangun media antara lain:

1. Jember kota santri.
2. Jember kota karnaval *fashion* Indonesia.

Relasi yang ditampilkan adalah JFC meningkatkan perekonomian mikro di Jember, relasi media dengan JFC. Media membuat JFC besar. Relasi JFC terhadap masyarakat, JFC memberikan tontonan kepada masyarakat Jember. Identifikasi diberikan kepada JFC sebagai pihak yang membawa nama Jember ke dunia internasional. Dalam hal ini diperkuat dengan semua kutipan yang memperkuat posisi JFC sebagai *branding* bagi Kota Jember dan memperkuat citra positif JFC.

Pemberitaan Media Terhadap JFC 7 Tahun 2008

Pemberitaan media terhadap JFC 7 tahun 2008 terkait dengan beberapa konstruksi penting jika diringkas setidaknya dapat disimpulkan dalam beberapa poin antara lain:

1. JFC banyak diliput oleh media asing.
2. JFC menjadi ikon Jember.
3. JFC memberi pendidikan kepada generasi muda.
4. JFC adalah Dynand Fariz.

Sedangkan konstruksi identitas Kota Jember yang sengaja dibangun media antara lain:

1. Jember kabupaten di wilayah tapal kuda yang agamis dan relatif taat.
2. Jember kota yang terkenal dengan *watu ulo*.
3. Jember kota tembakau.
4. Jember memiliki masyarakat yang plural.

Relasi yang sengaja dimunculkan adalah relasi antara Dynand Fariz terhadap JFC dan JFC terhadap Jember serta JFC terhadap Indonesia. Identifikasi

dilakukan terhadap JFC yang menjadi icon wisata Jember selain itu Identifikasi dilakukan terhadap JFC yang mampu membawa nama baik Jember ke mancanegara dan membawa isu lingkungan hidup.

Pemberitaan Media Terhadap JFC8 Tahun 2009

Pemberitaan media terhadap JFC 8 tahun 2009 terkait dengan beberapa konstruksi penting jika diringkas setidaknya dapat disimpulkan dalam beberapa poin antara lain:

1. JFC kini dikenal di dunia internasional.
2. JFC ikon Kota Jember.
3. JFC membawa pesan moral lewat kostum.
4. JFC berkomitmen pada kearifan budaya Indonesia.

Sedangkan konstruksi identitas Kota Jember yang sengaja dibangun media antara lain:

1. Jember kota religius dan agamis.
2. Jember kota kecil di pesisir selatan Jawa Timur.
3. Jember kota terbesar ketiga di Jawa Timur.
4. Jember kota yang jadi pusat perhatian dunia sejak JFC.

Relasi antara JFC dengan Sariayu Martha Tilaar dan JFC dengan penonton. Dalam teks ini disebutkan JFC mempromosikan produk Sariayu Martha Tilaar, relasi antara JFC dan Pemkab Jember serta penonton. Dalam relasi antara JFC dengan masyarakat Jember, JFC memberi banyak hal positif bagi Jember. Identifikasi diberikan media terhadap JFC yang membawa nama Jember menjadi dikenal dan sebagai kelompok yang kreatif terlihat dari semua tema yang diangkat serta kutipan dari pihak JFC yang diberikan dalam setiap pemberitaannya.

Jika ditelaah pemberitaannya dari tahun ke tahun terdapat dua hal yang penting dicatat, yaitu persamaan yang muncul dalam pemberitaan dari tahun ke tahun dan perbedaan yang terjadi dari apa yang disajikan media dalam pemberitaannya. Persamaan yang dapat dilihat dalam pemberitaan JFC dari tahun ke tahun adalah pilihan tema berita yang masih juga mengangkat JFC berdasarkan

keunikan tema kostum yang ditampilkan oleh JFC. Tema kreatifitas peserta yang begitu spektakuler dan antusiasme penonton yang selalu kagum menonton JFC serta hal-hal kontroversial yang selalu dimunculkan oleh media tercatat setidaknya dua hal, yaitu 1) Kota kecil, religius dan terletak di ujung Jawa Timur di mana bisa menghasilkan karnaval kostum kelas dunia yang begitu spektakuler dan unik serta 2) karnaval unik dan kreatif yang berusaha mengangkat nama Jember ke dunia di mana dalam perjalanannya pernah mendapat tentangan dan penolakan dari masyarakat Jember sendiri.

Sementara perbedaan yang terjadi pada pemberitaan dari tahun ke tahun yakni, tahun 2006 (JFC 5) di mana pemberitaan banyak menonjolkan bahwa Jember wilayah kecil di ujung Jawa Timur kini telah memiliki karnaval kelas dunia yang dihadiri lebih dari ratusan ribu penonton. Pada tahun ini, meskipun telah banyak media yang memberitakan JFC, namun dalam pemberitaannya masih terkesan media memperkenalkan JFC pada khalayak pembaca. Tahun 2007 (JFC 6) media mulai mengangkat keuntungan ekonomi yang bisa dihasilkan oleh JFC dan perubahan yang dihasilkan oleh JFC seperti, mulai banyaknya anak muda Jember yang mulai pandai membuat *masterpiece* atau adi busana untuk karnaval serta melihat JFC sebagai sebuah ritual menuju dewasa dan menjadi anak Jember. Serta semakin banyaknya penonton JFC baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Tahun 2008 (JFC 7) media banyak mengangkat *soft new* yang berisi perjalanan JFC dan Dynand Fariz dari mula hingga kini. Media juga mengangkat banyaknya *road show* ke luar negeri yang dilakukan oleh JFC. Selain itu, diangkat juga tentang JFC yang menjadi guru karnaval di Solo dan menciptakan Solo Batik Carnival serta JFC yang semakin banyak diliput oleh media asing. Terakhir, tahun 2008 (JFC 8) media memberitakan karnaval JFC di Surabaya untuk memperkenalkan produk Sariayu Martha Tilaar Jawa Timur dengan tema Merak Kasmaran dan Reog Ponorogo. Selain itu, dalam pemberitaan ini mulai lebih banyak dikupas makna tema-tema kostum yang ditampilkan oleh JFC. Hal lain adalah ditampilkan juga tentang perjalanan JFC hingga saat ini (JFC 9) yang sudah semakin diterima oleh masyarakat. Lebih jelasnya terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 9. Matrik Pemberitaan JFC Tahun 2005-2009

Kriteria	JFC 5	JFC 6	JFC 7	JFC 8
Representasi	<p>JFC menjadikan Jember sebagai kota wisata mode di Indonesia;</p> <p>JFC melahirkan <i>economic benefit</i> bagi Jember; JFC selain kreatif juga bisa menjadi trendsetter <i>fashion</i> dunia; JFC mirip karnaval di Rio de Janeiro.</p> <p>Jember sebagai kota kecil yang mendunia; Jember dikenal dengan suwar-suwir, tembakau dan kota yang religius; Kota yang memiliki parade <i>fashion</i> JFC.</p>	<p>JFC berusaha mengangkat nama Jember semakin dikenal; JFC melahirkan keuntungan bagi pegiat usaha mikro di Jember; JFC banyak ditonton baik dari dalam maupun luar negeri.</p> <p>Jember kota santri; Jember kota karnaval <i>fashion</i> Indonesia.</p>	<p>JFC banyak diliput oleh media asing; JFC menjadi ikon Jember; JFC memberi pendidikan kepada generasi muda; JFC adalah Dynand Fariz;</p> <p>Jember kabupaten di wilayah tapal kuda yang agamis dan relatif taat; Jember kota yang terkenal dengan <i>watu ulo</i>; Jember kota tembakau; Jember memiliki masyarakat yang plural.</p>	<p>JFC kini dikenal di dunia internasional; JFC ikon Kota Jember; JFC membawa pesan moral lewat kostum; JFC berkomitmen pada kearifan budaya Indonesia.</p> <p>Jember kota religius dan agamis; Jember kota kecil di pesisir selatan Jawa Timur; Jember kota terbesar ketiga di Jawa Timur; Jember kota yang jadi pusat perhatian dunia sejak JFC.</p>
Relasi	JFC memberi kontribusi positif terhadap Jember	JFC memberi kontribusi positif terhadap Jember	JFC memberi kontribusi positif terhadap Jember	JFC memberi kontribusi positif terhadap Jember
Identifikasi	Positif terhadap JFC	Positif terhadap JFC	Positif terhadap JFC	Positif terhadap JFC
Persamaan	Persamaan yang dapat dilihat dalam Pemberitaan JFC dari tahun ke tahun adalah pilihan tema berita yang masih juga mengangkat JFC berdasarkan			

	<p>keunikan tema kostum yang ditampilkan oleh JFC. Tema kreatifitas peserta yang begitu spektakuler dan antusiasme penonton yang selalu kagum menonton JFC serta hal-hal kontroversial yang selalu dimunculkan oleh media tercatat setidaknya dua hal, yaitu: 1) Kota kecil, religius dan di ujung Jawa Timur yang bisa menghasilkan karnaval kostum kelas dunia yang begitu spektakuler dan unik serta 2) karnaval unik dan kreatif yang berusaha mengangkat nama Jember ke dunia di mana dalam perjalanannya pernah mendapat tentangan dan penolakan dari masyarakat Jember sendiri.</p>			
Perbedaan	<p>pemberitaan banyak menonjolkan bahwa Jember wilayah kecil di ujung Jawa Timur kini telah memiliki karnaval kelas dunia yang dihadiri lebih dari ratusan ribu penonton. Pada tahun ini meskipun telah banyak media yang memberitakan JFC namun dalam pemberitaannya masih terkesan bahwa media memperkenalkan JFC pada khalayak pembaca.</p>	<p>media mulai mengangkat keuntungan ekonomi yang bisa dihasilkan oleh JFC dan perubahan yang dihasilkan oleh JFC, seperti mulai banyaknya anak muda Jember yang mulai pandai membuat <i>masterpiece</i> atau <i>adi busana</i> untuk karnaval serta melihat JFC sebagai sebuah ritual menuju dewasa dan menjadi anak Jember serta semakin banyaknya penonton JFC baik, dari dalam negeri maupun luar negeri.</p>	<p>media banyak mengangkat <i>soft new</i> yang berisi perjalanan JFC dan Dynand Fariz dari mula hingga kini. Media juga mengangkat banyaknya <i>road show</i> ke luar negeri yang dilakukan oleh JFC. Selain itu, diangkat juga tentang JFC yang menjadi guru karnaval di Solo dan menciptakan “Solo Batik Carnival” serta JFC yang semakin banyak diliput oleh media asing.</p>	<p>media memberitakan karnaval JFC di Surabaya untuk memperkenalkan produk Sariayu Martha Tilaar Jawa Timur dengan tema Merak Kasmaran dan Reog Ponorogo. Selain itu, dalam pemberitaan ini mulai lebih banyak dikupas makna tema-tema kostum yang ditampilkan oleh JFC. Selain itu, ditampilkan pula tentang perjalanan JFC hingga saat ini (JFC 9) yang sudah semakin diterima oleh masyarakat.</p>

Sumber : Analisis penulis, 2010.

4.3. 2 Konstruksi Identitas Kota Jember oleh Media: Jember Kota Karnaval *Fashion* yang menghasilkan kreatifitas Tak Terbatas

Dari keseluruhan pemberitaan media terdapat satu konstruksi identitas yang dibangun media, yakni Jember sebagai kota karnaval *fashion* yang melahirkan banyak kreatifitas tak terbatas. Konstruksi identitas ini terlihat dari pemberitaan dengan tema ini yang selalu diulang-ulang. Selain itu, *jargon* Jember kota karnaval *fashion* pertama di Indonesia yang menjadi begitu khas dari JFC. *Jargon* ini sengaja dipopulerkan oleh media di mana media melihat semangat itu dari setiap aura karnaval yang keluar di setiap parade yang di selenggarakan di bulan Agustus.

Dalam hampir setiap pemberitaannya, media menuliskan bahwa penyelenggaraan JFC bertujuan untuk mengangkat nama Jember sebagai bentuk pengabdian kepada rakyat Jember, sekaligus membuat satu kegiatan yang dapat mewadahi kreatifitas putra putri Jember. Tidak dapat dipungkiri JFC yang besar oleh dukungan media, penyelenggaraannya banyak memberi dampak dalam setiap lini kehidupan. Selain nama Jember jadi terkenal juga memberikan keuntungan tersendiri bagi pegiat usaha mikro Jember. Atau dalam teks berbeda disebutkan:

JFC berangkat dari keinginan untuk menjadikan **Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia** dengan memperkenalkan kostum budaya dari berbagai belahan dunia. JFC diharapkan dapat melahirkan ***economic benefit* dengan tumbuhnya industri mode** dan pariwisata. Jika selama ini Bandung dikenal dengan *Paris van Java* karena industri konveksinya, Jember yang punya karnaval modenya.⁶⁸

Harapan Dynand Fariz dengan acara *fashion* ini Jember bisa menjadi kota wisata mode pertama di Indonesia. Budayawan dari Universitas Jember Ayu Sutarto, mengatakan selain sebagai hiburan, JFC ini juga memberikan nuansa pendidikan kepada masyarakat. Acara ini bisa dijadikan sebagai bentuk untuk mengenal dunia yang lebih luas

⁶⁸ KOMPAS foto pekan ini. Jember Punya Karnaval, 20 Agustus 2006.

lagi. Selain itu dunia internasional melalui tayangan media tentu juga akan melihat Jember sebagai kota kecil yang telah melahirkan prestasi mendunia. Jember sebagai kota kecil tidak cukup bangga dengan sebutan kota tembakau tetapi juga melalui kreatifitas putra daerah mampu menembus dunia. Selain pengamat busana dan disainer dari jakarta dan bali yang datang untuk melihat acara dari dekat juga ada tamu dari luar negeri yang datang berkunjung.⁶⁹

JFC diharapkan mampu mempromosikan apa yang ada di Jember pada dunia internasional. Keberadaan JFC menjadi salah satu cara untuk menjadikan Jember sebagai the *world fashion carnival city*. Kami tunjukkan kalau Jember punya karnaval JFC ini akan mampu mengenalkan Jember pada dunia internasional.⁷⁰

Seluruh mata kini tertuju kepada Jember, kota kecil di ujung Jawa Timur ini yang terkenal sebagai kota tembakau kini menjadi perhatian dunia model. Kalau di Brazil ada konsep Pasadena karnaval, tapi di Jember ada JFC. DF Dalam konsep tahun ini cukup berbangga selain dukungan semakin meluas dan dukungan penuh dari berbagai pihak termasuk pemkab Jember DF merasa JFC sudah terkenal seantero negeri. DF menegaskan kembali bahwa JFC sudah masuk agenda karnaval dunia. Ratusan bahkan puluhan orang asing datang ke Jember, tak terkecuali semua wartawan foto dunia tamplek blek di Jember ada reuters, AP, AFP dan sebagainya.⁷¹

Dari lokal untuk global. Jember boleh jadi hanya kota kecil di pesisir selatan Jawa Timur. Namun dari sini muncul gelombang kreatifitas yang seolah tak terbendung. Mata dunia internasional terarah ke wilayah ini tiap kali JFC diselenggarakan. Hal inipun sangat

⁶⁹ Sepanjang 3,6 km *dijubeli* penonton. JFC marak sebagai hiburan dan pendidikan. Kompas Jatim, 7 Agustus 2006.

⁷⁰ JFC Keprihatinan Kepunahan Global. SINDO JATIM, 6 Agustus 2007.

⁷¹ JFC Tetap Rekor World Evolusion Tahun Ke 7. Surabaya Pagi, 4 Agustus 2008.

mendukung pariwisata Jember. Padahal awalnya DF membuat JFC salah satunya karena ia ingin menjadikan kota kecil ini punya sesuatu yang tidak dimiliki kota lain. Mimpinya terwujud JFC kini berkembang menjadi icon kota Jember. Tiap tahun JFC juga selalu mengangkat salah satu budaya Indonesia Agar makin dikenal dunia internasional. JFC mendatangkan kreatifitas dan sesuai momen Indonesia kreatif yang dicanangkan pemerintah sekarang.⁷²

4.3.3 Relasi yang Muncul dalam Pemberitaan JFC

Relasi yang muncul dalam setiap pemberitaan media massa terhadap JFC antara lain dapat dipetakan sebagai berikut:

1. Relasi Media dengan JFC

Relasi media dengan JFC ini ditunjukkan dengan konstruksi pemberitaan yang selalu positif terhadap JFC. Selain itu, ditunjukkan pula dalam hampir semua sumber berita yang dikutip secara langsung adalah dari pihak JFC. Antara lain Dynand Fariz, Suyanto, Pakar Budaya Ayu Sutarto, Bupati Jember, Peserta JFC dan penonton JFC. Selain itu, selalu disebut di hampir semua pemberitaan bahwa JFC diliput oleh banyak media lokal, nasional maupun internasional. Bahkan kehadiran kantor-kantor berita meliput JFC mendapat perhatian tersendiri dari media nasional maupun media lokal. Seperti dalam salah satu kutipan pemberitaan berikut.

Kegiatan tahunan yang dimulai sejak tahun 2002 itu telah kondang hingga lintas benua media internasional seperti Reuters, AP, AFP, tak pernah absen meliput setiap penyelenggaraan JFC⁷³. Dukungan semakin meluas dan dukungan penuh dari berbagai pihak termasuk Pemkab Jember, JFC sudah terkenal seantero negeri. Ratusan bahkan puluhan orang asing datang ke Jember, tak terkecuali semua wartawan foto dunia tumpah-blek di Jember Ada Reuters, AP, AFP.⁷⁴

⁷² Tak melulu soal trend. Kompas Inspiratorial, 19 Agustus 2009.

⁷³ DF gemakan JFC hingga mancanegara. REPUBLIKA (Rublik sosok), 20 Juli 2008.

⁷⁴ JFC Tetap Rekor World Evolusion tahun ke 7. Surabaya Pagi, 4 Agustus 2008.

2. Relasi JFC dengan Masyarakat Jember

Dalam kaitannya dengan relasi yang dibangun media kepada masyarakat Jember ini dapat dikatakan relatif kompleks. Relasi tersebut antara lain manajemen JFC dengan peserta JFC, relasi JFC dengan penonton JFC, relasi JFC dengan pakar budaya Jember, Relasi JFC dengan masyarakat Jember secara umum, dan terakhir relasi JFC dengan Pemkab Jember.

Relasi JFC dengan peserta JFC ditunjukkan oleh media melalui pemberitaan tentang kemampuan peserta JFC menghasilkan kostum-kostum kreatif yang bahkan di luar ekspektasi manajemen JFC sebelumnya. Namun di sisi lain digambarkan pula bagaimana manajemen melakukan kontrol yang cukup ketat pada kostum peserta, sehingga seleksi alam melalui *awarding* selalu dilakukan oleh manajemen JFC. Sementara itu, relasi JFC terhadap penonton selalu digambarkan oleh media dengan ribuan bahkan ratusan ribu warga Jember yang menonton JFC dengan antusias dan terkagum-kagum pada karnaval yang disajikan oleh JFC. Sedangkan relasi yang dimunculkan oleh media saat mengutip pakar budaya adalah dukungan positif yang diberikan pakar budaya Jember menyaksikan JFC. Secara umum media menunjukkan relasi JFC dengan khalayak pembaca dengan menuliskan bahwa JFC tidak hanya untuk Jember namun juga untuk Indonesia.

Terakhir, relasi antara JFC dengan Pemerintah Kabupaten Jember ini begitu kuat dalam hampir setiap pemberitaan JFC, jika disimpulkan terdapat 3 hal yang selalu ditunjukkan media, yaitu: 1) bahwa JFC hingga saat ini selalu dibuka oleh Bupati Jember, hal ini menunjukkan dukungan Pemkab Jember terhadap JFC; 2) JFC selama ini telah membuat Jember semakin dikenal luas, baik di dalam negeri maupun di mancanegara terbukti melalui beberapa *road show* ke luar negeri yang dihadiri oleh JFC, seperti di London, India, maupun Shanghai ; 3) JFC banyak memberi kontribusi positif terhadap JFC antara lain, *economic benefit* yang diindikasikan dengan banyaknya distro di mana berdiri sejak ada JFC di Jember, okupasi hotel yang selalu meningkat setiap kali JFC diadakan, keuntungan yang meningkat 100% bagi para tukang parkir dan pemilik warung selama ada JFC, dan terakhir dengan semakin banyak khalayak yang mengenal

Jember, maka hal ini akan menjadi daya tarik untuk meningkatkan pariwisata di Jember.

4.3.4 Identifikasi Kepentingan Media dalam Pemberitaan JFC

Identifikasi yang dilakukan oleh media dalam pemberitaan JFC sepenuhnya dilakukan terhadap JFC. Identifikasi ini bisa dilakukan dalam bentuk *hard news* maupun *soft news*. Selain ditunjukkan dengan selalu mengutip sumber yang mendukung citra positif JFC, juga dilakukan dengan mengangkat tema-tema yang menunjukkan keberhasilan JFC dari tahun ke tahun. Selain identifikasi terhadap JFC, media juga melakukan identifikasi terhadap Dynand Fariz sebagai pencetus JFC. Hampir seluruh berita tentang JFC selalu diceritakan sebagai kesuksesan Dynand Fariz dan di beberapa pemberitaan dilengkapi dengan biodata Dynand Fariz. Sehingga yang terjadi adalah semakin sering JFC diberitakan, bukan hanya Jember yang semakin dikenal, tetapi juga tokoh di dalamnya yakni Dynand Fariz.

Dalam sebuah wawancara dengan seorang kontributor *Reuters* informan mengatakan, umumnya jika JFC disajikan dalam bentuk *soft news* maka yang diangkat adalah selalu hal-hal positif dari JFC. Hal ini jelas karena kepentingan media dalam pemberitaan dengan tema budaya seperti yang dilakukan pada JFC adalah kepentingan menemukan berita yang mengandung keunikan, beda dari yang biasa serta banyak mengangkat kreatifitas. Hal itu mengapa *jargon-jargon* yang banyak ditulis oleh media adalah *jargon* tentang keunikan dan kreatifitas JFC. Kemudian ketika *dicross-cek* antara apa yang diberitakan oleh media dan apa yang terjadi dalam keseharian masyarakat Jember adalah karena umumnya media memberitakan pada saat *show time* JFC sedang berlangsung, di mana Jember begitu semarak dan dipenuhi oleh pengunjung yang ingin menonton JFC. Mungkin akan berbeda jika media melihat keseharian penduduk Jember yang relatif tidak terlalu banyak di pusat-pusat keramaian.

Identifikasi kepentingan media ini juga menunjukkan hubungan baik yang terjalin antara JFC dengan media. Manajemen JFC yang selalu melibatkan media dalam setiap evaluasi kegiatannya dianggap oleh media sangat positif karena mau

menerima saran dan kritik dari media serta media merasa dihargai dan dilibatkan untuk kemajuan JFC. Hal ini membuat JFC semakin mendapat citra positif dari media yang meliput ke Jember. Hal ini tentu disadari betul oleh JFC mengingat dalam masyarakat jaringan media memainkan peran yang sangat menentukan.

4.4 Diskusi Temuan dan Teori

4.4.1 *Jember Fashion Carnaval* dan Diskursus Masyarakat Jaringan

Wacana masyarakat jaringan mampu mewarnai berbagai analisa sosial dan diskursus yang berkembang di sekitar perbincangan tentang perkembangan masyarakat di abad informasi. Konsepsi masyarakat jaringan menjadi sebuah konteks yang menjelaskan fenomena kekinian. Oleh Castells, masyarakat jaringan didefinisikan sebagai masyarakat di mana fungsi dan proses dominan ditata sekitar jaringan baik internet, intranet, dan jaringan kerjasama berbagai perusahaan, organisasi, negara, hingga jaringan pergaulan. Logika jaringan menentukan dan memodifikasi morfologi sosial, proses produksi, kekuasaan, budaya, dan pengalaman keseharian. Bangkitnya masyarakat jaringan dipicu dan dipacu oleh revolusi teknologi informasi yang diawali dengan teknologi rekayasa mikro, seperti elektronika, komputer, dan telekomunikasi. Revolusi teknologi ini memengaruhi masyarakat dan pola-pola relasi di dalamnya. Eksis tidaknya kita dalam jaringan dan dinamika yang ada dalam jaringan tersebut menjadi sumber yang kritis bagi adanya dominasi dan perubahan sosial.

Mendefinisikan Jaringan

Jaringan adalah pemegang peran utama yang menjadi ciri khas masyarakat abad informasi. Jaringan adalah satu set titik-titik yang saling terhubung. Titik-titik ini bisa bermakna bermacam-macam, tergantung pada bagian mana jaringan itu ada. Mereka mungkin saja sistem televisi, studio hiburan, komputer grafis, tim

berita, pemancar, penerima sinyal dalam koneksi global dari media baru di mana merupakan sumber ekspresi kultural dan opini publik di abad informasi. Jaringan memiliki struktur yang terbuka dan mampu melakukan ekspansi tanpa batas. Mengintegrasikan titik baru sepanjang mereka mampu untuk berkomunikasi dalam jaringan, khususnya selama mereka mampu berbagi dalam komunikasi dengan kode komunikasi yang sama. Jaringan yang didasarkan pada struktur sosial adalah sangat dinamis, dengan sistem terbuka dan mudah dipengaruhi inovasi.

Jaringan sangat cocok sebagai alat bagi ekonomi kapitalis berdasarkan inovasi, globalisasi, dan desentralisasi konsentrasi bagi pekerjaan, pekerja serta perusahaan berdasarkan fleksibilitas dan adaptabilitas. Demikian juga bagi budaya jaringan sangat cocok, khususnya dalam proses dekonstruksi dan rekonstruksi organisasi sosial yang bertujuan pada penggantian ruang dan penghancuran waktu. Bagaimana pun juga, morfologi jaringan adalah salah satu sumber reorganisasi yang dramatis dari relasi kekuasaan.

Jaringan juga menjadi instrumen kekuasaan yang istimewa di mana jaringan bisa mengubah sesuatu, misalnya dari aliran finansial yang diambil alih oleh media yang kemudian berpengaruh terhadap proses politik yang terjadi. Hal ini juga bisa menjelaskan kasus Skandal Bank Century yang mulanya hanya masalah finansial kemudian diambil alih oleh media dan kemudian menjadi skandal yang memengaruhi proses politik yang ada. Misalnya, munculnya tuntutan-tuntutan untuk menurunkan wakil presiden yang dianggap bertanggung-jawab pada skandal tersebut dan peristiwa-peristiwa lain yang dipengaruhi oleh kekuatan jaringan-jaringan.

Kemudian menurut Castells, hal yang terpenting dari globalisasi adalah proses ekonomi di mana sistem kapitalisme informasional global menguasai hampir seluruh planet. Bentuk ekonomi kapitalisme informasional ini karena modal memegang peran utama dan informasional dalam arti sumber-sumber produksi dan kompetisi tergantung pada pengetahuan, informasi, dan teknologi.

Sifat globalnya menyangkut kapasitas untuk bekerja sebagai satu unit yang serentak dalam satu planet.⁷⁵

Dengan demikian, masyarakat jaringan diberbagai ekspresi institusinya dapat dikatakan masyarakat kapitalis, sehingga lebih jauh lagi bisa dikatakan bahwa untuk pertama kalinya dalam sejarah moda produksi kapitalis masuk ke dalam semua bentuk relasi sosial di seluruh planet bumi. Tapi, *brand* kapitalis ini berbeda dengan sejarah kapitalis lama. Perbedaannya secara global dan strukturnya begitu luas dalam jaringan aliran finansial.

Dalam jaringan ini, modal diinvestasi secara global dalam semua sektor aktivitas seperti industri informasi, bisnis media, produksi agrikultur, kesehatan, pendidikan, teknologi, pabrik pengolahan, transportasi, perdagangan, pariwisata, budaya, manajemen lingkungan, perumahan, agama, hiburan, dan olah raga. Beberapa diantaranya lebih menguntungkan dari yang lain. Dalam kompetisi ini muncul pandangan yang kalah membayar bagi yang menang, namun yang kalah dan yang menang berganti setiap tahun, setiap bulan, setiap minggu dan setiap hari bahkan juga bisa setiap detik. Kebutuhan modal finansial bagaimanapun didasarkan pada operasi dan kompetisi pengetahuan serta informasi yang disajikan melalui teknologi informasi. Inilah makna kongkrit dari moda produksi kapitalis dan moda perkembangan informasi.

Proses transformasi sosial disimpulkan di bawah tipe ideal masyarakat jaringan yang berlaku di dalam relasi produksi baik secara sosial maupun teknis. Proses transformasi ini dipengaruhi oleh budaya dan kekuasaan. Ekspresi-ekspresi kultural diabstraksikan dari sejarah dan geografi serta dimediasi oleh jaringan komunikasi elektronik yang berinteraksi dengan penonton dan oleh penonton dalam kode-kode serta nilai yang beragam, khususnya dalam bentuk digital dan *hypertext*.

Karena informasi dan komunikasi disirkulasi melalui perbedaan dan sistem media yang komprehensif, maka kemudian politik menjadi berkembang di dalam ruang media. Kepemimpinan jadi sangat personal dan *image making* adalah

⁷⁵ Seperti juga disampaikan oleh Adeline M. Tumenggung dalam buku *Laba-Laba Media: Hidup dalam Galaksi Informasi*, Menurut Pemikiran Manuel Castells. Penulis : Pengantar : B. Herry Priyono. Penerbit : LSPP, Jakarta. Cetakan : I, 2005.

power making. Tidak semua politik bisa direduksi dalam efek media atau tidak semua nilai dan kepentingan *in-different* adalah hasil politik. Tapi siapa pun aktor politik dan apa pun tujuan mereka, mereka bisa eksis dalam permainan kekuasaan melalui dan oleh media. Kenyataannya bahwa politik dibingkai oleh bahasa media memiliki konsekuensi bagi karakteristik organisasi dan tujuan politik, aktor politik dan institusi politik. Dengan demikian, kekuasaan ada dalam jaringan media ini menduduki tempat kedua setelah kekuasaan yang ada dalam struktur bahasa dalam jaringan tersebut.

Berdasarkan gambaran masyarakat jaringan dalam konsepsi Castells, dapat disimpulkan bahwa masyarakat jaringan setidaknya dicirikan dengan tiga hal, **pertama**, adanya *nodes* atau titik-titik yang saling terhubung dan memiliki struktur yang terbuka yang mampu melakukan ekspansi tanpa batas. Jaringan mampu mengintegrasikan titik baru sepanjang mereka mampu untuk berkomunikasi dalam jaringan, khususnya selama mereka mampu berbagi dalam komunikasi dengan kode komunikasi yang sama, artinya komunikasi menjadi prasyarat untuk bisa masuk dan eksis dalam jaringan. **Kedua**, jaringan merupakan instrumen kekuasaan yang sangat istimewa, di mana jaringan mampu mengubah apa yang semula hanya aliran finansial belaka. Dengan masuknya media dapat menjadi sebuah pengaruh terhadap proses politik yang sedang terjadi. **Ketiga**, masyarakat jaringan dicirikan sebagai masyarakat yang sangat kapitalistik. Hal ini ditandai dengan masuknya jaringan ke dalam semua bentuk aktivitas manusia dan berorientasi keuntungan. Jaringan juga menjadi sebuah bentuk yang sangat sesuai bagi kapitalisme di mana kapitalisme kemudian berkembang menjadi kapitalisme informasional yakni kapitalisme yang didukung oleh jaringan modal global yang sedemikian luas dan difasilitasi oleh teknologi informasi yang menjadi syarat bagi efektifitas produksi dan kompetisi. **Keempat**, pengaruh media yang sangat penting. Castells dalam penjelasannya mencontohkan bagaimana sebuah sistem politik dipengaruhi oleh media, sehingga Castells menyebut *image making is power making* dan media menjadi instrumen kekuasaan kedua setelah jaringan itu sendiri.

Jika konsepsi masyarakat jaringan ini coba dipakai untuk menjelaskan fenomena *Jember Fashion Carnaval* (JFC) di Jember atau sebaliknya JFC bisa menjadi salah satu evidensi masyarakat jaringan yang terjadi di belahan bumi yang lain, yaitu Jember. Dalam beberapa hal, JFC dapat mencirikan sebuah potongan kecil masyarakat jaringan, seperti yang digambarkan oleh Castells.

Beberapa ciri masyarakat jaringan menjadi penjelasan bagi fenomena JFC. Pertama, adanya jaringan yang dibangun oleh JFC. Berdasarkan temuan data yang ada mulanya JFCC mungkin tidak berpikir karnaval yang digagasnya akan menjadi sebesar seperti saat ini. Namun, dalam perjalanan JFC dari tahun ke tahun, JFCC mulai membaca kebutuhan atas jaringan agar mereka dapat *survive* bahkan berkembang. Pada mulanya JFCC hanya berjejaring dengan pemerintah daerah, media lokal, dan beberapa lembaga di Jember, seperti Dinas Pendidikan untuk rekrutmen peserta, Dinas Kebersihan dan Taman Kota, untuk menjaga jalanan saat *show time* dan beberapa organisasi seperti kelompok *fitness center*, kelompok pramuka untuk pengamanan pada saat jalannya acara JFC.

Pada saat itu (JFC ke 3) hanya ada Radar Jember yang melakukan peliputan secara eksklusif terhadap event JFC, hampir selama 15 hari menjelang hari pelaksanaan JFC *show time*, Radar Jember (media lokal) melakukan pemberitaannya dari hari ke hari. Namun, seiring dengan pergantian kepemimpinan di Radar Jember, Radar Jember tidak lagi melakukan peliputan eksklusif di JFC. Seiring waktu jaringan yang dibangun oleh JFCC semakin meluas dan berekspansi ke keluar Kota Jember. Antara lain jaringan kerjasama dengan Sariayu Martha Tilaar yang hingga saat ini tetap terjalin, jaringan dengan tempat-tempat wisata, dan dengan beberapa perusahaan yang mengusung kreatifitas.

Dalam logika jaringan selain adanya titik-titik yang saling terhubung, juga mensyaratkan adanya kode komunikasi yang sama dan dimengerti oleh titik-titik dalam jaringan itu. Demikian juga dengan jaringan yang dimasuki oleh JFC, kode komunikasi yang dipakai adalah kreatifitas dan kekayaan lokal. Kode komunikasi ini dipakai saat akan menjalin kerjasama. Misalnya, ketika JFCC akan bekerja sama dengan Centro, perusahaan keramik, yang mungkin tidak berhubungan langsung antara keramik dengan karnaval. Namun mereka bisa terhubung dengan

kode komunikasi yang sama yakni “kreatifitas”, baik Centro maupun JFCC sama-sama mengusung ide kreatifitas. Jika JFC ide kreatifitasnya dalam karya karnaval dan kostumnya, sementara Centro ide kreatifitasnya dalam menciptakan desain-desain keramiknya.

Kemudian kerjasama dengan Sariayu Martha Tilaar dengan kode komunikasi kreatifitas dan menggali kekayaan lokal, baik JFC maupun Sariayu Martha Tilaar sama-sama merupakan kekayaan lokal yang bisa membawa Indonesia menjadi dikenal dunia. Dalam jaringan ini, kreatifitas menjadi kode utama komunikasi. Ketika ada titik baru (misalnya perusahaan baru) yang ingin bekerja sama dan tidak mengusung ide ini jaringan ini, JFCC bisa menolaknya. Misalnya, JFCC menolak bekerjasama dengan perusahaan rokok dan perusahaan sejenis yang tidak mendukung gaya hidup sehat. Dalam kerjasama yang dijalin, JFCC juga memperhatikan bagaimana kerjasama dengan titik baru tetapi tidak mengganggu hubungannya dengan titik-titik lain dalam jaringan tersebut. Misalnya, JFCC sengaja tidak menerima kerjasama dengan perusahaan lain yang berniat mensponsori kegiatan JFC, karena khawatir akan mengurangi keluasaan akses media untuk mengambil gambar. Hal ini menjadi perhatian JFCC saat akan menjalin kerjasama dengan titik-titik baru.

Selain itu, jaringannya dengan Asoka Foundation membuat JFC tidak bisa menjadi terlalu komersial. Hal ini karena JFC merupakan proyek budaya dan mendapat bantuan pembiayaan dan Asoka Foundation, sehingga JFC banyak menolak bantuan kerjasama yang berniat mensponsori JFC. Dan sebagaimana logika jaringan yang lain, yakni struktur jaringan yang sifatnya terbuka, dapat menjelaskan adanya titik-titik baru yang masuk ke dalam jaringan JFC ini ada juga yang keluar. Hal ini ditentukan oleh kesamaan kode komunikasi yang mereka inginkan. Perusahaan yang merasa sudah tidak sejalan dengan JFC bisa saja keluar dari JFC, demikian juga perusahaan yang sesuai dengan misi JFC bisa juga masuk dan bergabung.

Keistimewaan jaringan yang lain adalah kemampuan jaringan untuk mengubah apa yang sebelumnya ada menjadi sumber daya yang baru, yang bisa saja lebih menguntungkan. Hal ini mengapa logika jaringan dianggap sangat

sesuai dengan kapitalisme informasional. Dalam kasus JFC, karya karnaval menjadi isu identitas Kota Jember saat diolah oleh media dan kemudian bisa diubah lagi menjadi karya yang layak jual sebagai produk budaya kontemporer dengan tema *fashion*, kemudian berubah lagi menjadi kapital baru bagi pencetusnya dalam menghasilkan keuntungan financial. Terakhir yang tidak dapat dipungkiri adanya kapital simbolik bagi elit JFC (Dynand Fariz) sebagai kreatif atau jenius yang mencetuskan karya-karya besar, sehingga mereka diminta untuk menjadi konsultan di berbagai tempat yang ingin menghasilkan karya sejenis seperti Pemkot Solo menciptakan *Solo Batik Carnaval*. Jika dalam penjelasan Castells jaringan dapat mengubah apa yang sebelumnya hanyalah *financial flows*, namun melalui media dapat menjadi skandal yang mampu memengaruhi proses politik yang sedang terjadi. Dalam kasus JFC belum ditemukan di mana JFC menjadi kekuatan politik baru. Sejauh ini JFC lebih mengarah kepada identitas kota dan pariwisata di Kota Jember. Artinya, jaringan ini belum dimanfaatkan untuk kepentingan politik praktis, meski setuju dengan apa yang dikatakan Castells bahwa jaringan merupakan instrumen kekuasaan yang istimewa.

Logika jaringan yang berikutnya adalah adanya *mode of development* teknologi informasi yang mendukung *mode of production* kapitalis. Dalam kasus JFC terlihat bagaimana JFCC sebagai sebuah komunitas yang menyelenggarakan JFC sangat menyadari kebutuhan akan teknologi informasi untuk mendukung gerakan mereka. Misalnya melalui adanya website JFC di internet, adanya jaringan informasi yang dibuka melalui website, adanya pencarian ide di dunia maya, adanya komunikasi melalui email saat akan *road show* dan semua bentuk promo serta publikasi tentang JFC dan Jember yang diselenggarakan dengan fasilitas teknologi informasi. Seperti dikatakan oleh Castells bahwa teknologi informasi menjadi syarat bagi produktifitas dan kompetisi dalam kapitalisme.

Terakhir, dalam diskursus masyarakat jaringan dan adanya JFC di Kota Jember adalah logika masyarakat jaringan yang menekankan mengenai pentingnya peran media hingga Castells menyebut *image making is power making*, di mana media menjadi instrumen kekuasaan kedua setelah jaringan itu sendiri. Dalam kasus JFC terlihat bagaimana JFCC memperlakukan media sebagai

titik paling penting dalam jaringan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana JFCC mempertimbangkan kerjasamanya dengan institusi atau perusahaan lain agar tidak mengganggu media untuk meliput atau mengambil gambar dalam pelaksanaan JFC. Hubungan JFC dengan media inipun terlihat bagaimana media dalam jaringan ini mampu mengubah JFC yang semula hanya sebuah karnaval *fashion* di Kota Jember menjadi modal simbolik bagi pencetus JFC, modal finansial bagi JFCC, identitas kota bagi Jember, sebuah prestasi bagi peserta JFC, dan begitu banyak konstruksi media yang mampu melakukan *glitering generality*, yaitu mengasosiasikan JFC dengan kebaikan sehingga apa yang semula hanya imej dapat menjadi *power* yang sesungguhnya. Pada akhirnya JFCC dikenal sebagai sebuah kelompok kreatif yang mencoba mengangkat Jember agar dikenal dan maju.

4.4.2 Jember Fashion Carnaval dan Proyek Identitas dalam Konsepsi Castells

Telah disampaikan di muka mengenai masyarakat jaringan, di mana Castells menjelaskan transformasi sosial yang terjadi dalam kecepatan tinggi di dunia menjelang akhir milenium kedua. Revolusi teknologi yang berpusat pada teknologi informasi mulai membentuk kembali basis material masyarakat. Perubahan-perubahan tidak hanya terjadi di bidang teknologi informasi, tapi juga di bidang politik, budaya, ekonomi, dan relasi sosial. Kesadaran lingkungan juga semakin memasuki lembaga-lembaga masyarakat yang sebelumnya tidak peduli. Sistem politik dilanda krisis legitimasi dan dapat bertahan hidup tergantung pada bagaimana media mengeksposnya. Termasuk gerakan-gerakan sosial menjadi cenderung terfragmentasi, lokalitis, dan berorientasi pada isu tunggal.

Dalam situasi yang perubahannya sedemikian cepat dan membingungkan ini terdapat kecenderungan orang untuk membentuk kelompok-kelompok yang berbasis pada identitas primer, seperti identitas agama, identitas berdasarkan agama, etnis, teritori, maupun nasional. Dalam hal ini, pencarian identitas pada akhirnya menjadi sumber pemaknaan yang paling mendasar meskipun bukan satu-satunya. Sehingga, Castells menyimpulkan dalam bukunya, *The Power of Identity*

bahwa dunia dan hidup kita sedang dibentuk oleh trend-trend yang sedang bergesekan, yaitu globalisasi dan identitas.

Dengan demikian, terdapat beberapa hal yang bisa disarikan dari deskripsi Castells mengenai identitas antara lain, (dalam Putranto, 2004: 86-87) memberikan beberapa catatan untuk menggambarkan aspek-aspek identitas tersebut, adalah sumber makna dan pengalaman; proses konstruksi makna berdasar seperangkat atribut kultural yang diprioritaskan di atas sumber-sumber pemaknaan lain; bersifat plural atau jamak, bukan singular atau tunggal; identitas berbeda dengan peran (*roles*). Identitas berfungsi menata dan mengelola makna atau *meaning*, sementara peran menata fungsi (*functions*); Gugus identitas adalah sumber-sumber makna bagi dan oleh si aktor sendiri yang dikonstruksikan melalui proses bernama individuasi. Erat berhubungan dengan proses internalisasi nilai-nilai, norma-norma, tujuan-tujuan, dan nilai ideal, sehingga pada hakikatnya identitas terbagi menjadi dua, yaitu identitas individu dan identitas kolektif. Individualisme juga bisa menjadi identitas kolektif. Castells membagi *identity building* ke dalam 3 bentuk yakni *legitimizing identity*, *resistance identity* dan *project identity*, namun pada bagian ini hanya mengkhususkan untuk memahami pemikiran Castells mengenai *project identity*.

Project identity, identitas yang dibangun ketika aktor-aktor sosial dengan basis material yang memungkinkan untuk mereka membangun identitas baru, di mana mendefinisikan posisi mereka dalam masyarakat dan dalam prosesnya yang terus melakukan transformasi ke dalam keseluruhan struktur sosial yang ada di dalamnya. Ditekankan oleh Castells bahwa “*no identity can be essence, and no identity has per se, progressive or regressive value outside its historical context*”. Sementara itu *project identity* seperti yang disampaikan dimuka, dijelaskan oleh kutipan Touraine (1995 dalam Castells (2002: hal10)):

“I name subject the desire of being an individual, or creating a personal history, of giving meaning to the whole realm of experiences of individual life,... the transformation of individuals into subject results from the necessary combination of two affirmations; that of individual against communities, and that of individuals against the market.

Hal ini menunjukkan bahwa *project identity* dalam pandangan Touraine bisa berarti gerakan sosial baru. Dengan kata lain, dalam konteksnya sebagai *project identity* JFC dapat dimaknai juga sebagai gerakan sosial baru. Gerakan sosial baru adalah berbeda dengan gerakan sosial lama atau aksi kolektif yang terjadi pada modern awal. Pada gerakan sosial baru, format gerakan tidaklah birokratis, dan berada di antara negara dan pasar. Dalam gerakan sosial baru sebagaimana dijelaskan pula oleh Buechler (1995) sebagai gerakan sejumlah warga masyarakat yang secara budaya terlibat dalam konflik sosial yang tujuan dan strateginya memiliki rasionalitas tersendiri.

Seiring dengan munculnya *project identity*, hal ini bisa saja terus terjadi tergantung pada konteks masyarakat. Hipotesis Castells kemudian adalah perubahan sosial yang terjadi pada *network society* memiliki rute yang berbeda dengan masyarakat era modern. Jika dalam masyarakat era modern *project identity* seringkali dibentuk oleh *civil society*, seperti sosialisme atau gerakan buruh, maka pada *network society project identity* tumbuh dari *communal resistance*. Demi untuk membuktikan hipotesisnya ini Castells kemudian memberikan analisisnya pada beberapa kasus *project identity*, antara lain pada kasus fundamentalisme agama, nasionalisme, identitas etnis, dan terakhir identitas teritorial.

Berdasarkan uraian tersebut jika disarikan terdapat beberapa hal yang menjelaskan proyek identitas menurut Castells, antara lain. *Pertama*, proyek identitas merupakan identitas yang dibangun oleh aktor-aktor sosial di mana basis material memungkinkan untuk mereka membangun identitas baru. *Kedua*, dalam prosesnya proyek identitas terus melakukan transformasi ke dalam keseluruhan struktur sosial yang ada didalamnya. *Ketiga*, proyek identitas dapat dijelaskan sebagai gerakan sosial baru. *Keempat*, proyek identitas dalam masyarakat jaringan berbeda dengan proyek identitas pada periode era modern, jika pada periode era modern dibentuk oleh *civil society* sedangkan pada era masyarakat jaringan proyek identitas tumbuh dari *communal resistance*.

Kemudian jika dikaitkan dengan gerakan identitas yang dilakukan oleh JFC dengan proyek identitas dalam konsepsi Castells, maka perlu kembali dianalisa apakah JFC tepat jika dikatakan sebagai gerakan kota yang memperjuangkan proyek identitas, khususnya dalam menegosiasi identitas teritori Jember. Jika melihat konsepsi proyek identitas Castells, munculnya JFCC sebagai penggagas dan sekaligus penyelenggara JFC dapat dikatakan munculnya karena basis material masyarakat Jember memungkinkan bagi adanya gerakan ini.

Terdapat tiga hal yang dapat menjelaskan Kota Jember sebagai sebuah wilayah sosiokultural yang memungkinkan bagi lahirnya JFC. *Pertama*, Jember merupakan wilayah yang masih terbuka bagi adanya proyek identitas hal ini disebabkan karena tidak adanya hegemoni sosial budaya dan politik yang kuat di Jember. Meskipun masyarakat Jember dikenal religius dan terdapat banyak pesantren di dalamnya, namun pesantren-pesantren di Jember hampir bisa dikatakan tidak memiliki hegemoni di wilayah sosiokultural Jember.⁷⁶ Sehingga hal ini memungkinkan bagi JFCC untuk menawarkan proposal proyek identitas Jember sebagai kota karnaval kepada Pemkab Jember. Penolakan dari masyarakat memang diterima oleh JFCC, namun tidak cukup kuat sehingga sampai hari ini JFC tetap dilaksanakan di Jember bahkan telah menjadi event tahunan Pemkab Jember.

Kedua, komposisi masyarakat Jember yang terbentuk dari etnis Madura, Jawa, dan Osing ini memiliki kecenderungan menjadi masyarakat yang multietnis. Di mana umumnya masyarakat Jember mudah menerima perubahan. Selain itu, Jember juga dikenal dengan budaya Pandalungan yakni budaya yang terdapat percampuran budaya Madura dan budaya Jawa, sehingga selain Jember tidak memiliki budaya yang benar-benar dominan, masyarakat Jember juga mudah menerima inovasi. Hal ini menunjukkan masyarakat Jember memungkinkan untuk adanya sebuah proyek identitas. *Ketiga*, bagi masyarakat Jember tradisi karnaval bukanlah hal yang baru. Pada masa Orde Baru Pemkab Jember sering

⁷⁶ Hal ini juga disampaikan oleh Pengamat Budaya Jember Prof Ayu Sutarto dalam wawancara dengan penulis, Maret 2010. Dikatakan bahwa Jember bukan saja wilayah yang masih terbuka bagi proyek identitas tetapi bisa dikatakan Jember adalah wilayah yang liar, pesantren-pesantren yang ada di Jember tidak memiliki hegemoni sosial budaya, ada hegemoni politik, namun itupun terpecah-pecah. Sehingga wajar jika bisa muncul JFC di Jember.

mengadakan pawai atau karnaval pembangunan yang berisi hasil-hasil pembangunan. Selain itu, adanya tradisi pesantren di Jember yang sering mengadakan pawai atau karnaval dalam memperingati hari-hari besar Islam. Sehingga ketika tercetus ide JFC hal ini bisa dimengerti mengingat masyarakat di Jember selain suka berkarnaval juga suka menonton karnaval. Kecenderungan ini juga didukung oleh kultur agraris masyarakat Jember yang suka berkumpul dan selalu haus akan hiburan. Sejak jaman Kolonial Belanda di pusat-pusat perkebunan gula di Jember, setiap pabrik gula yang akan memulai penggilingan gula selalu mengadakan pesta “tayup” yang menandai dimulainya penggilingan gula. Dalam pesta itu semua buruh perkebunan berkumpul dan menikmati hiburan sambil membelanjakan uang upah mereka.⁷⁷

Karakteristik selanjutnya dari proyek identitas adalah adanya transformasi ke dalam struktur sosial yang ada. Dalam hal ini, JFCC dapat dikatakan terus melakukan transformasi, khususnya transformasi nilai, baik itu nilai kreatifitas, nilai kedisiplinan dan adanya perubahan bahwa karnaval kostum dapat dilakukan dengan pakaian yang tertutup. JFCC memperkenalkan kepada masyarakat Jember bagaimana menghasilkan kreatifitas melalui kostum baik melalui cara mendidik para peserta melalui *in house training* maupun melalui parade karnaval yang dilakukan di jalanan Kota Jember. Kreatifitas ini juga diajarkan melalui pengolahan bahan-bahan bekas yang semula dianggap tidak bernilai. Kostum spektakuler yang dihasilkan ternyata bisa berasal dari daun kering, kaleng bekas maupun potongan kain perca. Hal ini mengajarkan kepada masyarakat Jember bahwa kreatifitas bisa dihasilkan di mana saja dan oleh siapa saja asalkan mau belajar, dan JFCC memfasilitasi masyarakat Jember untuk mempelajari hal itu. Selain kreatifitas, JFCC juga mentransformasi nilai kedisiplinan. Dalam salah satu contoh yang dilakukan oleh JFCC adalah membuka *show time* JFC pada jam 14.00 oleh Bupati Jember maupun tanpa Bupati Jember. Hal ini menunjukkan bahwa JFC berusaha untuk tepat waktu dan tidak ingin terbelit oleh birokrasi yang terkadang “jam karet”. Sehingga mau tidak mau akhirnya birokrat Jember belajar mengenai kedisiplinan waktu. Kegiatan JFC yang terkonsep sedemikian terencana

⁷⁷ Berdasarkan diskusi dengan Maulana Suryakusumah, Sosiolog Jember, Maret 2010.

ini membuat Pemkab Jember banyak mempercayakan JFCC sebagai *event organizer* kegiatan Pemkab Jember, salah satunya adalah MTQ tingkat Jawa Timur yang sempat diselenggarakan di Jember tahun 2009.

Terakhir, adanya proyek identitas yang tumbuh dari *communal resistance*. Dalam kasus JFCC sebagai gerakan kota memperjuangkan proyek identitas ini, adalah adanya resistensi komunal terhadap Jember yang lama, yakni Jember yang tidak maju, Jember yang tidak terkenal, dan Jember yang kurang memberi rasa bangga kepada warganya. Munculnya JFCC berangkat dari kebutuhan akan rasa bangga menjadi bagian dari warga kota Jember. Pihak JFCC mulanya melihat Jember selama ini tidak banyak dikenal orang. Dalam sebuah petikan wawancara dengan pihak JFCC terlihat bagaimana semula seorang Dynand Fariz merasa “minder” saat harus mengaku berasal dari Jember. kemudian sejak ada JFC dan Jember semakin sering diliput oleh media, warga Jember menjadi bangga akan Kota Jember. Resistensi terhadap kota yang lesu dan lambat berkembang ini kemudian diwujudkan dengan melakukan usaha-usaha untuk membuat Jember menjadi lebih dikenal yakni dengan mempromosikan Jember di Indonesia maupun di mancanegara melalui media karnaval (JFC). Sehingga semakin sering JFCC menampilkan JFC ke luar Kota Jember maka semakin banyak Jember dikenal. Hal ini kemudian diharapkan dapat menjadi pendorong Jember semakin maju, baik dalam bentuk pariwisata maupun investasi di Jember.

4.4.3 Identitas Kota Jember dalam Setting Masyarakat Jaringan

Identitas adalah sebuah istilah yang sedikit banyak diketahui artinya, meskipun seringkali pendefinisian atas identitas cenderung terpeleset atau salah kaprah, identitas adalah produk kultural. Identitas disadari melalui mekanisme tertentu dan dalam cara tertentu untuk mendapatkannya. Begitu penting identitas sehingga banyak kajian mengenai identitas dilakukan tidak hanya dalam kajian psikologi, gender, namun juga sosiologi.

Kajian-kajian sosiologi mengenai identitas ini menjadi sebuah pendekatan tersendiri yang berbeda dengan pendekatan psikologi dan pendekatan individual, dengan sengaja memperluas pada konteks sosial dan kolektivitas di mana identitas

itu dibangun atau diciptakan, identitas menjadi istilah atau “*term*” yang tidak akan pernah bermakna tunggal, sehingga apa itu identitas, bagaimana identitas dikembangkan dan bagaimana identitas bekerja adalah aspek-aspek yang saling terkait. Definisi identitas juga sangat terkait dengan apa yang sama dan apa yang berbeda, sehingga kita sering sekali membuat atau mengelompokkan semua yang identik atau bahkan semua yang berbeda. Semua yang sama atau identik seringkali ada dalam identitas yang sama.

Di sisi lain dari semua aspek yang identik ini, identitas juga berisi semua yang unik. Keunikan ini berarti sesuatu yang berbeda dengan yang lain, misalnya orang Jember berbeda dengan orang Jakarta dan sebaliknya, sehingga jelas bahwa identitas selalu terbagi ke dalam apa yang *idem* (sama) atau identik dan apa yang berbeda atau unik. Meski begitu kompleksnya identitas manusia, hal ini dapat dipahami karena identifikasi selalu melekat pada proses interaksi.

Sebagaimana dijelaskan dalam bab-bab awal, konstruksi identitas Castells, dalam buku *The Power of Identity*, dimana produksi identitas selalu menggunakan basis material dari sejarah, geografi, biologi, produktif dan reproduktif institusi, dari memori kolektif dan dari fantasi personal, negara atau aparatus yang berkuasa bahkan dari wahyu Tuhan. Hal ini berarti bahwa konstruksi identitas bisa berasal dari banyak hal. Selain itu, identitas teritori dalam penjelasan Castells menegaskan mengenai batasan identitas kota adalah pada memperjuangkan kelokalan mereka. Identitas teritori menjadi gerakan kota untuk memperjuangkan kebutuhan lokal mereka.

Jika ditarik dalam kasus negosiasi identitas yang dilakukan oleh JFCC, hal ini terlihat di mana JFCC berusaha memperjuangkan isu lokal yakni kebutuhan lokal agar Jember dikenal dan agar Jember menjadi maju serta banyak didatangi oleh investor agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jember. Meskipun tidak dapat dipungkiri JFCC banyak mendapat pertanyaan mengenai akar budaya sebagai legitimasi bagi JFCC untuk masuk dan diterima dalam wilayah sosiokultural Jember. Meskipun jika ditelisik lebih jauh, di awal otonomi daerah di mana kabupaten-kabupaten di Indonesia berlomba-lomba meningkatkan pendapatan daerah mereka, wilayah-wilayah baru yang terbentuk dari migrasi

penduduk relatif kesulitan mencari akar budaya mereka untuk mendefinisikan identitas kota mereka. Sehingga, terdapat kecenderungan kota-kota ini tumbuh menjadi ahistoris sejak otonomi daerah. Tuntutan menjadi daerah yang unik, berbeda, dan dapat menyerap wisatawan menjadi orientasi utama. Akhirnya klaim yang diberikan oleh JFC adalah klaim bahwa JFC hadir sebagai bentuk masyarakat Jember yang baru, modern, dan kreatif.

Kemudian dalam proses identifikasi tersebut, individu, kelompok sosial maupun masyarakat yang juga turut berproses dalam semua bentuk material tersebut menata kembali pemaknaan individu berdasarkan kondisi sosial, proyek budaya yang berakar dari struktur sosial, kerangka ruang dan waktu masyarakat. Hal ini terlihat dalam proses masuknya JFC di wilayah sosiokultural Jember, di mana individu, kelompok sosial maupun masyarakat Jember baik itu peserta JFC, penonton JFC, pengamat budaya di Jember, dan masyarakat Jember secara umum melakukan pemaknaan Jember terhadap Jember kekinian, Jember yang diwarnai dengan JFC dan pemberitaan tentang JFC. Jember yang anak mudanya bisa merancang kostum sendiri untuk karnaval di mana banyak media yang datang meliput dan penonton yang selalu ramai menonton JFC.

Dalam kerangka pemikiran Castells, perkembangan masyarakat dari masyarakat industri menjadi masyarakat jaringan ditandai dengan perubahan pada 3 aspek material paling mendasar yaitu, teknologi, *economic*, dan *social development*. Teknologi yang dimaksud di sini adalah teknologi informasi di mana internet berkembang sedemikian rupa, individu-individu terhubung tanpa batas ruang dan waktu, sehingga pengetahuan menjadi komoditi yang relatif mudah dijangkau. Dalam aspek ini terlihat bagaimana JFCC sebagai penyelenggara JFC memanfaatkan fasilitas teknologi informasi melalui website, email dan teknologi informasi lainnya dalam mencapai tujuan gerakan mereka. Kemudian bentuk ekonomi baru yakni ekonomi informasional, bentuk ekonomi yang sangat didukung oleh jaringan dan teknologi informasi di mana bentuk jaringan ekonomi memasuki semua relasi dan aktivitas manusia, termasuk dalam gerakan yang dilakukan JFCC turut pula dimasuki oleh kebutuhan akan profit. Hal

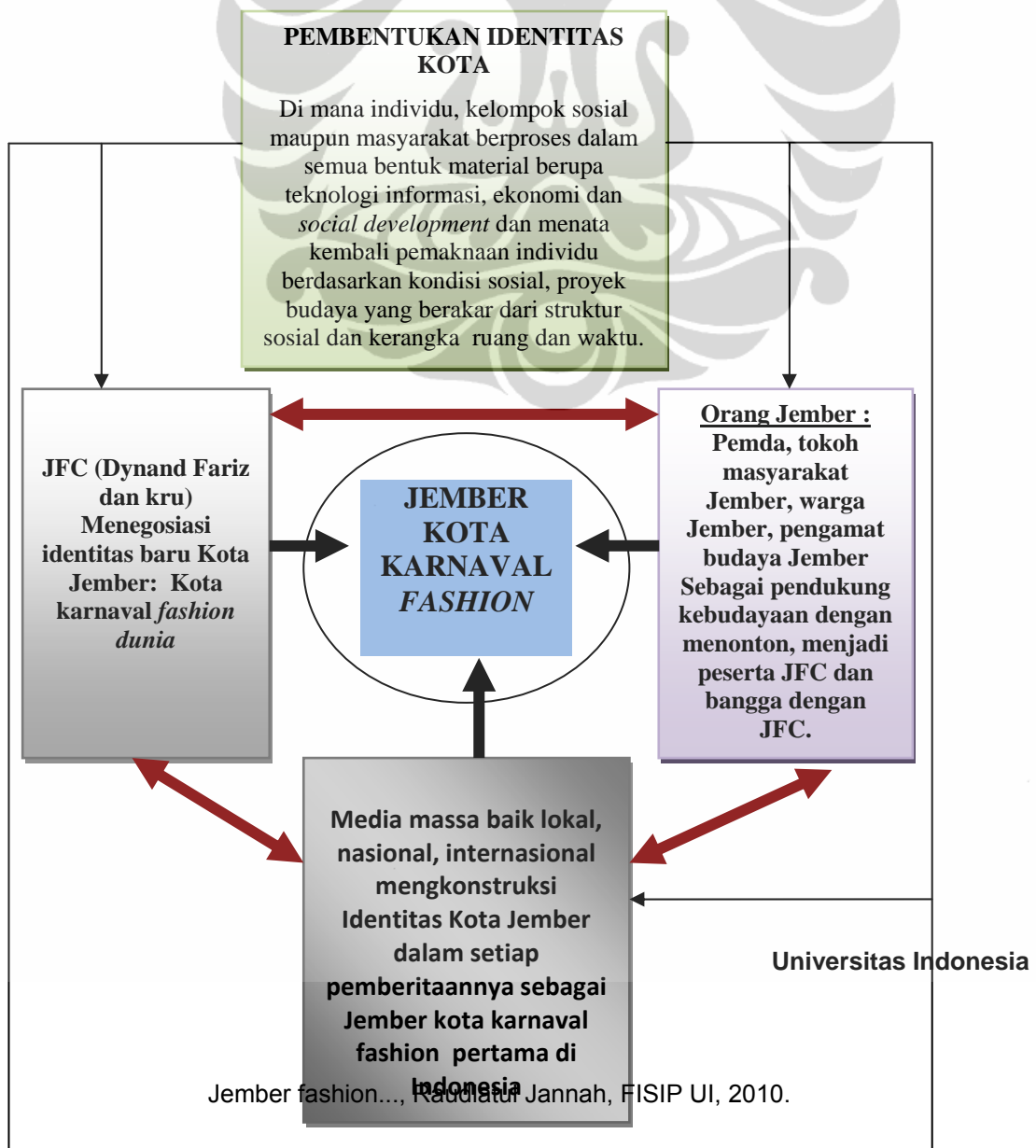
ini tidak bisa dihindari seperti yang dikatakan oleh Castells bahwa masyarakat jaringan adalah masyarakat yang sangat kapitalistik.

Jika kembali ditarik untuk menelaah fenomena JFC sebagai identitas Kota Jember, setting masyarakat jaringan ini dapat menjelaskan bagaimana manajemen JFC mengkonsep karnaval mereka dengan mempelajari karnaval-karnaval yang ada sebelumnya, seperti di Amerika Latin, Brazil, karnaval Samba di Rio De Jenairo dan karnaval bunga di Pasadena dengan mudah hanya melalui internet. Tanpa ada batas ruang dan waktu, tanpa harus ke Amerika Latin atau ke Pasadena. Selain itu, kemudahan untuk mengakses gambar dari internet membuat individu tidak perlu lagi datang dan melihat langsung apa yang terjadi di tempatnya yang nyata, namun bisa tergambar dengan sempurna apa yang ingin ditonton, dicari maupun ingin diketahui. Hal itulah salah satu alasan mengapa pengetahuan kemudian dengan mudah didistribusikan, sehingga tidak heran orang Jember yang mungkin mayoritas kesehariannya kultur agraris, tiba-tiba menghasilkan karnaval *fashion* yang spektakuler seperti *Jember Fashion Carnaval*. Dalam *setting* masyarakat jaringan di mana semua orang dapat terhubung dengan mudah dan pengetahuan terdistribusi sedemikian rupa, sesungguhnya hal ini adalah bentuk globalisasi.

Selain distribusi ide dan pengetahuan yang semakin mudah, masyarakat jaringan juga digambarkan dengan bentuk ekonomi yang berubah. Di mana kapitalisme menjadi semakin canggih, modal-modal terakumulasi sedemikian rupa melintasi batas negara dan menjadi sedemikian cair. Masyarakat yang berproses dalam perubahan bentuk ekonomi ini mengalami *social development* yang meningkat. Muncullah kebutuhan akan identitas di mana identitas tidak lagi bersumber dari ideologi saja, namun dari kultur atau budaya, di satu sisi orang kembali mencari sumber sejarah, sementara di sisi lain masyarakat menjadi ahistoris. Selain munculnya kebutuhan identitas, muncul pula kebutuhan-kebutuhan untuk berinteraksi lebih baik dengan alam. Sehingga muncul trend *green ideology* di mana semua perilaku manusia didasarkan pada kepentingan menjaga lingkungan alam.

Hal ini juga sejalan dengan terbitnya kelas-kelas kreatif yang mengukung ekonomi kreatif, di mana individu tidak lagi menjalankan ekonomi konvensional seperti menghasilkan produk-produk konsumsi yang merusak alam, namun mengembangkan keunggulan produk ekonomi yang berbasis seni budaya dan kerajinan termasuk karnaval *fashion* seperti di Kota Jember. Dalam perkembangannya, isu yang menjadi penting adalah bentuk ekonomi kreatif seperti JFC adalah kreatifitas, pesan moral dan kearifan lokal. Hal ini kemudian selain berproses sebagai kegiatan ekonomi kreatif juga berproses sebagai identifikasi kota, di mana JFC berasal. Menariknya adalah kemampuan JFC menggabungkan antara menjawab kebutuhan identitas Kota Jember yang belum sepenuhnya didefinisikan juga menjawab tantangan ekonomi kreatif sebagai bentuk baru untuk *survive* bagi kota-kota setelah otonomi daerah.

Gambar 2. Bagan Pembentukan Identitas Kota Jember



Sumber: analisis penulis, 2010.

4.4.4 Pembentukan Identitas Kota Jember dan Ketertanaman dalam Kesejarahan Masyarakat Jember

Selain menjawab konstruksi identitas baru yang ditawarkan oleh media, analisis teks juga dapat menjelaskan bagaimana proses pembentukan identitas Kota Jember. Terdapat beberapa hal yang cukup penting dalam konteks masyarakat jaringan yaitu, dari mana konstruksi identitas itu berasal_bisa dari berbagai sumber_dalam kasus JFC, ide karnaval berasal dari fantasi personal di mana keinginan membuat *Jember Fashion Carnival* berasal dari pengalaman pribadinya saat melihat *fashion week* di Eropa.

Kemudian dalam perjalanannya, negara yang dalam hal ini diwakili oleh pemerintah Kabupaten Jember mulanya menolak, namun ketika melihat keberhasilan JFC diundang ke berbagai kota dan banyak diberitakan oleh media, maka Pemkab Jember kemudian berubah menjadi mendukung kegiatan JFC, bahkan mengklaim bahwa JFC besar karena pembinaan dari Pemkab Jember. Akhirnya JFC dijadikan *event* tahunan pemerintah Kabupaten Jember. Dalam proses ini masyarakat Jember yang semula sebagai masyarakat agraris yang tidak mengenal *fashion* menjadi mulai bersentuhan dan mengenal *fashion* melalui JFC. Dengan demikian, kehadiran JFC dapat dikatakan sejalan dengan ruang dan waktu yang eksis saat ini yaitu seiring dengan *the rise of creative class, creative industry*.

Adapun *process of becoming* itu sebenarnya sedang terjadi di Jember, di mana masih mungkin terjadi perubahan dari masyarakat agraris yang tidak mengenal *fashion* kemudian memasuki bentuk ekonomi kreatif yang ditawarkan oleh JFC sebagai konstruksi identitas Kota Jember yang baru. Jember kota karnaval yang didukung oleh industri kreatif. Mungkin hal itu tidak akan terjadi saat ini, namun bisa jadi generasi setelah ini, generasi muda Jember yang telah menjadi peserta JFC dan mengenal *fashion* lebih baik dari generasi orang tuanya yang lebih mengenal pertanian.

Selanjutnya adalah bahwa yang membuat masih ada *gap* antara konstruksi identitas yang coba ditawarkan JFC dengan masyarakat Jember adalah karena konstruksi identitas JFC adalah kota kreatif dan masyarakat Jember masih masyarakat agraris. Sehingga, jika ingin membuat Jember sepenuhnya menjadi kota kreatif adalah dengan mulai memperkenalkan kepada masyarakat Jember untuk memasuki industri kreatif yang dapat mendukung konstruksi identitas Kota Jember sebagai kota wisata karnaval *fashion* dunia.

Kemudian dalam proses pembentukan identitas kota yang juga tidak bisa ditinggalkan adalah adanya proses ketertanaman (*embedded*) dalam kesejarahan Jember. Dalam sebuah artikel tentang sejarah Jember, (Rahman, 2010⁷⁸) menulis bahwa menurut Tri Candra dalam makalah *International Conference on Urban History*, di Surabaya, August 2004, mengurai tentang proses kapitalisasi oleh perusahaan perkebunan partikelir Belanda di daerah Besuki merupakan suatu penanda fase pertumbuhan dan berkembangnya secara nyata Jember sebagai kota. Pada titik inilah kemudian Jember lahir sebagai kota industri perkebunan. Ia adalah sebuah kota yang lahir dari sebuah proses modernisasi kota-kota Hindia, sebagai akibat dari sistem perusahaan bebas yang dianut sebagai prinsip umum ekonomi sejak masuknya kapital besar, periode akhir abad XIX. (Candra, Tri: 2004). Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa sejarah Kota Jember adalah sejarah perkembangan kota perkebunan yang bersinggungan dengan kapital-kapital besar.

⁷⁸ <http://sejarah.kompasiana.com/2010/05/16/mengungkap-problematika-sejarah-dan-identitas-rakyat-Jember/> tulisan berjudul "Mengungkap Problematika Sejarah dan Identitas Rakyat Jember".

Dalam perjalanannya, wilayah Jember juga diwarnai dengan banyak berdirinya pesantren-pesantren yang selain menjadi pusat pendidikan juga menjadi sumber bagi identitas kultural masyarakat Jember, yakni masyarakat yang religius. Selain itu, kesejarahan Jember juga diwarnai dengan para pendatang yang membawa dan mengembangkan budaya asalnya ke daerah yang baru.

Menurut Rahman⁷⁹ dalam konteks budaya, akibat arus migran dari dua entitas budaya berbeda yang kemudian berdiam pada satu wilayah yang sama, Edi Burhan Arifin menyebut, telah terjadi proses akulturasi budaya, sehingga di daerah Jember muncul budaya “pandhalungan”, pendalungan, yang merupakan percampuran dua anasir budaya menjadi budaya baru. Hal ini kemudian dikuatkan oleh Ayu Sutarto sehingga mengkristal menjadi sebuah diskursus kebudayaan “Pandhalungan” di Kabupaten Jember dengan ciri utama dilihat dari cara praktik bahasa sehari-hari dan cara berkesenian yang merepresentasikan percampuran antara etnis Madura dengan etnis Jawa. Menurut Ayu Sutarto, tipe kebudayaan orang pandalungan adalah kebudayaan agraris-egaliter.

Penanda simbolik yang tampak jelas dari tipe kebudayaan ini terdapat pada seni pertunjukan yang digeluti dan penggunaan bahasa sehari-hari yang secara dominan menggunakan ragam bahasa kasar (*ngoko*) serta bahasa campuran ‘dua bahasa daerah atau lebih’ (Sutarto, Ayu: 2006). Sedang Hari Yuswandi dalam Christanto P.Raharjo, bernada sama memberikan definisi sederhana tentang Pendhalungan sebagai (1) sebuah percampuran antara budaya Jawa dan Madura dan (b) masyarakat Madura yang lahir di wilayah Jawa dan beradaptasi dengan budaya Jawa (Raharjo, P, Cristanto:2006).⁸⁰

Dengan melihat gambaran kesejarahan masyarakat Jember, hal pentingnya kemudian adalah bagaimana JFC dijelaskan dalam ketertanamannya pada kesejarahan Jember. Jika dilihat bagaimana hadirnya JFC di Jember (seperti dijelaskan di muka, mengenai basis material yang memungkinkan untuk lahirnya JFC) terlihat bagaimana Jember dapat digambarkan sebagai sebuah wilayah sosiokultural yang egaliter di mana akulturasi budaya Jawa dan Madura terjadi

⁷⁹ Ibid

⁸⁰ ibid

secara harmonis. Kenyataan lain yang juga turut mewarnai corak masyarakat Jember adalah gambaran bahwa historisitas Jember adalah masyarakat kapitalis perkebunan. Kemudian menjadi menarik ketika JFC sebagai sebuah proyek identitas yang lahir dari masyarakat Jember mencoba kembali masuk dan tertanam dalam historisitas Jember sama prosesnya seperti konstruksi identitas yang ada sebelumnya (Jember kota tembakau dan kota santri).

Kebutuhan ini juga dibaca oleh JFCC dengan melakukan usaha-usaha untuk bisa diterima dan diakui sebagai milik bersama masyarakat Jember dengan semakin sering menampilkan diri di Jember dan secara periodik menampilkan karya-karyanya agar masyarakat Jember terbiasa dengan seni pertunjukan. Hal ini dilakukan dengan cara setiap dua minggu para anggota JFCC tampil di alun-alun kota Jember untuk melakukan pertunjukan. Menurut JFCC, hal ini selain dimaksudkan untuk memperkenalkan lebih banyak pertunjukan bagi masyarakat Jember juga mengajarkan banyak hal kepada masyarakat Jember sebagai penopang kebudayaan bagi konstruksi Jember kota karnaval. Seperti pihak JFCC sering menyatakan bahwa masyarakat Jember harus mulai diajarkan untuk terbiasa dengan seni pertunjukan agar mendukung Jember sebagai kota karnaval. Selain itu, penonton juga mulai diajarkan untuk tertib menonton dan mudah diatur saat ada pertunjukan agar selain semua bisa menikmati hiburan tersebut media yang meliput juga tidak akan kesulitan mengambil gambar.

Pada akhirnya, masyarakat Jember sudah mulai dikenalkan dengan industri kerajinan dan seni yang dapat mendukung Jember kota karnaval, seperti membuat boneka miniatur JFC dan benda kesenian lainnya yang dapat menjadi *souvenir* bagi wisatawan yang datang menonton JFC, merekrut peserta karnaval untuk mengikuti *in house training* sebagai usaha membagi ilmu dan wawasan bagi generasi muda Jember. Usaha-usaha untuk bisa diterima dan tertanam dalam wilayah sosiokultural Jember ini selalu mereka lakukan termasuk dengan melakukan kompromi-kompromi, seperti melakukan karnaval dengan kostum yang tertutup, merangkul semua pihak dan menjalin kerjasama dengan organisasi lain di Jember.

Ketertanaman JFC dalam kesejarahan Jember ini selain dijelaskan dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh JFCC untuk menjadi milik bersama dan kebanggaan masyarakat Jember juga dapat dijelaskan dengan konteks ruang dan waktu di mana dan kapan JFC lahir. Tidak jauh berbeda dengan dua konstruksi identitas yang sebelumnya, hadirnya JFC saat ini dalam wilayah sosiokultural Jember mencerminkan jiwa zaman kekinian. Di mana terjadi globalisasi dan transformasi informasi yang demikian luas dan tak terbatas. Keberlimpahan informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh *user* melalui media internet membuat distribusi pengetahuan menjadi semakin seragam. Di sisi lain, di mana terjadi arus yang serba “sama dan seragam” akibat persebaran informasi ini, muncul arus lain untuk menjadi “unik atau berbeda”. Dari sinilah kemudian muncul gerakan-gerakan budaya seperti JFC untuk tampil beda agar lebih dikenal dan unik dari yang lain. Selain itu, arus globalisasi yang didukung oleh kecanggihan teknologi informasi membuat terdapat tiga arus besar yang melanda dunia yakni *food*, *fun* dan *fashion* di mana JFC dapat dikatakan sebagai bagian dari arus besar (*fashion*) yang sedang melanda planet ini di belahan dunia yang lain, yakni Jember. Sehingga jika Jember pada periode tahun 2000-an diwarnai dengan karnaval *fashion* serta pemberitaan media tentang karnaval dan Jember. Kesejarahannya sendiri dapat dijelaskan dengan arus globalisasi dan informasi yang menjadi jiwa zaman tahun 2000-an di Jember.

Selain itu, historisitas ini dapat juga dijelaskan dengan adanya otonomi daerah di Indonesia yang membuat kabupaten dan kota beramai-ramai meningkatkan APBD, salah satunya dengan menjual pariwisata daerah tersebut. Sehingga terdapat semacam kebutuhan bagi kota-kota untuk tampil unik dan beda agar menjadi kota yang lebih dikenal dan dilirik oleh investor. Dalam kasus JFC, kecenderungan ini terlihat dari dukungan Pemkab Jember terhadap JFC. Sehingga proyek identitas untuk membranding Kota Jember sebagai kota karnaval bisa mendapat dukungan dari Pemkab Jember.

4.4.5 Komodifikasi JFC dan Sintesa Identitas Teritori dalam Konsepsi Castells

Masyarakat Jember sebagai bagian dari masyarakat jaringan tentu turut pula mencirikan masyarakat jaringan yang kapitalistik. Ciri kapitalistik ini terlihat dari bagaimana sebuah proyek identitas JFC yang digagas oleh JFCC tidak bisa menghindari proses komodifikasi Jember dalam perjalanannya. Seiring dengan semakin dikenalnya JFC di publik Indonesia maupun dunia JFC mengalami komodifikasi, yang semula hanyalah proyek identitas untuk membawa nama Jember terkenal kemudian menjadi agak bergeser menjadi karnaval yang bisa *dihire* oleh perusahaan untuk menjadi pembuka dan penutup acara atau menjadi hiburan pertunjukan di beberapa tempat wisata.

Jika ditelusuri lebih lanjut komodifikasi adalah suatu bentuk transformasi dari hubungan, yang awalnya terbebas dari hal-hal yang sifatnya diperdagangkan, menjadi hubungan yang sifatnya komersil. Dalam artian bahwa hubungan sosial tereduksi menjadi hubungan pertukaran. Komodifikasi juga merupakan istilah yang hanya ada dalam konsep jual-beli di tahun 1977, namun mengekspresikan konsep fundamental atas penjelasan Karl Marx tentang bagaimana kapitalisme terbangun⁸¹.

Karl Marx dalam bukunya *Communist Manifesto*, mendefinisikan komodifikasi sebagai “Callous Cash Payment”, yakni “pembayaran tunai yang tidak berperasaan”. Ia menggambarkan bahwa kaum kapitalis yang mempunyai kontrol atas apapun telah mengubah nilai-nilai personal menjadi nilai tukar, mengubah hubungan sentimental dalam keluarga menjadi hubungan yang mempergunakan uang. Sehingga segala sesuatu tidak akan bernilai jika tidak mempunyai nilai tukar. Prinsip awal komodifikasi, yakni berubahnya nilai guna menjadi nilai guna telah meluas dalam beberapa dekade. Saat ini, contoh dari komodifikasi mencakup ke dalam ekonomi budaya.

Dalam kasus JFC, semakin JFC dikenal maka semakin banyak JFCC mendapat tawaran untuk tampil tidak di *event-event out door* namun juga *indoor*. Adanya komodifikasi pada karya karnaval ini misalnya melalui terlihat dari adanya biaya yang dikenakan oleh pihak JFCC pada perusahaan pemesan dalam bentuk biaya rekondisi kostum, biaya akomodasi yang cukup mahal, bukan hanya

⁸¹ Seperti dijelaskan di (<http://www.marxists.org/glossary/terms/c/o.htm>).

karena mendatangkan JFC yang jauh dari Jember dapat membengkakkan biaya, namun juga klaim JFC kreatif membuat JFC dibayar cukup mahal oleh perusahaan yang mengundang. Selain biaya yang harus ditanggung untuk mendatangkan JFC, ada juga biaya lain yang perlu dikeluarkan untuk mengantarkan peserta JFC berkeliling kota yang menjadi tujuan JFC.

Selain itu, komodifikasi juga terlihat dalam bentuk kerjasama JFCC dengan pemda yang meminta konsultasi untuk menghasilkan sebuah karnaval bagi kota mereka seperti JFC. Berdasarkan informasi yang didapat oleh penulis harganya cukup mahal, sehingga beberapa kabupaten terpaksa mundur dalam kerjasama ini. Namun, seperti gambaran yang disampaikan oleh Castells di mana jaringan yang memasuki seluruh relasi dan aktivitas manusia dan berusaha menghasilkan profit maka fenomena komodifikasi JFC ini menjadi sesuatu yang dapat dimengerti.

Kemudian dalam perjalanannya sebagai sebuah gerakan kota, yang meski disatu sisi tidak bisa menghindar dari proses komodifikasi juga berusaha melakukan gerakan identitas bagi Jember. Dalam perjalanannya perlu diuji oleh sintesa Castells. Sebagaimana disebutkan di muka bahwa pembentukan identitas teritorial menurut Castells memiliki setidaknya 4 sintesa antara lain, *pertama*, dalam banyak kasus *urban movement*, wacana, aktor dan organisasinya seringkali terintegrasi dengan struktur dan praktik pemerintah lokal baik secara langsung maupun tidak. Dalam trend ini gerakan masyarakat kota ini akhirnya dilikuidasi dari alternatif perubahan sosial, karena gerakan ini akhirnya dikontrol oleh pemerintah lokal dan direkonstruksi pemaknaannya, baik secara politis maupun secara sosial. Dalam temuan penelitian ini, sintesa Castells tidak seluruhnya dapat diterima. Pertama, temuan data penelitian tidak menunjukkan bahwa gerakan JFC dikontrol oleh Pemerintah Kabupaten Jember, sejauh ini relasi yang tercipta adalah relasi saling menguntungkan, JFC dapat kemudahan izin dari Pemkab untuk menyelenggarakan karnavalnya dan Pemkab Jember mendapat nama karena telah turut membesarkan JFC dan menjadikan JFC *event* tahunan. Kedua, terdapat rekonstruksi makna, namun bukan dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jember melainkan rekonstruksi makna dilakukan oleh JFC dalam konteks negosiasi identitas Kota Jember oleh JFC. Hal ini menunjukkan dalam relasinya dengan

Pemerintah Kabupaten Jember, JFC tidak mampu dibajak maupun dilikuidasi karena begitu kuatnya JFC dalam kontestasi kepentingannya di wilayah sosiokultural Jember. Hal ini tidak bisa dipisahkan dari dukungan media yang begitu kuat pada JFC. Meskipun demikian, jika merujuk pada hal 35 paragraf terakhir bahwa secara natural umumnya identitas dimulai sebagai perlawanan diwujudkan dalam bentuk sebuah proyek, kemudian seiring dengan waktu menjadi institusi dominan dalam masyarakat, kemudian menjadi legitimasi identitas untuk merasionalisasi dominasi mereka. Maka sintesa Castells ini dapat dikatakan belum terjadi dalam perjalanan JFC di Jember.

Sintesa kedua adalah komunitas lokal dan organisasi mereka diasuh oleh grassroot yang tersebar serta dipengaruhi (khususnya) oleh kelas menengah. Meskipun gerakan ini bisa dalam bentuk defensif maupun reaktif, namun tetap terfokus pada ruang mereka dan lingkungan terdekat saja. Dalam hal ini juga tidak sepenuhnya sintesa ini terjadi. Pertama, benar jika dikatakan JFC ini dipengaruhi dan diasuh oleh grassroot yang juga merupakan kelas menengah. Mulanya isu yang diangkat adalah isu identitas Kota Jember, namun dalam perkembangannya JFC tidak lagi menyebutkan hal itu sebagai satu-satunya fokus, semakin JFC dikenal khalayak, maka isu yang diangkat kemudian JFC tidak hanya untuk Jember tetapi juga untuk Indonesia.

Ketiga, umumnya dimasuki oleh NGO maupun organisasi masyarakat lainnya yang juga memiliki cita-cita yang sama, sehingga mereka sama-sama melakukan strategi untuk bisa bertahan. Kemudian dalam sintesa yang ketiga ini, tidak terlihat dengan jelas NGO yang masuk untuk tetap bertahan, namun sebaliknya, JFC menjalin kerjasama dengan perusahaan dalam bentuk tawaran tampil *road show* berdasarkan kriteria kesamaan visi misi dan cita-cita bersama untuk kreatifitas serta melestarikan keunikan lokal. Kerjasama ini terlihat misalnya dengan Sariayu Martha Tilaar, Centro Ceramic, Gading Festival, Bali *fashion week*, Kute Carnival dan kerjasama lainnya.

Terakhir, sisi gelap dari gerakan masyarakat kota sebagai bagian dari identitas teritorial adalah kemungkinan akan kegagalan, sedangkan sisi baiknya adalah kegagalan dari gerakan ini tidak mungkin secara keseluruhan. Namun

umumnya mereka tidak mempersiapkan diri untuk reformasi ataupun bertahan, sehingga yang terjadi adalah proses identifikasi yang tidak selesai dan peran ambigu yang mewarnai penduduk lokal. Dengan demikian, komunitas lokal, mengkonstruksi melalui aksi bersama dan melestarikannya melalui memori kolektif ini adalah sumber yang khas dari identitas. Khusus untuk sintesa terakhir ini, temuan data bisa dikatakan hampir setuju dengan sintesa Castells, di mana kemungkinan kegagalan dalam perjalanan JFC mengkonstruksi identitas baru bagi Jember adalah keraguan akan tidak adanya regenerasi yang mampu mewarisi ide-ide pencetusnya (Dynand Fariz) secara utuh. Meski demikian, JFC bisa dikatakan terlalu muda untuk divonis akan mengalami kegagalan ataupun ketidakmampuan dalam melakukan reformasi internalnya. Selain itu, ambigu yang dirasakan oleh masyarakat pendukung kebudayaannya karena kurang utuhnya proses identifikasi mensosialisasikan JFC sebagai bagian dalam melestarikan JFC melalui memori kolektif yang sedang dibangun. Hal ini bagi Castells menjadi sumber yang khas dari identitas.

Berdasarkan pembahasan mengenai JFC, identitas Kota Jember dan masyarakat jaringan di atas dapat terlihat beberapa hal yang menjadi benang merah dalam penelitian ini, yaitu: JFC dapat dibaca sebagai sebuah potongan masyarakat jaringan yang terjadi di belahan bumi yang lain, yakni Jember. Selain itu, sebagai sebuah gerakan masyarakat kota, JFC berangkat dari isu lokal yang menjadi dasar gerakannya yakni, kenyataan bahwa Jember kota yang belum banyak dikenal di Indonesia dibanding kota lain di Jawa Timur, seperti Surabaya dan Malang. Hal ini kemudian menjadi semangat bagi gerakan JFCC untuk menegosiasi identitas Kota Jember yang baru yakni Jember kota karnaval *fashion*, dengan cita-cita Kota Jember akan banyak dikenal dan menjadi kota yang maju dengan industri kreatifnya. Hal lain yang tidak dapat dilupakan adalah bahwa proses negosiasi ini haruslah dapat tertanam dalam kesejarahan masyarakat Jember, sehingga konteks ruang dan waktu saat ini dapat menjelaskan kehadiran JFC di Kota Jember. Sebagai bagian dari masyarakat jaringan, fenomena JFC di Kota Jember tidak bisa dilepaskan dari logika jaringan yang sangat kapitalistik, sehingga JFC juga tidak dapat menghindari proses komodifikasi Jember dan JFC

yang hampir 10 tahun berlangsung di Kota Jember. Pada bab selanjutnya akan dijelaskan kesimpulan penelitian ini secara menyeluruh, implikasi teoritis dan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

Pada bagian penutup ini berisi kesimpulan hasil penelitian secara umum yang menjawab pertanyaan penelitian. Bagian ini juga menjelaskan implikasi teoritis yang dihasilkan selama penelitian berlangsung. Selain itu, di bab ini terdapat beberapa rekomendasi yang berisi hal-hal apa yang perlu dilakukan dalam pembentukan identitas kota didasarkan pada pengalaman penelitian dan diskusi teoritik yang ada.

5.1 Kesimpulan

Terdapat beberapa poin yang dapat disimpulkan dari penelitian ini antara lain:

1. Pernyataan kultural yang sebenarnya ingin disampaikan oleh JFC adalah konstruksi identitas Kota Jember yang baru sebagai kota karnaval *fashion* dunia yang didukung oleh industri kreatif.
2. Dalam perjalanan Jember sebagai sebuah kota, Jember telah mengalami setidaknya dua konstruksi identitas, antara lain identitas sebagai kota tembakau dan identitas sebagai kota santri. Pada tahun 2000-an muncullah