

## STRATEGI PEMBANGUNAN KOTA BERBASIS BUDAYA: Revitalisasi Pasar Gede di Kota Surakarta

Priyatno Harsasto, Universitas Diponegoro

Email: [harunosa@yahoo.com](mailto:harunosa@yahoo.com)

### Abstract

*This research aims to explore the role of community mobilisation in Surakarta's culture-led urban regeneration process by analysing the case of the Pasar Gede area. This research argues that the generation and use of cultural resources in urban regeneration lie in community mobilisation and institutional support, rather than in a state-led cultural flagship approach. In this way, local government needs to move beyond the instrumentalism of urban cultural strategies and to rediscover the spaces where local cultural activities and mobilization capacities are attached. Only through understanding the relationship between place and community mobilization will be a benefit for the revitalization of a unique and historical urban area be generated.*

*Key words: urban regeneration, culture-led development, community mobilization*

### PENDAHULUAN

Perubahan rejim politik di Indonesia telah mengubah struktur insentif dalam politik lokal. Respon pemerintah lokal bervariasi dalam menanggapi menguatnya politik desentralisasi. Pemahaman yang salah tentang politik keuangan daerah membawa sebagian pemerintah lokal untuk menciptakan berbagai pajak daerah<sup>1</sup> dan prosedur pelayanan rumit yang pada gilirannya menjadi arena baru korupsi pemerintah lokal. Namun tidak sedikit pemerintah lokal yang memanfaatkan celah otonomi untuk membuat terobosan kebijakan yang mengubah total pola pengelolaan pemerintahan lokal dalam penyediaan pelayanan publik; penciptaan lingkungan pelayanan yang lebih responsif dan efisien.

Studi yang dilakukan oleh *Indonesian Rapid Decentralization Appraisal* (Nov 2001-Feb 2002) di 13 kabupaten/kota menemukan adanya peningkatan partisipasi warga dan pengembangan transparansi serta akuntabilitas publik. Hal serupa ditemukan oleh Siti Zuhro, dkk (2009) yang mengungkapkan bahwa desentralisasi politik yang dilakukan sejak tahun 1999 memberikan tempat yang tepat bagi bangkit-kembangnya lembaga-lembaga lokal seperti Nagari, Subak dll, yang mendapatkan kesegaran alami seperti ikan dikembalikan ke sungai kehidupan. Kedua kajian di awal dan pertengahan era reformasi ini menguatkan paparan Index Governance Indonesia oleh Kemitraan pada 2017 yang menjelaskan performa pemerintah daerah berdasarkan indikator kinerja, partisipasi dan kualitas pelayanan publik.<sup>2</sup>

Pemerintah Kota Surakarta memanfaatkan “kebangkitan lokalisme” ini untuk menggerakkan masyarakat dalam membantu pemerintah kota dalam mewujudkan visi “Solo Saat ini” adalah “Solo Di Masa Lalu” yang merujuk pada revitalisasi budaya (menghidupkan budaya, *nguri-uri budaya* dalam Bahasa Jawa) sebagai tujuan sekaligus strategi pembangunan Kota Surakarta. Revitalisasi lembaga-lembaga tradisional ini menunjukkan adanya upaya

---

<sup>1</sup>Sampai 21 November 2005, telah diterbitkan 13.520 Perda tentang pajak dan retribusi daerah (Kompas, 20 Maret 2006). Ini merupakan konsekuensi dari terbitnya UU No.18 1997 yang direvisi dalam UU No.34 2000 tentang Pajak dan Retribusi Daerah

<sup>2</sup><http://www.kemitraan.or.id/igi/index.php/framework/conceptual> diunduh pada 9 April 2018.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

pemerintah lokal untuk menggali dan mengaktualisasikan kebudayaan lokal untuk kepentingan pembangunan. Secara cerdas para pengambil kebijakan memanfaatkan pendekatan budaya dalam pembangunan proyek perkotaan untuk memecahkan masalah sosial-ekonomi yang bersifat multi dimensi, yaitu wilayah kota yang makin terbatas, krisis keuangan, dan restrukturisasi ekonomi (Bianchini, 1993). Dalam konteks ini, infrastruktur budaya serta festival budaya menjadi katalis bagi penciptaan lapangan kerja dan revitalisasi wilayah perkotaan.

Pada dasarnya penggunaan pendekatan budaya merupakan bagian dari strategi kota entrepreneurial dalam konteks persaingan global. Strategi pembangunan kota berbasis budaya sebetulnya bukan sesuatu yang baru dan telah menjadi bagian penting dari pembangunan kota di berbagai belahan dunia. Meskipun pendekatan budaya dilakukan di berbagai wilayah secara luas, namun tiap-tiap daerah memiliki pendekatan dan strategi pembangunan berbasis budaya yang berbeda. Proyek-proyek budaya telah menjadi bagian penting dari *branding* kota, dan menjadi strategi kunci untuk menarik investasi. Menurut Miles (2005) keberhasilan dari pembangunan budaya di perkotaan terletak pada apakah proyek-proyek budaya dapat terhubung dengan perasaan memiliki (*sense of belonging*) dari masyarakat terhadap lokasi/peristiwa tertentu.

Pendekatan budaya ini dapat bersinergi dengan identitas lokal untuk menghidupkan komunitas sekaligus menciptakan keunikan lokal. Oleh karenanya pemerintah kota harus menjadikan budaya sebagai elemen penting dalam melakukan revitalisasi perkotaan. Sejalan dengan itu pemerintah kota jangan sampai meremehkan perlunya pemahaman dan keterlibatan dalam aktivitas budaya setempat. Dalam konteks inilah apa yang dilakukan pemerintah Kota Surakarta dalam merevitalisasi kekhasan budaya dalam pembangunan kota menjadi kasus yang menarik untuk diteliti.

Kota Surakarta, sebagai salah satu pusat budaya Jawa sangat menyadari bahwa budaya tradisional merupakan elemen penting dalam pembangunan kota. Bagian penting dari penciptaan ikon budaya dalam politik pemberdayaan di kota Surakarta adalah dilakukannya revitalisasi pasar tradisional terhadap 40 lebih pasar tradisional.

Pasar Gede adalah pasar terbesar di Surakarta yang dibangun zaman pemerintahan Karaton Kasunanan. Pasar ini dan lingkungan sekitarnya telah berkembang sebagai ikon budaya lokal. Pasar Gede berada di area masyarakat keturunan Cina. Bangunan di sekitar pasar Gede, kebanyakan berupa rumah toko (*ruko*), menggunakan arsitektur khas Cina. Ada sebuah tempat ibadah Khong Hu Chu di seberang pintu masuk pasar. Kelenteng ini merupakan satu diantara dua tempat ibadah masyarakat penganut Khong Hu Chu yang masih digunakan di kota Solo. Kampung Sudiroprajan, yang letaknya sekitar 1 km di sebelah timur pasar Gede merupakan kampung yang dulunya didirikan untuk tempat tinggal komunitas keturunan Cina. Saat ini kampung ini merupakan melting pot dari masyarakat keturunan dan masyarakat pribumi. Oleh karena itu menarik untuk ditelisik lebih lanjut bagaimana program revitalisasi pasar Gede sinergi dengan pengembangan wilayah dan komunitas sekitar pasar yang memiliki keunikan budaya.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi pemerintah dalam menghasilkan lingkungan dinamik bagi pembangunan masyarakat. Pemahaman tentang hal ini penting untuk memberikan kontribusi pada tingkat praksis (mengkonversi dari *bad* menjadi *good practices*), dan kontribusi tingkat teoritik (pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan *structure-agency*). Pertanyaan utama dalam studi ini adalah: Bagaimana mengintegrasikan sumberdaya kultural masyarakat ke dalam politik pembangunan kota Surakarta? Pertanyaan tersebut dapat dielaborasi lebih lanjut pada bagaimana pemerintah Kota Surakarta menggunakan kekuatan mobilisasi komunitas pasar Gede sebagai penggerak pembangunan

komunitas masyarakat di sekitar pasar Gede. Kemudian, bagaimana aset kultural unik ini digunakan sebagai bentuk khusus aktivitas pembangunan.

## PEMBAHASAN

### **Kajian Teoritis Pendekatan Budaya Pembangunan Perkotaan**

Munculnya strategi budaya perkotaan menunjukkan adanya dua karakteristik dari pembuatan kebijakan dalam dinamika konteks interaksi global-lokal dan budaya/ekonomi. Di sisi yang lain, strategi budaya secara eksplisit memperlihatkan bahwa logika kebijakan ini adalah 'to bring the global into the local'. Pemerintah lokal yang berupaya untuk menarik wisatawan asing dan domestik, meningkatkan kemampuan diri dan memperlihatkan bahwa kota ini layak sebagai salah satu bagian dari suatu jejaring produksi global. Pada gilirannya semua ini dibutuhkan untuk menjamin kota yang bersangkutan memiliki kualitas yang memadai untuk dipilih sebagai tempat tinggal "kelas kreatif" (Florida, 2002).

Sebaliknya, logika kebijakan lainnya adalah 'to bring the local into the global'. Peran industri budaya sangat penting dalam membuat citra yang kuat. Citra kota budaya diluncurkan ke pasar regional dan global melalui penjualan produk budaya kepada wisatawan asing (Lash and Urry, 1994). Jelas kiranya tempat, budaya dan ekonomi saling mengait. Penggunaan strategi budaya kota, dibalik dua jenis logika kebijakan ini, menjadi bagian penting dari pembangunan perkotaan neo-liberal; penekanan pada kompetisi antar kota atas modal manusia dan investasi. Strategi budaya ini ditujukan untuk menciptakan akumulasi modal yang berbeda melalui interaksi global/lokal yang intens. Strategi seperti ini dalam wilayah historis kota dipandang sebagai alat untuk menciptakan 'monopoly rents' yang merupakan aset penting bagi pembangunan lokal.

Cara pandang strategi budaya dalam pembangunan kota seperti ini memiliki beberapa kelemahan. Paling tidak ada tiga masalah yang dapat ditemukan. Pertama, kontribusi ekonomi dari pembangunan berbasis budaya ini telah dilebih-lebihkan. Pengalaman di banyak negara menunjukkan bahwa aktivitas budaya dalam industri pariwisata sangat terbatas dalam meningkatkan lapangan kerja. Pekerjaan yang dihasilkan dari aktivitas budaya ini juga hanya bersifat paruh waktu dan berupah rendah.

Nampaknya banyak pemerintah lokal yang terlalu menekankan kontribusi ekonomi dari pembangunan berbasis budaya ini, tidak menyadari bahwa strategi pembangunan berbasis budaya hanya beberapa kota global saja yang mampu menjadi kota budaya dan kreatif utama. Kedua, pembangunan kota berbasis budaya yang dianggap sebagai instrumen sementara dari ekonomi lokal malahan bisa menyebabkan ketidakmerataan wilayah. Strategi budaya yang berbasis ideologi neo-liberal ini menggunakan even-even raksasa dan fasilitas budaya baru sebagai katalis bagi pembangunan wilayah perkotaan.

Rejim tatapemerintahan entreperenerial seperti PPP, cenderung memasukkan kekuatan pasar ke dalam proyek budaya. Proyek budaya ini bertujuan menggunakan pembaruan perkotaan secara ektensif, penggunaan tanah berganda, dan pembangunan kembali infrastruktur perkampungan, untuk menghasilkan eksternalitas, yang pada gilirannya mengubah secara dramatis wajah perkotaan. Proyek atau even seperti ini sangat mahal dan membutuhkan pendanaan publik. Efek ekonomi yang muncul tidak selalu memberi manfaat pada komunitas lokal, namun lebih menaikkan harga tanah. Pada akhirnya proyek pembangunan perkotaan berbasis budaya ini menciptakan masalah kesenjangan wilayah. Ketiga, Orientasi perdagangan dari proyek berbasis budaya ini menyebabkan eksklusi sosial dan berkurangnya keunikan lokal. Ini disebabkan, proyek-proyek budaya seringkali dilakukan dengan memperbaiki infrastruktur budaya pada pusat kota, menyediakan pelayanan budaya, dan menciptakan citra baru kota sesuai pandangan elit ekonomi global.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

Sebagai konsekuensinya, terjadi dampak gentrifikasi pada pusat kota dan kemudian meminggirkan partisipasi horizontal dari komunitas kecil setempat. Upaya untuk menarik wisatawan dari luar dan mendorong konsumsi ini, mengabaikan upaya untuk menghubungkan makna lokalitas dan spesifikasi budaya. Ini menyebabkan adanya pelemahan pada interaksi diantara budaya dan ekonomi dalam jangka panjang. Perlu dicatat bahwa strategi budaya yang tidak memadai telah mengakibatkan terjadinya komodifikasi budaya. Kompetisi menyebabkan meningkatnya komodifikasi budaya dan tempat, namun komodifikasi ini seringkali menuju homogenisasi yang melemahkan keunikan dan prospek untuk memperoleh keuntungan monopoli. Patut disayangkan bahwa model pemberdayaan berbasis budaya ini dapat menghasilkan lokalitas yang seragam dan menghilangkan konteks simbolik lokal.

Pendekatan alternatif pemberdayaan perkotaan berbasis budaya menekankan peran mobilisasi. Dalam pendekatan ini apresiasi diberikan kepada dinamika komunitas yang mencolok sebagai alat menjaga kesinambungan vitalitas dan inklusi sosial pemerintah lokal (Miles, 2005). Pendekatan ini memberikan tekanan kepada penggunaan sumberdaya budaya dan festival budaya yang telah ada sebagai katalis pemberdayaan.

Mengikuti cara berfikir seperti ini, dua perubahan mendasar dalam intervensi strategis pemberdayaan yang dilakukan dibutuhkan pemberdayaan berbasis budaya dapat berkesinambungan, termasuk di dalamnya mengikutsertakan komunitas lokal dalam proses pembuatan keputusan dan mengintegrasikan festival budaya yang telah ada ke dalam proyek pemberdayaan yang disiapkan. Pemerintah kota bisa memulainya dengan melakukan revitalisasi identitas komunitas dan menumbuhkan rasa memiliki masyarakat dengan jalan mentautkan wilayah budaya dengan komunitas lokal. Dalam pandangan ini kondisi lokal diubah untuk memberi jalan bagi komunitas lokal “to re-establish ownership of their own sense of place and spaces” (Bailey et al., 2004, hlm. 49).

Keterlibatan masyarakat dan komunitas lokal dalam pengambilan keputusan mendorong komunitas lokal untuk membentuk pola pemberdayaan yang khas serta untuk meningkatkan masyarakat yang aktif dalam jangka panjang. Kesuksesan suatu proyek pemberdayaan berbasis budaya terletak pada tingkat sejauh mana pemberdayaan yang dilakukan berhubungan dengan rasa memiliki dari komunitas terhadap suatu tempat.

Budaya lokal dari komunitas dengan demikian harus diikutsertakan pada fokus utama proses pengambilan kebijakan. Jadi pandangan perencanaan budaya ini mengakar pada suatu pemahaman terhadap sumber daya budaya lokal dan kota sebagai entitas budaya. Sumberdaya budaya lokal direposisi tidak saja sebagai elemen kunci dalam strategi pengambilan kebijakan, tapi juga untuk menciptakan hasil praktek sosial lokal. Untuk mengintegrasikan sumberdaya budaya komunitas ke dalam proyek pemberdayaan.

Peran komunitas lokal dan sumberdaya budaya lokal dalam konteks lokal jangan sampai diremehkan. Elemen kunci dari strategi pemberdayaan seperti ini adalah penemuan kembali bentuk sumberdaya budaya lokal yang *tangible* dan *intangible* (Bianchini and Greed, 1999, p. 198). Kedua, festival lokal yang telah ada dapat menumbuhkan mobilisasi komunitas dan revitalisasi makna sosial dan budaya dalam pembangunan kota.

Festival budaya lokal ini bertujuan untuk menemukan spesialisasi lokal dan menghasilkan makna sosio-kultural yang bertujuan Peran dari festival lokal adalah untuk menghindari terjadinya kopi-paste even budaya, sebaliknya harus memaksimalkan idiosinkrasi budaya, mengembangkan strategi pemberdayaan dan menghasilkan pengembangan kapasitas kelembagaan dan kreativitas warga asli.

Pemerintah lokal dapat mengenali potensi sosial dan budaya yang bisa memberi manfaat masyarakat. Pembuatan kembali festival budaya lokal membutuhkan tindakan kolektif dari berbagai kelompok seniman, pengorganisasi, dan lembaga pemerintah, yang pada gilirannya

memfasilitasi munculnya ‘*institutional capacity*’ melalui kolaborasi dari aktor kolektif (Cars et al., 2002).

Kolaborasi pada makna festival merupakan jalan untuk membentuk suatu hubungan kerja yang kuat secara terus menerus guna memobilisasi sumberdaya budaya pada proyek pemberdayaan tersebut. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa ketika sumberdaya budaya dan festival budaya mendapatkan apresiasi dari pemerintah lokal, akan menghasilkan lingkaran yang membentuk partikularitas geografis dan dapat menghidupkan komunitas lokal.

### **Revitalisasi Pasar Gede**

Dinamika proses demokratisasi politik di Surakarta menunjukkan upaya pemerintah kota dalam merajut kekuatan-kekuatan budaya potensial yang ada kedalam satu poros yang mendorong kemajuan. Diskusi ini ditujukan untuk membahas faktor-faktor struktural sebagai kekuatan determinan kebijakan revitalisasi pasar Gede di Surakarta sebagai bagian dari pemberdayaan komunitas lokal berbasis budaya. Bagian ini menjelaskan faktor budaya dan keterlibatan komunitas dalam penerapan strategi budaya didalam pembangunan kota.

### **Faktor Budaya dalam Revitalisasi Pasar Gede**

Tema pembangunan yang diangkat sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Surakarta 2010 – 2015 adalah *Pengembangan Manifestasi Karakter Budaya Jawa Dalam Tata Pemerintahan, Ekonomi, Sosial dan Budaya Untuk Mendukung Tata Kehidupan Masyarakat Yang Sejahtera*. Tema pembangunan kemudian dimanifestasikan ke dalam tiga prioritas utama yaitu penguatan ekonomi kerakyatan; pengembangan budaya jawa untuk menguatkan citra Kota Surakarta sebagai kota budaya; dan pengembangan Kota Surakarta sebagai Kota Budaya yang berbasis lingkungan (*eco-cultural city*). Dalam bahasa yang sederhana, pengejawantahan “Solo Masa Depan Adalah Solo di Masa Lalu” adalah seperti yang dikatakan Joko Widodo “kita akan menjual Solo untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.”<sup>3</sup>

Secara lebih rinci dikatakan bahwa:

Dengan karakter solo masa lalu nya ya itu. Karakter Jawanya. Itu track kita itu yang mau kita bangun itu. *Positioning*-nya itu disitu nanti. Juga sebagai diferensiasinya dengan kota lain itu juga disitu. Saya enggak mau solo sama dengan Semarang. Solo sama dengan Jogja. Solo sama dengan Klaten. Harus beda. Ini yang nanti akan menggampangkan kita kalau sudah *positioning*. Sudah diferensiasi. Gampang untuk membranding kotanya. Mau bangun promosinya gampang. Mau membangun *networking*-nya gampang.<sup>4</sup>

*Eco Cultural City* menjadi tema penataan kota Surakarta secara holistik. Pengembangan kota dengan menggunakan konsep seperti ini menekankan pada kekuatan karakter budaya dan lingkungan. Perwujudan konsep ini dilakukan dengan menata lingkungan kota sesuai dengan tata kota Solo di masa lalu. Taman-taman kota yang menjadi ikon keindahan kota Solo di masa lalu seperti taman Balekambang, taman Tirtonadi dan taman Jurug direvitalisasi dalam merengkuh keindahan kota Solo dimasa lalu.

Bagian penting dari wajah kota Surakarta di masa lalu adalah pasar. Ada puluhan pasar yang sampai saat ini masih bertahan. Pasar-pasar utama seperti pasar Gede dan Pasar Legi, merupakan pasar grosir yang menjadi tujuan tidak saja pedagang-pedagang kota Solo tapi juga kota-kota sekelilingnya. Disamping itu ke dua pasar ini juga telah menjadi ikon

---

<sup>3</sup>Wawancara, 16 Februari 2006.

<sup>4</sup>Wawancara 9 Agustus 2009, di Surakarta.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

budaya. Pasar Gede Hardjonegoro atau yang biasa dikenal dengan Pasar Gede Solo adalah salah satu bagian penting sejarah kota Solo. Dirancang oleh arsitek Belanda bernama Thomas Karsten, Pasar Gede mulai dibangun pada tahun 1927 dan selesai pada 1930. Pasar ini pun menjadi pasar tertua di Solo. Nama Hardjonegoro diambil dari nama seorang abdi dalam keturunan Tionghoa yang mendapat gelar KRT Hardjonegoro dari Keraton Surakarta. Inilah sebabnya Pasar Gede Solo juga menjadi sebagai simbol harmoni kehidupan sosial budaya yang telah berkembang sejak dulu.

Sejak berdiri Pasar Gede menjadi pusat perdagangan antara masyarakat pribumi, China dan Belanda. Meski sempat mengalami beberapa kali pemugaran dan perbaikan, termasuk setelah sempat terbakar pada tahun 2000, pasar Gede tetap sebagai pasar tradisional utama di Solo. Revitalisasi pasar Gede secara fisik dilakukan tanpa mengubah arsitektur aslinya. Revitalisasi melibatkan komunitas sekitar pasar Gede, karena pasar Gede bukan sekedar bangunan pasar yang megah, tetapi juga lingkungan yang melingkupinya yang bernuansa kebudayaan keturunan cina.

Tanpa keterlibatan komunitas keturunan Cina, terutama yang tergabung dalam PMS (Persatuan Masyarakat Surakarta), revitalisasi yang bersifat menyeluruh sulit untuk dilakukan. Rumah-rumah berarsitektur cina harus tetap dipertahankan seperti aslinya dan itu hanya bisa dilaksanakan dengan kerelaan para pemiliknya. Perlakuan ini hanya berlaku untuk pasar Gede. Pasar-pasar lain yang direvitalisasi biasanya dibangun dengan menyerupai *mall* untuk menarik pengunjung. Lingkungan sekitar pasar yang dipenuhi bangunan-bangunan lama berarsitektur khas cina juga dipertahankan. Bagian pasar yang berkembang menjadi tempat penjualan ikan Hias dipindahkan untuk mengembalikan karakter asli pasar Gede sebagai pasar kebutuhan pokok dan kuliner di Solo.

Nampak di sini pemerintah kota Solo sangat memperhitungkan posisi pasar Gede sebagai ikon budaya yang tak ada duanya di kota Solo. Kelenteng sebagai bagian tak terpisahkan dari keberadaan pasar, juga mendapatkan perhatian dalam upaya revitalisasi. Dengan demikian pasar Gede dengan tugu jam di depan gerbang pasar sekaligus berhadapan dengan kelenteng dan jembatan kali Anyar yang menghubungkan dengan Balaikota, dapat dipertahankan seperti tempo dulu. Dalam pandangan Gita Wiryawan, menteri perdagangan waktu itu, “Bangunan yang kokoh, rapi, nyaman dan bersih sangat menopang terjadi transaksi. Nilai transaksinya mencapai Rp 4 miliar dengan bentuk retail dan grosir”.<sup>5</sup>

## ***Mobilisasi Komunitas melalui Festival Budaya***

Pemerintah Kota menggunakan festival budaya lokal sebagai bagian integral upaya membangkitkan vitalitas masyarakat. Salah satu bentuk festival budaya yang diadakan adalah Garebeg Sudiro yang diadakan setiap satu tahun sekali yaitu pada perayaan Imlek. Garebeg yang berupa arak-arakan dengan gunungan biasanya diselenggarakan oleh keraton pada waktu khusus seperti bulan syawal, yang sudah menjadi tradisi ratusan tahun.

Gunungan biasanya berupa tumpukan hasil bumi yang diatur menyerupai gunung yang kemudian diarak dan diperebutkan di halaman masjid besar. Gunungan yang digunakan pada garebeg Sudiro tidak sama, tetapi dibentuk dari kue keranjang merupakan kue khas dari daratan Tiongkok. Di sini menunjukkan adanya akulturasi budaya, Jawa Islam dan China Khong Hu chu. Gunungan pada garebeg Sudiro diperebutkan di depan pasar Gede yang untuk acara itu berhiaskan *lampion*. Kue keranjang yang khas dari daratan Tiongkok dan gunungan yang merupakan tradisi Jawa menunjukkan terjadinya akulturasi budaya. Simbol akulturasi Cina-Jawa sangat terasa, tidak saja karena peserta berbusana etnik Cina dan Jawa, tapi juga dimeriahkan dengan *pestalampion*.

---

<sup>5</sup> Sindo Jumat, 20 Januari 2012

Selain itu ada atraksi barongsai, festival jajanan dan pertunjukan musik tradisional Cina yang pada zaman Orde Baru dilarang. Kata Garebeg Sudiro sendiri merujuk pada nama Sudiroprajan, yakni kampung pecinan yang berada 1 Km di sebelah timur pasar Gede. Arak-arakan dimulai dari Pasar Gede, berkeliling melewati kampung Sudiroprajan, perempatan Warung Pelem dan kembali ke Pasar Gede. Selain gunung dalam rombongan ini ada *Liong, Samsi*, dua naga, serta kelompok pewayangan (punokawan).

Gerebeg Sudiro merupakan salah satu bentuk festival budaya yang tidak saja merupakan peristiwa budaya penting dalam proses akulturasi budaya, tetapi juga menjadi sumber daya budaya yang di dalamnya mencakup pembuatan brand, aktivitas budaya, sistem pengetahuan lokal, aktivitas budaya rakyat, ritual, tradisi lokal, hubungan sosial, dan cerita rakyat.

Festival ini sangat kuat berakar pada konteks lokal. Menurut penuturan salah satu tokoh masyarakat, Gerebeg Sudiro merupakan aktivitas budaya yang didasarkan pada kolektivitas masyarakat setempat. Makna ritual tidak lagi menjadi bagian yang dominan, tetapi menjadi ruh kolektivitas festival ini. Masyarakat setempat secara otomatis merasakan keterlibatan yang kuat dalam pelaksanaan festival ini karena adanya kekuatan budaya yang telah menjadi karakteristik dari masyarakat Sudiroprajan dan sekitarnya. Ketika festival budaya sebagai aktivitas budaya dari masyarakat lokal menjadi elemen penting dari pemberdayaan masyarakat lokal, makna sosial dan budaya dari festival ini harus diakui oleh pemerintah kota.

Proyek revitalisasi Pasar Gede yang melibatkan komunitas setempat mengindikasikan makna sosial dari festival budaya sebagai perekat suatu komunitas. Gerebeg Sudiro menunjukkan bahwa pandangan sumber daya relasional (*guanxi*) dapat menggerakkan berbagai jejaring komunitas, individu dan organisasi melalui organisasi sukarela, kelompok kesenian, NGO lokal serta kelompok pelajar.

Keterlibatan informal ini pada gilirannya membentuk hubungan komunitas pedagang pasar dan komunitas masyarakat setempat. Ini memberikan makna akan pentingnya festival budaya sebagai kekuatan kolektif simbolik yang dapat memobilisasi berbagai komunitas untuk secara aktif terlibat dalam pengorganisasian festival yang secara rutin dilakukan. Proses mobilisasi komunitas ini lebih menonjol daripada aktivitas yang disponsori pemerintah, menunjukkan kapasitas kelembagaan masyarakat. Tentu saja ini berbeda dengan festival budaya akbar yang biasa dilakukan di negara-negara barat. Nampaknya festival budaya di Surakarta, terutama Gerebeg Sudiro, lebih merupakan upaya untuk menumbuhkan vitalitas komunitas lokal dalam memberikan sumbangan kepada revitalisasi ranah publik.

### ***Pemerintah Kota sebagai Fasilitator Tata Pemerintahan Kolaboratif***

Surakarta memiliki potensi budaya yang sangat beragam. Kekayaan budaya yang berupa benda budaya (*tangibles*) berupa cagar budaya dan benda budaya. Ada 4 kawasan cagar budaya dan 32 benda budaya berupa bangunan. Potensi budaya yang *intangibles* berupa norma dan nilai tradisi. Perkembangan komunitas budaya ada lebih 341 kelompok dan beberapa sanggar seni (5 sanggar utama) dengan anggota lebih dari 11.320 orang.

Revitalisasi aktivitas kesenian lokal ini juga mendapatkan perhatian yang khusus. Even lokal ini dikembangkan dan dikemas dalam bentuk festival sehingga dapat meningkatkan partisipasi warga dalam pelaksanaannya dan pada gilirannya memberikan tontonan yang lebih menarik. Aktivitas budaya ini kemudian menjadi kegiatan tahunan sebagai bagian kalender kebudayaan kota Surakarta. Beberapa even yang melibatkan tidak saja masyarakat setempat tetapi juga masyarakat internasional adalah Solo Batik Fashion, SBC (*Solo Batik Carnival*), SIEM (*Solo International Ethnic Music*), dan SIPA (*Solo International Performing Arts*).

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

Pemerintah kota Surakarta memfasilitasi pengembangan sanggar-sanggar kesenian yang telah ada sejak dulu sebagai pendukung berbagai aktivitas budaya tersebut. Aktivitas budaya lokal kemudian direvitalisasi sebagai bagian dari pemberdayaan budaya lokal. Barangkali patut disebut Garebeg Surodiprajan dan Kirab Apem Sewu yang sukses berkembang dari kegiatan kampung menjadi festival tahunan kota. Bahkan Haul Habib, yang dulunya dilakukan dalam lingkungan kampung (Pasar Kliwon), berkembang menjadi agenda tahunan yang dihadiri ribuan peziarah dari berbagai kota.

Kemitraan yang terjadi diantara pemerintah kota dan komunitas lokal menjadi faktor dominan dalam upaya pemberdayaan masyarakat berbasis budaya di Surakarta. Kapasitas kelembagaan berupa infrastruktur kelembagaan yang digunakan untuk mengkoordinasikan aktivitas kolektif masyarakat telah mampu mengubah sistem pengelolaan hirarkis tradisional menjadi tatapemerintahan kolaboratif yang dinamis; menghubungkan sumberdaya budaya masyarakat. Pedagang pasar-komunitas setempat-pemerintah kota membentuk kerjasama yang menjadi faktor penting dalam mobilisasi festival budaya di Pasar Gede.

Kebijakan pemerintah kota dalam revitalisasi Pasar Gede telah mengubah keterlibatan politik dalam revitalisasi budaya. Pemerintah kota telah menempatkan dirinya sebagai kolaborator dan tidak lagi sebagai regulator dalam mempromosikan festival budaya yang berpusat di Pasar Gede. Pemerintah Kota Surakarta berusaha merumuskan tatapemerintahan yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik festival budaya di Pasar Gede.

Namun sebetulnya revitalisasi tidak hanya bermakna restorasi fisik pasar Gede, namun proyek ini memiliki potensi mengubah sifat hubungan diantara pemerintah Kota dan komunitas Pasar Gede. Para politisi akan mendatangi festival budaya yang dilakukan, terutama pada saat pembukaannya; mereka tidak perlu diundang, tetapi secara sukarela mendatangi festival tersebut. Jadi pemberdayaan yang berbasis budaya merupakan proses memajukan kepentingan lokal dan menguatkan identitas lokal.

Elit lokal dan pemerintah kota sadar akan kapasitas mobilisasi Pasar Gede dan relevansinya terhadap komunitas lokal. Pemerintah Kota memahami potensi ini telah menyediakan dukungan dana untuk pelaksanaan festival budaya di Pasar Gede dengan harapan adanya dukungan politik dari komunitas setempat. Dengan demikian mobilisasi politik dari proyek budaya tidak saja meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal, tetapi juga mengait dengan hubungan komunitas-pemerintah dan kepentingan-kepentingan politik setempat. Melalui kombinasi mobilisasi politik dan komunitas, Pasar Gede telah memunculkan rejim tatapemerintahan kolaboratif yang secara rutin mengorganisasikan aktivitas budaya dan memperkuat kesadaran budaya.

Revitalisasi Pasar Gede menunjukkan pentingnya tatapemerintahan kolaboratif dalam proses pemberdayaan masyarakat berbasis budaya. Mobilisasi komunitas dan mobilisasi politik sama pentingnya dalam proses pemberdayaan. Mobilisasi politik menggunakan kekuatan pemerintah Kota untuk menjaga tata spatial selama festival budaya, dan manfaat dari mobilisasi komunitas adalah penguatan sistem relawan yang tidak memikirkan keuntungan maupun biaya yang mereka tanggung.

Disini terlihat jelas bahwa tata pemerintahan kolaboratif berbeda dengan proyek yang didominasi pemerintah. Sustainabilitas jangka panjang lebih penting daripada sekedar promosi ekonomi dalam kerangka tata pemerintahan kolaboratif. Makna dari festival budaya terletak pada kemampuannya memobilisasi komunitas lokal. Ini menunjukkan sistem relawan yang muncul berkerangka kekuatan dari bawah (bottom-up) dalam mendukung proyek pemberdayaan budaya ini. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putnam (1993) bahwa pertumbuhan kelompok relawan lokal akan menghasilkan peningkatan modal sosial kolektif.



Sistem relawan merupakan dasar dari kekuatan dari bawah dalam proyek kultural ini. Ini sejalan dengan apa yang pandangan demokrasi deliberatif yang menganggap bahwa tumbuhnya kelompok-kelompok relawan merupakan dasar dari bangkitnya modal sosial. Ini nampak mulai tumbuh pada kelompok-kelompok sukarelawan yang bergerak dalam menyiapkan dan melaksanakan Gerebeg Sudiro. Mobilisasi komunitas semacam ini mendorong lebih banyak orang yang ingin bergabung. Keterlibatan kelompok budaya dan kelompok seni dalam rejim kolaboratif dapat menjadi titik tolak investasi yang berkelanjutan, baik dari sisi keuangan maupun dari sisi sumberdaya manusianya dalam mendukung festival budaya tradisional dan revitalisasi tempat bersejarah.

Seperti telah dibahas pada bagian sebelumnya, sistem perencanaan yang melibatkan masyarakat telah menjadi bagian penting dalam pengambilan keputusan pemerintah kota Surakarta. Sistem perencanaan komunitas ini didesain untuk memandu keterlibatan masyarakat lokal dalam proses perbaikan lingkungan pemukiman. Pemerintah kota telah menggunakan pendekatan perencanaan budaya berbasis masyarakat. Keberhasilan proyek budaya terletak pada adanya tautan investasi budaya dan perasaan memiliki dari komunitas lokal. Proyek revitalisasi area pasar Gede dicapai secara inkremental melalui berbagai proyek yang melibatkan masyarakat. Kemitraan terjadi diantara pemerintah dan organisasi masyarakat.

Proyek revitalisasi pada dasarnya ditujukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang pada gilirannya tidak saja meningkatkan jumlah pembeli di wilayah pasar Gede tetapi juga wisatawan yang datang khusus untuk acara budaya yang diadakan di pasar Gede. Pemerintah kota Surakarta dalam melakukan ini menggunakan mobilisasi komunitas yang terbukti menjadi cara yang lebih baik dalam upaya mengintegrasikan pembangunan fisik dan sumberdaya budaya dari pasar Gede. Intervensi pemerintah dalam pembangunan budaya seringkali mengabaikan kebutuhan masyarakat setempat. Dengan lebih banyak memberikan ruang bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam proyek budaya ini, pemerintah kota Surakarta tidak lagi menjalankan apa yang mereka inginkan, tetapi menjalankan apa yang masyarakat butuhkan. Dengan demikian jelas kiranya bahwa proyek budaya yang didominasi pemerintah tidak secara otomatis terhubung dan menyatu dengan makna budaya dari masyarakat setempat.

Seringkali yang terjadi ketika pemerintah Kota menganggap peran dari budaya sebagai strategi pemberdayaan ekonomi, pelaksanaan kebijakan ini bisa meremehkan nilai budaya dalam pemberdayaan masyarakat. Berlawanan dengan itu, proyek revitalisasi pasar Gede menjadi model alternatif pemberdayaan melalui revitalisasi budaya lokal dan komunitas yang mendukungnya. Salah seorang warga yang menyatakan bahwa manfaat yang diperoleh dari festival budaya hanyalah merevitalisasi makna budaya itu sendiri, dan mungkin hanya sedikit manfaat ekonominya secara langsung. Pernyataan ini menunjukkan bahwa kontribusi festival budaya pada pemberdayaan ekonomi bisa jadi tidak sesuai dengan harapan pemerintah Kota Surakarta.

Jelas kiranya bahwa jika perencanaan budaya ditujukan untuk memainkan peran khusus dalam mencapai tujuan sosial tertentu, maka budaya harus memiliki makna tertentu, namun budaya tidak mungkin bisa melakukan apa saja. Dengan demikian pemerintah kota harus menyadari bahwa perencanaan budaya mestinya didesain untuk menghasilkan pembangunan budaya bukan pembangunan ekonomi. Kesadaran semacam ini sudah dimiliki pengambil keputusan seperti yang dikatakan oleh salah satu pejabat pemerintah kota bahwa ia tidak berfikir bahwa proyek revitalisasi ini akan langsung berdampak secara ekonomi. Ia tidak setuju dengan pandangan bahwa budaya disamakan dengan perdagangan. Namun proyek ini mampu mempromosikan budaya lokal, dan itu lebih penting daripada sekedar keuntungan ekonomi.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

Proyek ini memfasilitasi pembangunan budaya lokal. Jelas kiranya bahwa makna sosial dan budaya pada wilayah pasar Gede lebih banyak ditekankan daripada manfaat ekonomi. Jadi dapat dikatakan bahwa jika peran proyek budaya tidak sebagai cara praktis untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, maka makna sosial dan budaya dari aktivitas budaya menjadi langkah penting dari suatu pemberdayaan kota berbasis budaya.

Selain Garebeg Sudiro di Pasar Gede juga dijadikan tempat untuk penyelenggaraan Festival Seni Pasar Kumandang yang berlangsung pada 18 – 20 Mei 2008. Berbagai aktivitas kesenian digelar dalam festival seni tersebut seperti pagelaran musik tradisional, teater dan tari kontemporer. Festival Seni Pasar Kumandang ini menegaskan bahwa pasar tradisional adalah ruang publik dan revitalisasi pasar Gede menorehkan dengan tegas akan peran pasar tradisional sebagai ikon budaya.

Dalam konteks perdebatan tentang pemberdayaan kota berbasis budaya, kasus revitalisasi pasar Gede menyingkirkan pandangan sempit proses pemberdayaan dalam tradisi proses tata pemerintahan kota neo-liberal. Proyek revitalisasi wilayah Pasar Gede dari sudut pandang evolusi kebijakan berdampak pada revitalisasi keunikan wilayah kota.

Keuntungan yang bisa diraih dari perspektif pemberdayaan kota semacam ini adalah, terletak pada mobilisasi komunitas suatu wilayah perkotaan, yang dalam kasus Pasar Gede adalah pembentukan pasar Gede sebagai wilayah wisata budaya utama di Surakarta, yang pada gilirannya merevitalisasi pembangunan budaya tradisional dan memiliki potensi untuk menarik wisatawan. Ketika nilai budaya lokal dan mobilisasi komunitas wilayah pemberdayaan dihargai oleh pemerintah kota, maka hasil positif proyek pemberdayaan berbasis budaya akan muncul. Kedua, kemitraan kolaboratif dari mobilisasi komunitas memainkan peran penting sebagai pendorong proyek pemberdayaan, dalam kasus ini pada dasarnya bermula dari ditariknya mobilisasi network komunitas ke dalam proyek ini. Ini menjadi bagian dari kepercayaan kelembagaan (*institutional trust*) yang merupakan elemen penting untuk meningkatkan strategi mobilisasi kolektif dari pedagang pasar, komunitas lokal, dan pemerintah Kota.

Kelemahan dari model kebijakan berbasis budaya adalah kemungkinan transformasi kebijakan ini ke dalam orthodoksi baru pemberdayaan kota oleh para pembuat kebijakan yang akan membawa kemunculan krisis. Instrumentalisasi budaya akan mendorong munculnya ketidaksensitifan pemerintah Kota terhadap fenomena homogenisasi lanskap budaya dan keunikan lokal dari suatu wilayah.

Oleh karena itu proyek pemberdayaan berbasis budaya semestinya memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pemahaman terhadap hubungan diantara tempat keberadaan sumberdaya budaya dan dinamika sosial dari komunitas lokal. Makna kesejarahan dan budaya dari pemberdayaan berbasis budaya akan membawa dampak positif terhadap kekuatan komunitas lokal. Jadi pemerintah kota harus memusatkan perhatian pada makna sosial dari festival budaya dan sumberdaya budaya yang melekat pada proses mobilisasi komunitas tertentu agar manfaat pemberdayaan kota berbasis budaya dapat dicapai.

## **PENUTUP**

Setiap kota memiliki ciri perkotaan yang berbeda. Oleh karena itu model pemberdayaan kota berbasis budaya tidak dapat direduksi sebagai proyek fisik tanpa melakukan revitalisasi makna budaya dan sejarah dari suatu lokalitas. Kritik seringkali dilayangkan kepada proyek pemberdayaan berbasis budaya dan komersial yang dilakukan secara sangat elitis yang dapat menciptakan lingkaran setan penyingkiran makna lokal dan nilai-nilai budaya lokal dalam konteks tata pemerintahan neo-liberal. Literatur yang selama ini banyak dihasilkan tentang proyek budaya dan festival budaya untuk pemberdayaan ekonomi, mengabaikan sumberdaya budaya dari masyarakat.

Penelitian ini menemukan pentingnya sumberdaya budaya dan festival masyarakat lokal yang memberikan kontribusi terhadap revitalisasi identitas komunitas lokal maupun penyadaran kapasitas mobilisasi yang ada dalam proses pemberdayaan. Secara lebih khusus, diskursus kebijakan revitalisasi pasar di Surakarta menekankan pada revitalisasi ruang budaya tradisional untuk menyegarkan kembali makna dari budaya setempat sebagai aset krusial dalam mobilisasi lokal.

Munculnya diskursus kebijakan pemberdayaan berbasis budaya dipengaruhi oleh pandangan akan pentingnya kebijakan budaya yang menyeluruh dan kesadaran lokal masyarakat wilayah pasar Gede. Jadi pentingnya pasar Gede dan kapasitas mobilisasi dari festival budaya direposisi oleh pemerintah dalam melakukan revitalisasi komunitas pasar Gede dan budayanya. Dengan kata lain kekhususan budaya lokal dipromosikan untuk menangkal dampak globalisasi melalui pemberdayaan berbasis budaya ini.

Revitalisasi identitas lokal bersama-sama dengan budaya lokal dapat memainkan peranan penting dalam proyek pemberdayaan berbasis budaya. Pada saat yang sama pemerintah kota dapat mengintegrasikan kekuatan-kekuatan sosial budaya dari mobilisasi masyarakat dalam proyek pemberdayaan melalui pengembangan tatapemerintahan kolaboratif. Ini dilakukan dengan terbentuknya hubungan pasar Gede-komunitas setempat. Kasus pasar Gede menjadi wakil mobilisasi politik mikro dalam pemberdayaan yang memberikan ruang bagi munculnya self-mobilization dari komunitas lokal untuk menghasilkan aktivitas budaya.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

## DAFTAR PUSTAKA

Bailey, C., Miles, S. and Stark, P 2004, "Culture-led urban regeneration and the revitalization of rooted identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, No. 1, pp. 47–65.

Bianchini, F 1993, "Culture, conflict and cities: issues and prospects for the 1990s", dalam F. Bianchini and M. Parkinson (Eds.), *Cultural policy and urban regeneration: The West European experience*, Manchester University Press, Manchester, hlm. 199–213.

Bianchini, F. and Greed, C 1999, "Cultural planning and time planning", dalam C. Greed (Ed.), *Social town planning*, Routledge, London, hlm. 195–207.

Cars, G, Healey, P, Madanipour, A and Magalhaes, CD (Eds.) 2002, *Urban governance, institutional capacity and social milieu*, Ashgate, London.

Florida, R 2002, *The rise of the creative class*, Basic Books, New York.

Lash, S and Urry, J 1994, *Economics of signs and space*, Routledge, London.

Miles, S 2005, "The rise and rise of culture-led urban regeneration", *Urban Studies*, Vol. 42 No. 5/6, hlm. 833–839.

Putnam, Robert D 1993, *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton.

Zuhro, Siti R, dkk 2009, *Demokrasi lokal: Perubahan dan kesinambungan nilai-nilai budaya politik lokal di Jawa Timur, Sumatra Barat, Sulawesi Selatan dan Bali*, Ombak, Yogyakarta.