

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

1.1 Latar Belakang

Tradisi *helai mbai hote mbai* adalah salah satu warisan budaya masyarakat Sentani, Papua, yang sarat akan nilai dan simbol. Dalam tradisi ini, masyarakat berkumpul untuk makan bersama menggunakan satu wadah papeda dan satu wadah lauk ikan yang dibagikan secara kolektif. Istilah *helai* mengacu pada wadah papeda yang biasanya terbuat dari tanah liat, sementara *hote* adalah wadah lauk ikan berbentuk piring lonjong yang terbuat dari kayu atau tanah liat (Qui, 2018). Kata *mbai* berarti satu, sehingga *helai mbai hote mbai* dapat diterjemahkan sebagai “satu wadah papeda dan satu wadah ikan.”

Papeda terbuat dari sagu, merupakan makanan pokok sebagian besar masyarakat Papua yang tinggal di wilayah pesisir. Tradisi makan bersama dalam satu wadah ini memiliki makna bukan sekadar mengonsumsi makanan. Proses makan bersama melambangkan solidaritas, persatuan, dan rasa saling memiliki di antara anggota masyarakat. Setiap orang berbagi dari satu sumber yang sama, yang menegaskan pentingnya gotong royong dan saling bergantung dalam kehidupan sosial mereka (Rumpaidus, 2023).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jayapura menunjukkan bahwa papeda bukan hanya sekadar makanan, tetapi juga merupakan simbol identitas budaya masyarakat Sentani. Dalam konteks ini, papeda menjadi lebih dari sekadar konsumsi, tetapi juga menjadi representasi dari sejarah dan tradisi yang telah diwariskan dari generasi ke generasi (Suroto, dkk., 2023) misalnya, dalam setiap acara *helai mbai hote mbai*, papeda disajikan bersama dengan berbagai lauk pauk yang khas, menciptakan pengalaman kuliner yang tidak hanya memuaskan secara fisik tetapi juga emosional. Masyarakat Sentani menganggap momen ini sebagai kesempatan untuk berbagi cerita, tradisi, dan pengalaman hidup, yang pada gilirannya membantu memperkuat ikatan antaranggota komunitas.

Cerita rakyat setempat tentang sagu pun dapat membuktikan bahwa sagu memiliki peranan penting bagi kehidupan masyarakat sejak

lama. Dengan kata lain, masyarakat Sentani sudah mengenal tanaman sagu sejak pemukim pertama menginjakkan kakinya di kawasan Danau Sentani. Pohon sagu dalam pandangan mereka memiliki makna bukan hanya sekadar pohon yang tumbuh di dataran Danau Sentani yang memiliki manfaat bagi kehidupan manusia, melainkan sagu yang merupakan makanan pertama yang diberikan leluhur kepada masyarakat Sentani (Suroto, 2021). Toyoda (2018) berpendapat bahwa sagu merupakan salah satu tanaman tertua, dan menunjukkan sagu memiliki hubungan yang erat dengan kepentingan masyarakat. Keberadaan sagu teranyam erat dengan kehidupan masyarakat yang ditunjukkan dalam mitologi, ritual, pesta dan tradisi lain yang berhubungan dengan kehidupan manusia.

Pentingnya tradisi ini dalam masyarakat Sentani tidak dapat dipandang sebelah mata. *Helai mbai hote mbai* berfungsi sebagai wadah untuk merayakan keberagaman dan kesatuan. Dalam setiap perayaan, terlihat bahwa setiap individu, tanpa memandang status sosial, dapat berpartisipasi dan menikmati momen kebersamaan. Hal ini menciptakan rasa kesetaraan di dalam komunitas, setiap suara dan kehadiran dianggap penting. Tradisi ini juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai budaya kepada generasi muda, yang menjadi sangat krusial mengingat tantangan globalisasi yang semakin menggerus nilai-nilai lokal. Penelitian oleh Ruhlessin (2021) menegaskan bahwa tradisi makan bersama, seperti *helai mbai hote mbai*, berkontribusi pada pembentukan identitas kultural di kalangan masyarakat Sentani. Dalam konteks ini, setiap generasi berperan aktif dalam melestarikan dan meneruskan tradisi, sehingga keberlangsungan tradisi ini dapat terjaga.

Namun, di tengah keindahan dan makna yang terkandung dalam tradisi *helai mbai hote mbai*, perubahan sosial dan budaya yang cepat menjadi tantangan signifikan bagi keberlangsungan tradisi ini. Globalisasi, modernisasi, dan pengaruh budaya luar telah membawa perubahan yang cukup mendalam dalam cara masyarakat menjalani tradisi mereka. Banyak generasi muda yang lebih tertarik pada gaya hidup modern, yang sering kali mengabaikan nilai-nilai tradisional. Hal ini dapat dilihat dari penurunan frekuensi pelaksanaan *helai mbai hote mbai* dalam beberapa tahun terakhir. Data survei budaya lokal yang

dilakukan oleh Ruhlessin (2021) menunjukkan bahwa semakin sedikit generasi muda yang terlibat dalam acara tersebut, dan ini menjadi pertanda bahwa tradisi ini mulai kehilangan relevansinya di kalangan mereka.

Di sinilah pentingnya memahami komodifikasi tradisi ini terjadi dan dampaknya terhadap masyarakat. Komodifikasi dalam pandangan Russell Keat (1999), merujuk pada proses di mana suatu aspek budaya, seperti tradisi *helai mbai hote mbai*, diubah menjadi barang atau layanan yang dapat diperdagangkan. Dalam konteks ini, tradisi yang seharusnya menjadi sarana untuk memperkuat ikatan sosial dan identitas budaya, berisiko menjadi sekadar produk konsumsi yang kehilangan makna aslinya. Misalnya, ketika *helai mbai hote mbai* diadakan hanya sebagai acara untuk menarik wisatawan atau sebagai bagian dari paket tur, maka esensi dari tradisi itu sendiri bisa tergerus. Tradisi yang seharusnya menjadi momen kebersamaan dan solidaritas bisa berubah menjadi sekadar atraksi wisata yang berorientasi pada keuntungan ekonomi.

Komodifikasi tradisi ini juga dapat menyebabkan pergeseran nilai-nilai dalam masyarakat. Ketika tradisi diubah menjadi produk yang dapat dipasarkan, nilai-nilai yang dulunya melekat pada praktik tersebut bisa hilang (Danugroho, 2022). Misalnya, dalam proses penyajian papeda juga mengalami pergeseran menjadi sekadar rutinitas yang dilakukan tanpa makna. Hal ini tentu saja sangat disayangkan, karena tradisi seharusnya menjadi jembatan yang menghubungkan generasi lama dengan generasi baru, bukan menjadi hal yang terputus oleh kepentingan komersial.

Dalam menghadapi tantangan ini, penting bagi masyarakat Sentani untuk menemukan cara agar tradisi *helai mbai hote mbai* tetap relevan di tengah perubahan zaman. Secara keseluruhan, penelitian tentang komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* pada masyarakat Sentani memiliki urgensi yang sangat signifikan dalam konteks pelestarian budaya, pendidikan masyarakat, pengembangan ekonomi lokal, dan advokasi hak-hak budaya. Penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk mendokumentasikan tradisi, tetapi juga untuk menciptakan ruang dialog antara masa lalu dan masa depan, serta memberikan

pemahaman yang lebih baik tentang cara menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian identitas budaya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam konteks penelitian ini, komodifikasi dapat dipahami sebagai proses di mana tradisi yang awalnya bersifat sosial dan budaya diubah menjadi barang atau layanan yang diperdagangkan. Hal ini menjadi pertanyaan utama dalam penelitian ini:

- 1) Bagaimana tradisi *helai mbai hote mbai* mengalami proses komodifikasi?
- 2) Bagaimana analisis kontrol terhadap proses komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*?
- 3) Apa dampak komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* terhadap masyarakat Sentani?
- 4) Bagaimana strategi pengembangan tradisi *helai mbai hote mbai*?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis proses komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*.
- 2) Menganalisis proses kontrol komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*.
- 3) Menganalisis dampak komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* terhadap masyarakat Sentani.
- 4) Menganalisis strategi pengembangan tradisi *helai mbai hote mbai*.

4.1 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademik maupun praktis.

- 1) Secara Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berharga untuk studi-studi selanjutnya yang menggunakan teori dan pendekatan serupa. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai tradisi *helai mbai hote mbai* yang terdapat di Sentani, Papua. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat di Perpustakaan Universitas Hasanuddin di Kota Makassar.

2) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap kajian budaya dan tradisi. Dengan memahami proses komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang berguna untuk pelestarian budaya lokal. Relevansi penelitian ini juga dapat dirasakan dalam pengembangan kebijakan budaya. Dengan data dan analisis yang dihasilkan, diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pelestarian tradisi dan budaya lokal. Hal ini penting agar masyarakat Sentani tidak hanya menjadi penonton dalam perubahan yang terjadi, tetapi juga dapat berperan aktif dalam menjaga dan melestarikan tradisi mereka. Dengan memahami pentingnya *helai mbai hote mbai*, masyarakat diharapkan dapat lebih menghargai dan melestarikan tradisi ini. Penelitian ini juga dapat menjadi sarana untuk mendidik generasi muda mengenai nilai-nilai budaya yang terkandung dalam tradisi mereka, sehingga keberlangsungan tradisi dapat terjaga.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Hasil Penelitian Relevan

Penelitian Pristiwanto (2011) dengan judul Komodifikasi Kearifan Lokal (Studi Kasus Upacara Penangkapan Ikan Tradisional *mane'e* pada Masyarakat di Perbatasan Indonesia-Filipina) tesis pada Magister Kajian Sastra dan Budaya Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua permasalahan utama yaitu; pertama “kearifan lokal apa yang dimiliki masyarakat perbatasan Indonesia-Filipina yang telah dikomodifikasi? Kedua “bagaimana proses pergeseran makna kearifan lokal terhadap kepentingan pengembangan pariwisata lokal di Kabupaten Kepulauan Talaud?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengidentifikasi kearifan lokal sebagai salah satu modal sosial masyarakat di kepulauan Nanusa untuk pemerataan kedaulatan republik Indonesia dan proses komodifikasi kearifan lokal pasca penetrasi paket ekowisata. Penelitian ini menggunakan metode etnografi untuk mengumpulkan data. Kemudian pengumpulan data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan secara kualitatif berdasarkan teori interaksionisme simbolik. Analisis dan selanjutnya dimaknai sebagai komodifikasi kearifan lokal dalam perjumpaan dengan ekonomi, sosial dan simbolik yang telah diubah dan dipengaruhi oleh “pasar” (ekowisata).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mane'e* mengungkapkan sejumlah nilai budaya, agama, dan sosial yang dimanfaatkan masyarakat perbatasan sebagai kearifan lokal yang masih ada. Nilai-nilai sosial budaya masyarakat perbatasan kepulauan Nanusa, dalam hal ini eha sebagai produk hukum yang tidak tertulis dalam rangka menjaga ketertiban sosial masyarakat. Prosesi upacara *mane'e* sebagai tanda syukur kepada Tuhan banyak dijual oleh kalangan elite sebagai paket wisata. Masyarakat pendukung budaya menyambut baik promosi tersebut sebagai bentuk pencarian identitas budaya maritim.

Penelitian Reza R. Azizah (2013) dengan judul Representasi Komodifikasi Tubuh dan Kecantikan dalam Tiga Novel teen-lit

Indonesia: *The Glam Girls Series* merupakan tesis pada Magister Kajian Sastra dan Budaya Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi sastra yang menjembatani karya sastra dengan realita yang melahirkannya, mencoba membuktikan peran ideologi konsumerisme dan mitos kecantikan yang dilahirkannya dalam membentuk perilaku komodifikasi tubuh melalui penggambaran karakter para tokoh utama di dalam novel, Rashi, Maybella dan Adrianna, serta bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap status sosial dan citra diri mereka sebagai perempuan di mata lingkungannya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data-data yang digunakan dalam tesis ini adalah objek penelitian itu sendiri dan segala sumber kepustakaan yang dirasa sesuai. Diskusi tentang tubuh dalam budaya konsumerisme oleh Mike Featherstone serta kritik terhadap mitos kecantikan oleh Naomi Wolf digunakan sebagai landasan teori yang beroperasi pada bagian pembahasan. Pertama, menggunakan teori oleh Featherstone, tesis ini menemukan keterkaitan antara budaya konsumerisme dengan bentuk-bentuk komodifikasi tubuh yang dilakukan oleh para tokoh utama kemudian menganalisa bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap status sosial mereka di lingkungannya. Kedua, tesis ini menemukan bahwa representasi budaya konsumerisme di dalam novel berperan signifikan dalam membentuk persepsi tentang mitos kecantikan yang diadopsi oleh para tokoh utama. Yang terakhir, melalui pendekatan feminis tentang mitos kecantikan oleh Naomi Wolf, tesis ini menjelaskan bagaimana mitos kecantikan membentuk pemikiran dan perilaku para tokoh utama terhadap diri mereka sendiri dan teman-teman perempuan mereka.

I Wayan Suteja dan Sri Wahyuningsih (2018) membahas tentang pengembangan dan pelestarian kuliner lokal sebagai produk wisata melalui proses komodifikasi. Rumusan penelitian tentang "Komodifikasi Sebagai Wujud Invensi Budaya Kuliner dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata di Kawasan Pariwisata Mataram". Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi.

Penelitian ini dibahas menggunakan teori *invention of tradition* yang dicetuskan oleh Hobsbawm dan Ranger. Penemuan tradisi

(*invented traditions*) adalah tradisi yang muncul atau diklaim berasal dari masa lampau. Jika mungkin, bahkan secara resmi berusaha untuk menunjukkan bahwa suatu penemuan kembali tradisi ini memiliki hubungan dengan tradisi masa lalu yang masih berlanjut sampai saat ini. Dengan demikian, *invention of tradition* adalah proses formulasi dan ritualisasi tradisi yang ditandai dengan adanya rujukan terhadap tradisi masa lalu. Semua tradisi penemuan menggunakan referensi masa lalu di dalam menemukan kembali tradisi baru yang sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari adanya tradisi masa lalu. Hal ini juga berlaku dalam budaya kuliner yang terus berkembang dengan merujuk pada budaya kuliner masa lalu.

Sedangkan dalam konsep komodifikasi gejalanya dapat dirujuk dari pemikiran Marx dan Simmel yang menjelaskan bahwa akibat ekonomi uang yang berdasarkan semangat menciptakan keuntungan yang sebanyak-banyaknya mengakibatkan munculnya gejala komodifikasi diberbagai sektor kehidupan. Dengan demikian komodifikasi memiliki cakupan yang sangat luas tidak hanya melihat proses produksi komoditas secara ruang lingkup ekonomi yang sempit, tetapi juga menyangkut tentang bagaimana cara pendistribusiannya menjadi barang yang dapat dikonsumsi.

Selain itu beberapa konsep tentang komodifikasi, seperti yang dijelaskan oleh Barker bahwa komodifikasi merupakan proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana objek, kualitas dan tanda dijadikan sebagai komoditas yang merupakan segala sesuatu yang memiliki tujuan utama untuk dijual. Lebih lanjut Piliang menjelaskan bahwa komodifikasi adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditas menjadi barang komoditas. Serta menurut Maunati menjelaskan bahwa komodifikasi kebudayaan adalah proses mengemas dan menjual objek-objek kebudayaan seperti pertunjukan-pertunjukan kesenian dan berbagai macam gaya hidup masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa kegiatan wisata kuliner telah berkembang di Kawasan Mataram sebagai penunjang kegiatan wisata perkotaan. Untuk dijual sebagai produk wisata, kuliner lokal dikomodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadi suatu kemasan yang menarik bagi konsumen. Aspek yang

dikomodifikasi oleh para pengusaha kuliner adalah tata cara pengemasan dan penyajian sehingga menjadi produk yang lebih menarik. Meskipun komodifikasi sering dikaitkan dengan dampak negatif terhadap budaya, namun dalam konteks budaya kuliner mampu mendorong keberlangsungan dan regenerasi budaya kuliner.

Penelitian Alice Salhuteru dan Fred Keith Hutubessy (2020) yang berjudul *The Transformation of Noken Papua: Understanding the Dynamics of Noken's Commodification as the Impact of UNESCO's Heritage Recognition* membahas transformasi noken. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas *noken* dari berbagai sudut pandang, namun tidak mengkaji aspek komodifikasi *noken* sebagai implikasi label warisan dunia dari UNESCO. Noken adalah tas rajut asli Papua yang memiliki nilai budaya tinggi, benda sakral, dan sumber kehidupan, yaitu sebagai wadah untuk membawa hasil bumi dan binatang buruan. *Noken* juga merupakan salah satu tanda kedewasaan. Perempuan Papua yang sudah bisa merajut *noken*, boleh memasuki fase pernikahan. Dengan menggunakan metode kualitatif, dengan observasi dan wawancara kepada perempuan yang merajut dan menjualnya di Jayapura sebagai informan, penelitian ini menemukan bahwa: pertama, *noken* telah mengalami komodifikasi ekonomi secara masif, sejak adanya pengakuan UNESCO terhadap *noken* sebagai warisan budaya tak benda, yang menyebabkan semakin banyak memperdagangkan *noken*. Kedua, *noken* telah mengalami transformasi nilai, terutama tentang nilai *noken* yang menjiwainya. Transformasi nilai *noken* merupakan keniscayaan dalam dinamika perubahan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat Papua. Ketiga, dengan merajut dan menjualnya, mereka berusaha melestarikan nilai sakral *noken*, dan juga sebagai strategi untuk bertahan hidup secara ekonomi dalam menghadapi dampak sistem kapitalis.

Penelitian ini memiliki persamaan yang merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan teori komodifikasi Mosco. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, yakni *noken*. Penelitian Alice Salhuteru dan Fred Keith Hutubessy (2020) menekankan bahwa transformasi *noken* menjadi alasan berkembangnya modernisasi dan melahirkan perubahan sosial pada masyarakat Papua. Meski identitas *noken* masih

melekat pada masyarakat Papua hingga saat ini, namun secara fungsional *noken* telah mengalami transformasi. Awalnya masyarakat adat di Papua mengenal *noken* dari berbagai sudut pandang budaya, dan mereka juga mengenalnya dengan beberapa nama pada sukunya masing-masing. Apabila pemahaman *noken* dalam kesesuaian kerangka konseptual, tindakan menghasilkan produk budaya menyebabkan manusia menghasilkan produk budaya dan juga mempunyai hubungan dengan sistem kepercayaan. Sebenarnya dari sudut pandang budaya, *noken* mempunyai makna yang lengkap berkaitan dengan kepercayaan dan tradisi ritual seperti inisiasi bagi wanita, ritual pernikahan, penyambutan tamu, yang berasal dari masyarakat Papua.

Penelitian Yusuf Syibly Ramadhan dan Puspitasari (2021) mengemukakan bahwa hoaks merupakan sebuah informasi yang dimanipulasi dengan tujuan tertentu, di Papua pada tahun persebaran informasi hoaks isu rasisme menyebar luas di media sosial dan memicu kerusuhan di berbagai wilayah Papua. Kajian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data diolah melalui penggalian, penelusuran buku-buku, surat, kabar, majalah, jurnal, dan observasi media sosial serta catatan lainnya yang dapat mendukung penelitian untuk melihat bagaimana fenomena komodifikasi konflik Papua yang kemudian disajikan dalam bentuk informasi hoaks serta membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Hasilnya ditemukan bahwa komodifikasi konflik Papua terutama isu rasisme kemudian dikemas dalam bentuk informasi hoaks menggunakan narasi permusuhan atau NKRI vs Papua yang kemudian menimbulkan dampak ancaman terhadap keamanan nasional.

Kerusuhan Papua yang terjadi pada tahun 2019 merupakan salah satu dampak dari bentuk komodifikasi konflik sosial dalam bentuk hoaks oleh oknum tertentu. Konflik sosial dikemas sedemikian rupa berbeda dengan fakta atau hanya menampilkan sepenggal fakta ke dalam sebuah konten dan narasi yang disebarluaskan melalui media sosial untuk menciptakan gelombang konflik yang baru. Hal ini memicu kerusuhan di berbagai wilayah di Papua yang kemudian berpotensi mengganggu stabilitas keamanan nasional. Walaupun proses

komodifikasi konflik Papua dalam bentuk informasi hoaks tidak dapat dihindari di era globalisasi saat ini karena memiliki nilai ekonomi namun secara tidak langsung, perilaku komodifikasi tersebut merupakan sebuah ancaman terhadap keamanan nasional karena dapat memicu gelombang kerusuhan serta kekacauan yang diakibatkan meluasnya informasi provokatif di masyarakat. Untuk itu diperlukan sinergitas antar lembaga pemerintahan termasuk aparat keamanan di Indonesia dalam menanggulangi segala bentuk komodifikasi konflik sosial dalam bentuk hoaks di media sosial agar terciptanya konsep keamanan nasional yang strategis dan mampu bertahan dari berbagai ancaman di era globalisasi.

Pendekatan penelitian sama-sama menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif. Objek kajian penelitian memiliki perbedaan. Penelitian Yusuf Syibly Ramadhan dan Puspitasari (2021) berfokus pada fenomena komodifikasi informasi hoaks konflik sosial Papua terkait isu rasisme yang terjadi pada tahun 2019.

Penelitian Eric Putra Anggara, dkk. (2023) dengan judul Komodifikasi Budaya Minum Kopi di Kedai Sang Pejoang Lembang mengemukakan bahwa komodifikasi budaya minum kopi melalui *live music* sebagai budaya populer dan pengaruhnya terhadap Kedai Kopi Sang Pejoang Lembang. Aktivitas minum kopi bisa dibidang sebagai warisan budaya bahkan budaya lama yang sbelumnya bisa dilakukan di rumah, kantor, atau di mana saja. Namun seiring berjalannya waktu dengan maraknya kedai kopi atau *coffee shop* kini minum kopi dijadikan perilaku konsumtif bahkan menjadi trendi dikalangan remaja. Dengan demikian penulis dapat beberapa hal sebagai berikut: (1) Fenomena *coffee shop*, selain tempat minum kopi nyatanya *coffee shop* juga menjajarkan minuman lain dan nonkopi yang beraroma rasa manis dan biasanya banyak digemari kaum perempuan di *coffee shop*. Kemudian, sajian cemilan ringan juga selalu hadir di daftar menu dalam *coffee shop*. Hal ini tentunya menarik perhatian dan memotivasi pengunjung untuk makan cemilan sambil menemani sajian kopi di *coffee shop*. (2) Pengunjung yang berdatangan di Kedai Kopi Sang Pejoang Lembang biasanya akan menikmati sajiannya dengan alunan sebuah musik yang diputar melalui *music player* pada hari biasanya dan penampilan *live music* setiap akhir pekan. Selain desain yang tematik, hal tersebut

menjadi alasan kenapa remaja suka berkunjung ke Kedai Kopi Sang Pejoang. (3) Pengaruh *live music* yang berlangsung di Kedai Kopi Sang Pejoang Lembang merupakan sebuah inovasi dari hasil komodifikasi budaya yang saling menguntungkan. Dalam prosesnya *live music* mempengaruhi omset penghasilan kedai dan tingkah perilaku pengunjung. Dengan adanya *live music*, budaya minum kopi dijadikan seseorang sebagai pandangan gaya hidup, nongkrong, dan hedonisme yang menjadi perilaku konsumtif. Di sisi lain adanya fasilitas *free wifi* yang membuat pengunjung kedai memilih untuk berlama-lama bermain gawai mereka atau memamerkan kegiatan mereka di media sosial mengenai kegiatan yang berlangsung di Kedai Kopi Sang Pejoang Lembang.

Penelitian ini sama-sama menggunakan teori teori komodifikasi oleh Karl Marx dan Vincent Mosco. Teori ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana budaya minum kopi di Kedai Kopi Sang Pejoang Lembang dan pengaruhnya yang didapatkan melalui *live music* terhadap aktivitas yang terjadi serta menjelaskan perubahan setelah adanya komodifikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif di mana penulis disini mendeskripsikan hasil analisis data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian Alice Salhuteru dan Fred Keith Hutubessy (2020) membahas transformasi noken yang juga menggunakan teori komodifikasi. Ada sebuah penelitian yang membahas tentang pengembangan dan pelestarian kuliner lokal sebagai produk wisata melalui proses komodifikasi, namun objek dan lokusnya berada di Lombok Nusa Tenggara Barat.

Ada beberapa aspek yang membuat penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya. Kebaruan itu antara lain terdiri atas fokus unik pada komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* yang belum pernah diteliti, pemanfaatan teori batas-batas pasar dan komodifikasi budaya Russell Keat (1999) yang memperkaya pendekatan teoretis, penekanan pada dilema antara keuntungan ekonomi dan pelestarian tradisi, serta rekomendasi kebijakan yang lebih kontekstual bagi Papua. Dengan demikian, penelitian ini menambah wawasan baru yang dapat memperluas literatur akademik tentang

komodifikasi budaya, khususnya di wilayah Indonesia Timur yang kaya akan tradisi unik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Komodifikasi

Komodifikasi adalah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme, di mana objek, kualitas, dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas, yaitu sesuatu yang tujuan utamanya untuk dijual di pasar (Barker, 2005). Komodifikasi adalah proses karya seni baik abstrak maupun konkret yang sebelumnya sebagai karya sakral. Dengan kesadaran penuh dan perhitungan yang matang dari seniman maupun konsumen diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan diperjualbelikan kepada masyarakat yang membutuhkan karya seni tersebut (Tester, 2009).

Piliang (2011) menyatakan bahwa komodifikasi adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditi, sehingga kini menjadi komoditi. Sedangkan komoditi adalah segala sesuatu yang diproduksi dan dipertukarkan dengan sesuatu lain, biasanya uang, dalam rangka memperoleh nilai lebih atau keuntungan.

Marx memberinya makna sebagai apapun yang diproduksi dan untuk diperjualbelikan. Tidak ada nilai guna murni yang dihasilkan, namun hanya nilai jual, diperjualbelikan bukan digunakan. Komodifikasi menggambarkan proses dimana sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomis diberi nilai dan karenanya bagaimana nilai pasar dapat menggantikan nilai-nilai sosial lainnya. Sebagai komoditas ia tidak hanya penting untuk berguna, tetapi juga berdaya jual (Karl Marx dalam Evans, 2002).

Fairclough (1995) mengemukakan bahwa sesuatu hanya akan menjadi sebuah komoditas, setiap hal dapat menjadi produk yang siap dijual. Makna dalam komodifikasi tidak hanya bertolak pada produksi komoditas barang dan jasa yang diperjualbelikan, namun bagaimana distribusi dan konsumsi barang terdapat seperti yang diungkapkan Fairclough, komodifikasi adalah proses. Domain-domain dan institusi-institusi sosial yang perhatiannya tidak hanya memproduksi komoditas dalam pengertian ekonomi yang sempit mengenai barang-barang yang

akan dijual, tetapi bagaimana diorganisasikan dan dikonseptualisasikan dari segi produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas.

Komodifikasi merupakan kata kunci yang dikemukakan Karl Marx sebagai 'ideologi' yang bersemayam di balik media. Menurutnya, kata itu bisa dimaknai sebagai upaya mendahulukan peraihan keuntungan dibandingkan tujuan-tujuan lain (Burton, 2008). Pengertian komodifikasi menurut *the free dictionary adalah the inappropriate treatment of something as if it can be acquired or marketed like other commodities*, dengan kata lain komodifikasi adalah suatu bentuk transformasi dari hal-hal yang seharusnya terbebas dari unsur-unsur komersil menjadi suatu hal yang dapat diperdagangkan (Azizah, 2013).

Commodification is used to describe the process by which something which does not have an economic value is assigned a value and hence how market values can replace other social values. Digunakan untuk menggambarkan proses dimana sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomi yang diberi nilai dan bagaimana nilai pasar dapat menggantikan nilai-nilai sosial lainnya. Dalam ekonomi politik Marxis, komodifikasi terjadi ketika nilai ekonomi yang ditugaskan untuk sesuatu yang sebelumnya tidak dipertimbangkan dalam istilah ekonominya, misalnya ide, identitas atau jenis kelamin. Jadi komodifikasi mengacu pada perluasan perdagangan pasar sebelumnya daerah nonpasar, dan untuk perawatan hal seolah-olah mereka adalah komoditas yang bisa diperdagangkan.

Komodifikasi sering dikritik dengan alasan bahwa beberapa hal yang seharusnya tidak dijual dan tidak seharusnya diperlakukan seolah-olah mereka adalah komoditi (Pristiwanto, 2011). Penggunaan awal kata komodifikasi dalam bahasa Inggris dibuktikan dalam Oxford English Dictionary berasal dari tahun 1975. Penggunaan konsep komodifikasi menjadi umum dengan munculnya analisis wacana kritis dalam semiotika.

Pandangan Marx tentang komoditas berakar pada orientasi materialisnya, dengan fokus pada aktifitas-aktifitas produktif pada aktor. Pandangan Marx adalah bahwa di dalam interaksi-interaksi mereka dengan alam dan dengan para aktor lain, orang-orang memproduksi objek-objek yang mereka butuhkan untuk bertahan hidup. Objek-objek ini diproduksi untuk digunakan oleh dirinya sendiri atau orang lain di

dalam lingkungan terdekat. Inilah yang disebut dengan nilai-guna komoditas. Proses ini di dalam kapitalisme merupakan bentuk baru sekaligus komoditas. Para aktor bukannya memproduksi untuk dirinya atau asosiasi langsung mereka, melainkan untuk orang lain (kapitalis). Produk-produk memiliki nilai-tukar, artinya bukannya digunakan langsung, tapi dipertukarkan di pasar demi uang atau demi objek-objek yang lain (Ritzer, 2009).

Jika dikaitkan dengan praktik komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* merupakan sebuah proses menjadikan tradisi *helai mbai hote mbai* yang sebelumnya bukan komoditi menjadi produk komoditi. Tradisi *helai mbai hote mbai* yang semula berfungsi sebagai makan bersama secara tradisional namun dalam perkembangannya, tradisi *helai mbai hote mbai* dijadikan objek yang memiliki nilai tukar dan kapitalisme melalui industri budaya memproduksi dan mendistribusikan dan dikonsumsi bersama-sama dengan industri jasa lainnya sebagai komoditas belaka dengan mengharapkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Vincent Mosco (1996) menyoroti aspek isi media, khalayak, dan pekerja sebagai aspek-aspek komodifikasi atau komoditas yang diterima pasar. Vincent Mosco juga mengemukakan bahwa teori ekonomi politik adalah sebuah studi yang mengkaji tentang hubungan sosial, terutama kekuatan dari hubungan tersebut yang secara timbal balik meliputi proses produksi, distribusi dan konsumsi dari produk yang telah dihasilkan. Awal kemunculan dari teori ini didasari pada besarnya pengaruh media massa terhadap perubahan kehidupan masyarakat.

Kekuatan penyebaran media massa yang begitu luas, kemudian dianggap tidak hanya mampu menentukan dinamika sosial, politik dan budaya baik dalam tingkat lokal, maupun global, akan tetapi media massa juga mempunyai peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan yang disebarkan lewat iklan di media massa, peningkatan penjualan produk dan jasa sangat memungkinkan untuk terjadi ketika audiences terpengaruh terhadap pesan yang ditampilkan melalui media massa tersebut.

Media massa mampu menyebarkan dan memperkuat sistem ekonomi dan politik tertentu dan tidak jarang melakukan negasi atau

penyangkalan atas sistem ekonomi dan politik yang lain. Meskipun demikian, satu hal yang tidak bisa kita abaikan adalah bahwa media massa secara tidak langsung menjalankan fungsi ideologis tertentu seperti yang dianut oleh pemilik media. Dari berbagai pandangan tentang komodifikasi yang diungkapkan oleh para ahli tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa komodifikasi adalah proses mengubah sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomi menjadi barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Komodifikasi juga dapat diartikan sebagai proses mengubah nilai-nilai menjadi nilai tukar. Penelitian ini menggunakan konsep komodifikasi budaya Russell Keat dengan menjabarkan empat aspek yang terdiri atas pemetaan proses komodifikasi, analisis dan kontrol proses komodifikasi, dampak sosial dan ekonomi komodifikasi, dan strategi pengembangannya.

Russell Keat (1999) dalam artikelnya yang berjudul *Market Boundaries and Commodification of Culture* menguraikan konsep komodifikasi budaya dengan menekankan bahwa tidak semua aspek kehidupan sosial dan budaya sebaiknya diatur oleh pasar. Dalam pandangannya, pasar tidak seharusnya menjadi satu-satunya mekanisme yang menentukan nilai dan makna dari berbagai praktik budaya. Keat berargumen bahwa ada institusi dan praktik budaya yang memiliki nilai intrinsik yang tidak bisa diukur atau diwakili oleh nilai tukar ekonomi. Misalnya, tradisi lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi, seperti upacara adat atau ritual keagamaan, sering kali memiliki makna yang jauh lebih dalam dibandingkan dengan nilai moneter yang dapat diberikan kepada mereka. Tradisi-tradisi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk melestarikan identitas budaya, tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan sosial yang penting bagi komunitas.

Keat lebih lanjut menjelaskan bahwa komodifikasi budaya, yaitu proses menjadikan aspek budaya menjadi komoditas yang dijual dan dibeli, bisa merusak nilai-nilai budaya yang sebenarnya. Ketika budaya diperlakukan sebagai barang dagangan, ada risiko bahwa makna asli dari budaya tersebut hilang atau terdistorsi. Misalnya, ketika seni tradisional dipasarkan sebagai produk yang hanya bertujuan untuk keuntungan finansial, seniman dan komunitas yang menciptakannya mungkin kehilangan kendali atas cara karya mereka dipresentasikan

dan dimaknai. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat menyebabkan penghilangan konteks sosial dan sejarah yang penting, yang seharusnya menjadi bagian integral dari pengalaman budaya tersebut. Dengan demikian, komodifikasi tidak hanya merugikan individu atau kelompok tertentu, tetapi juga dapat mengancam keberlangsungan dan keaslian budaya itu sendiri.

Keat berpendapat bahwa pasar memiliki batas-batas yang harus dihormati untuk melindungi makna dan nilai intrinsik dari budaya tersebut. Dalam hal ini, Keat mempertimbangkan batasan etis dan moral ketika berhadapan dengan komodifikasi budaya. Misalnya, dalam industri pariwisata, banyak destinasi yang mengemas pengalaman budaya untuk menarik pengunjung, namun sering kali hal ini dilakukan tanpa mempertimbangkan dampak terhadap masyarakat lokal. Dalam beberapa kasus, budaya lokal dipresentasikan dengan cara yang tidak akurat atau bahkan stereotipikal, yang pada akhirnya dapat merusak persepsi tentang budaya tersebut dan mengurangi rasa hormat terhadap tradisi yang ada. Oleh karena itu, penting untuk menetapkan batasan yang jelas mengenai aspek-aspek budaya mana yang sebaiknya tetap dilindungi dari pengaruh pasar.

Dalam pendekatannya, Keat juga menolak pandangan yang menentang komodifikasi secara keseluruhan, dan lebih memilih untuk menilai setiap kasus secara individual. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa tidak semua bentuk komodifikasi berdampak negatif. Dalam beberapa konteks, komodifikasi dapat memberikan keuntungan bagi komunitas lokal, seperti peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja. Misalnya, ketika kerajinan tangan tradisional dipasarkan secara luas, hal ini dapat membantu pengrajin lokal untuk mendapatkan penghasilan yang lebih baik dan melestarikan keterampilan mereka. Namun, Keat menekankan pentingnya evaluasi kritis terhadap setiap upaya komodifikasi budaya, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap nilai-nilai budaya yang dijaga oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan dialog yang terbuka antara pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, pemerintah, dan pelaku pasar, untuk memastikan bahwa komodifikasi tidak mengorbankan nilai-nilai budaya yang penting.

Keat juga memperingatkan bahwa komodifikasi bisa mengurangi pengalaman otentik dan makna mendalam dari praktik budaya, karena aspek-aspek tersebut dijual dan dibeli berdasarkan nilai ekonomi daripada nilai intrinsiknya. Ketika budaya diperlakukan sebagai barang dagangan, ada risiko bahwa pengalaman yang seharusnya menjadi sarana untuk berbagi nilai-nilai dan identitas bersama berubah menjadi sekadar transaksi bisnis. Misalnya, festival budaya yang awalnya bertujuan untuk merayakan warisan dan tradisi lokal dapat berubah menjadi acara yang berorientasi pada keuntungan, di mana pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung lebih berfokus pada aspek hiburan daripada makna yang mendalam. Hal ini tidak hanya mengubah cara orang berinteraksi dengan budaya tersebut, tetapi juga dapat mengakibatkan hilangnya rasa kepemilikan dan keterhubungan dengan tradisi yang ada.

Russell Keat menyatakan adanya hubungan yang kompleks antara pasar dan budaya. Keat menekankan bahwa komodifikasi budaya adalah fenomena yang tidak dapat dihindari dalam masyarakat modern, tetapi hal ini tidak berarti bahwa semua aspek budaya harus diserahkan kepada pasar. Sebaliknya, penting untuk menetapkan batasan yang jelas dan melakukan evaluasi kritis terhadap setiap upaya komodifikasi. Dengan cara ini, masyarakat dapat melindungi nilai-nilai intrinsik dari budaya dan memastikan bahwa praktik budaya tetap hidup dan relevan dalam konteks yang lebih luas. Dalam dunia yang semakin terhubung dan dipengaruhi oleh kekuatan pasar, kesadaran akan pentingnya menjaga keaslian dan makna budaya menjadi lebih krusial. Masyarakat perlu menemukan keseimbangan antara memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh pasar dan melestarikan warisan budaya yang berharga, agar generasi mendatang dapat terus menikmati dan menghargai kekayaan budaya yang ada.

Dengan memahami pandangan ini, masyarakat dapat lebih kritis dalam menilai dampak dari komodifikasi terhadap budaya dan mendorong diskusi yang lebih jauh tentang etika dan tanggung jawab dalam praktik perdagangan budaya.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan landasan dasar model kerangka konseptual terkait bagaimana hubungan antar teori dengan faktor-faktor lain nya yang telah diidentifikasi sebelumnya sebagai hal yang penting. Dalam melakukan penelitian, peneliti memerlukan kerangka pemikiran sebagai landasan dasar berupa teori-teori atau pendapat para ahli. Kerangka pemikiran berisi bagan yang memperlihatkan tahapan-tahapan penelitian dari awal hingga akhir.

Objek dari penelitian ini adalah serial festival *helai mbai hote mbai* dan untuk dapat memahami komodifikasi yang terdapat di dalam tradisi, peneliti menggunakan teori batas-batas pasar dan komodifikasi budaya sebagai landasan dasar dalam menelaah fenomena yang terjadi di dalam tradisi tersebut. Istilah komodifikasi didefinisikan sebagai adalah suatu modifikasi budaya yang sakral dan atau budaya nonsakral menjadi komersial.

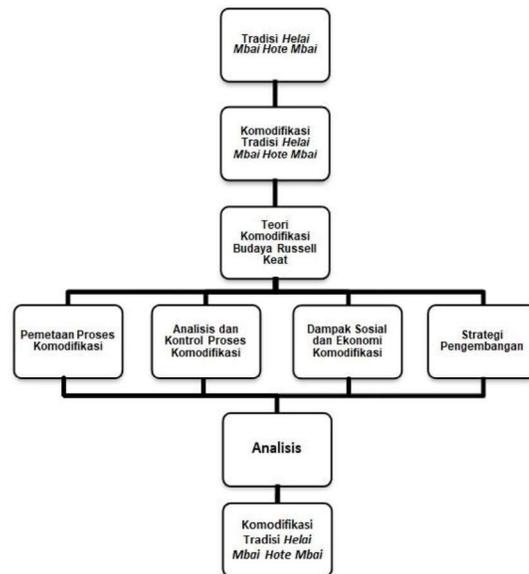
Russel Keat menjelaskan bahwa Russell Keat, komodifikasi budaya adalah proses di mana elemen-elemen budaya, yang sebelumnya tidak memiliki nilai ekonomi, diubah menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan di pasar. Keat berfokus pada batas-batas pasar dan bagaimana komodifikasi dapat merusak nilai-nilai budaya yang tidak dapat diukur dalam konteks ekonomi. Keat juga menekankan bahwa tidak semua aspek budaya sebaiknya dijual di pasar, dan ada alasan untuk melindungi beberapa institusi dan praktik budaya dari komodifikasi agar tetap utuh dan tidak terpengaruh oleh logika produksi barang.

Salah satu tradisi etnik Sentani yang mengalami perubahan akibat persemaian budaya global yaitu adanya praktik komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* yang menjadikan tradisi *helai mbai hote mbai* berorientasi nilai jual (komoditas). Media massa, ekonomi dan pariwisata memberikan pengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan tradisi *helai mbai hote mbai*. Akibatnya kedua kebudayaan ini saling mengisi dan memengaruhi sehingga tradisi *helai mbai hote mbai* yang memiliki nilai kesakralan tinggi ikut mengalami transformasi kearah komodifikasi yang melahirkan suatu produk budaya yang berorientasi nilai jual (komoditas) mengikuti selera pasar.

Berdasarkan hal tersebut, maka penggalian tentang proses komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* menjadi sesuatu yang penting untuk menemukan proses komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*, faktor penyebab komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*, dampak dan makna komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* pada etnik Sentani di Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua.

Dengan metodologis yang telah ditentukan, data dianalisis dengan menggunakan teori komodifikasi Russell Keat. Dengan demikian, dalam analisis tahap akhir diharapkan dapat menemukan suatu hal yang baru tentang komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* pada etnik Sentani di Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua.

Model penelitian adalah penyederhanaan kerangka pikir dalam menelaah masalah-masalah yang terdapat dalam penelitian sekaligus menjadi fokus penelitian. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



2.4 Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini yakni, komodifikasi, tradisi *helai mbai hote mbai*, etnik, dan komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* dengan penjelasan sebagai berikut.

2.4.1 Komodifikasi

Komodifikasi adalah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana objek, tanda-tanda diubah menjadi komoditas yaitu sesuai dengan tujuan utamanya adalah terjual di pasar (Barker, 2005). Dinyatakan oleh Piliang (2011) komodifikasi adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditi, sehingga kini menjadi komoditi. Sedangkan komodifikasi di dalam kesenian menurut Hasan (Dasrul, 2013) biasanya dari suatu proses/produsen individual/komunitas akan menjadi suatu produk komoditi, sehingga pembagian kerja lama pun berubah, dari pembagian kerja spontan menuju pembagian kerja yang direncanakan. Keat (2008) mendefinisikan komodifikasi sebagai proses di mana aspek-aspek budaya yang sebelumnya tidak memiliki nilai ekonomi diberi nilai ekonomi dan dijadikan komoditas yang dapat dijual dan dibeli di pasar.

Komodifikasi merupakan konsep yang luas, tidak hanya menyangkut masalah produksi komoditas dalam pengertian perekonomian yang sangat sempit tentang barang-barang yang diperjualbelikan. Permasalahan bagaimana barang-barang tersebut diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi.

Adapun tiga bentuk proses komodifikasi yang dimaksud dalam penelitian yakni (1) produksi adalah suatu kegiatan untuk menambah nilai suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dan memenuhi kebutuhan manusia. Dalam penelitian ini produksi tradisi *helai mbai hote mbai* adalah analisis tentang mekanisme atau rangkaian tindakan mengenai bagaimana *helai mbai hote mbai* diproduksi atau dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen termasuk di dalamnya adalah produksi barang dan jasa yang dibutuhkan untuk mendukung tradisi *helai mbai hote mbai*. (2) distribusi adalah proses penyaluran barang dan jasa sehingga sampai kepada pihak konsumen. Dalam penelitian ini distribusi merupakan usaha menyalurkan produk *helai mbai hote mbai* dalam artian diperkenalkan

atau dipromosikan sehingga sampai atau diketahui oleh masyarakat yang pada akhirnya masyarakat tertarik dan mau mengonsumsi tradisi *helai mbai hote mbai* (3) konsumsi yaitu suatu proses menggunakan atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Dalam penelitian ini konsumsi yaitu tidak hanya sekedar menggunakan produk *helai mbai hote mbai* namun dengan memakai produk *helai mbai hote mbai* berarti mengomunikasikan sesuatu produk *helai mbai hote mbai* ke masyarakat luas.

2.4.2 Tradisi Helai Mbai Hote Mbai

Tradisi makan papeda (*fi*) dan ikan (*ka*) dengan satu *helai* satu *hote* (*helai mbai hote mbai*) merupakan tradisi yang memuat nilai-nilai budaya; nilai kebersamaan, kerukunan, keharmonisan, gotong royong dan solidaritas yang memperlihatkan identitas, jati diri dan ciri khas etnik Sentani. Nilai-nilai ini juga dimaknai sehingga diaplikasikan dalam hidup mereka sebagai wujud dari menghormati para leluhur, orang tua yang telah mendidik mereka. Oleh sebab itu, *fi* terlalu penting bagi hidup etnik Sentani karena mampu membantu dan menopang kehidupan masyarakat sentani mulai dari lingkup keluarga (membangun hubungan yang harmonis antarkeluarga), lingkup sosial (membangun hubungan kekerabatan antarmasyarakat), dan adat (menopang pembayaran mas kawin, pembayaran kepala, penobatan kepala suku).

2.4.3 Etnik

Barth (1988) menyatakan bahwa pada umumnya definisi tentang kelompok etnik mengemukakan ciri-ciri suatu populasi yang secara biologis mampu berkembang dan bertahan. Ciri-ciri yang dimaksud yaitu (1) mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaan dalam suatu bentuk budaya, (2) membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri, dan (3) menentukan ciri kelompok sendiri yang diterima oleh kelompok lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks yang lebih sederhana. Menurut Sugiyono (2012) metode kualitatif merupakan suatu penelitian yang berdasarkan filsafat *postpositivisme*, yang mana digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah. Dalam melaksanakan penelitian dilakukan secara langsung dengan turun langsung ke lapangan dan mengamati proses komodifikasi *helai mbai hote mbai* yang terjadi sehingga diperoleh data yang valid. Hal demikian bertujuan untuk mendapatkan hasil yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Pendekatan ini digunakan dengan harapan mampu menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas mengenai komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* pada masyarakat Kampung Abar etnis Sentani. Oleh karena itu, penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif (Moelong, 2004).

Menurut Sugiyono (2012) pendekatan kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*). Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan data mendalam, yaitu suatu data yang mengandung makna. Penelitian dengan metode deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data kemudian diuraikan secara rinci. Dalam penelitian ini informasi yang bersifat kualitatif dideskripsikan secara teliti dan analitis. Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif merupakan pendekatan yang mengolah data-data yang bukan angka. Dengan menggunakan pendekatan jenis ini, data-data yang terkumpul dan tersortir dideskripsikan secara mendetail.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, pengambilan data awal sudah dilakukan sejak Januari 2023. Pengambilan data tambahan serta pengolahan data selanjutnya dilakukan setelah penelitian ini disetujui, yaitu bulan September 2023 karena pada bulan ini Festival *Helai Mbai Hote Mbai* dilaksanakan. Lokasi penelitian ini yaitu di Kampung Abar, Distrik Ebungfau, Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua.

3.3 Sumber Data dan Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah tradisi *helai mbai hote mbai* etnik Sentani yang tinggal di Kampung Abar, Distrik Ebungfau, Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua. Sedangkan sumber data adalah informan yang memiliki ciri-ciri, yaitu masyarakat Kampung Abar yang lahir, menetap, atau pernah tinggal di Kampung Abar yang mengetahui tradisi *helai mbai hote mbai*.

3.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Langkah pertama yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian yaitu dengan menentukan informan sebagai sumber data. Penentuan informan sangat perlu kecermatan agar data yang didapatkan berkualitas bagus dan relevan dengan penelitian. Kualitas yang dimaksud adalah data dari penuturan informan dapat menjadi perwakilan keseluruhan inti cerita yang ketahui oleh masyarakat kolektifnya. Artinya, data tersebut diketahui umum oleh masyarakat. Setelah menentukan informan, langkah selanjutnya adalah merekam kegiatan wawancara yang dilakukan antara peneliti dengan informan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.1.1 Metode Observasi

Observasi adalah suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Dalam hal untuk mendapatkan informasi-informasi awal

yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Observasi dilakukan untuk mengamati kehidupan masyarakat Sentani yang tinggal di Kampung Abar, mulai dari prakegiatan festival *helai mbai hote mbai* hingga pascakegiatan. Peneliti mencatat temuan dengan catatan lapangan, audio, atau video.

1.1.2 Wawancara

Setelah menentukan informan, langkah selanjutnya untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara sekaligus merekam tuturan informan. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas. Wawancara jenis ini bersifat natural dan dapat dilakukan di mana saja. Selain itu, pertanyaan yang diajukan kepada informan tidak terkesan kaku, peneliti bebas mengajukan pertanyaan seputar fokus penelitian. Apabila informan memberikan informasi berupa data yang masih kurang, peneliti bebas mengajukan pertanyaan yang dibutuhkan dalam melengkapi data penelitian. Dalam proses wawancara, alat perekam suara digunakan untuk mendokumentasi tuturan yang disampaikan oleh informan. Peneliti mewawancarai *Ondofolo* Kampung Abar Kornelis Doyapo. Beliau adalah pemimpin adat tertinggi di Kampung Abar. Naftali Felle, Kepala Suku Felle seorang tokoh budaya, merupakan pencetus awal festival *helai mbai hote mbai*, beberapa pengrajin gerabah, dan pengunjung festival baik wisatawan lokal atau wisatawan asing. Peneliti menggunakan teknik rekam dan dan catat dalam penelitian ini. Merekam percakapan menggunakan audio atau video dan juga mencatat poin-poin penting secara manual.

1.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah bukti pengambilan data dalam penelitian. Menurut Danandjaja (2002) bahwa pengumpulan atau inventarisasi dan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu; (1) mengumpulkan semua judul karangan (buku dan artikel) yang pernah ditulis orang mengenai folklor Indonesia; dan (2) mengumpulkan bahan-bahan folklor dari tutur kata orang-orang anggota kelompok yang mempunyai folklor. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan, mencatat, dan menganalisis dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen ini bisa berupa

tulisan, gambar, audio, video, atau data digital yang berkaitan dengan tradisi *helai mbai hote mbai*.

3.5 Metode Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung dimana proses dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik wawancara, pengamatan langsung yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, foto, gambar, rekaman, dokumen resmi, dan sebagainya.

Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, sehingga data penelitian yang sudah terkumpul terlebih dahulu dilakukan seleksi data baik dari hasil observasi, wawancara, studi dokumen maupun studi literatur. Kemudian dari data tersebut diadakan klasifikasi, kategorisasi, dan interpretasi dengan mencari hubungan antar data guna mengungkapkan unsur-unsur yang saling terkait sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi.

Dalam penelitian ini juga dilakukan interpretasi terhadap data-data yang diperoleh dari informan mengenai bentuk komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*, faktor yang mempengaruhi komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai*, dampak komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* serta strategi pewarisan tradisi *helai mbai hote mbai* pada etnik Sentani di Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua sehingga menghasilkan pemaknaan data untuk menghasilkan suatu kajian serta simpulan yang sejalan dengan tujuan penelitian. Langkah-langkah penelitian dalam analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1 Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan ditulis dengan rinci, kemudian disusun berdasarkan fokus teori dalam penelitian ini. Mereduksi data merupakan tahap membuang data-data yang tidak diperlukan dalam proses analisis. Proses reduksi data dalam penelitian ini memiliki langkah kerja yaitu menyatukan data dari semua tuturan informan yang terkumpul dan telah diterjemahkan, serta disesuaikan ejaannya berdasarkan pedoman kebahasaan yang berlaku. Mengingat data dalam penelitian ini bersumber dari beberapa informan, data yang terkumpul disatukan dan

dijadikan satu deskripsi. Reduksi data dilakukan untuk mempertajam fokus penelitian sehingga hanya data yang benar-benar berkontribusi terhadap pemahaman komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* yang digunakan dalam analisis.

3.5.2 Displai Data

Displai data atau penyajian data adalah memaparkan data-data yang telah dikumpul dan disortir. Penyajian data dalam penelitian ini merupakan penyajian data berbentuk narasi. Penelitian berfokus pada tradisi *helai mbai hote mbai*, maka data yang harus disajikan (*display data*) adalah data yang relevan dengan tujuan penelitian. Berikut adalah beberapa kategori data yang perlu ditampilkan, yaitu deskripsi tradisi *helai mbai hote mbai*, proses pelaksanaan tradisi, dan perubahan dan komodifikasi tradisi.

3.5.3 Penarikan Kesimpulan

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban dari pertanyaan rumusan masalah, yaitu mengenai komodifikasi tradisi *helai mbai hote mbai* etnik Sentani Kabupaten Jayapura Papua.