

## **Menari di Atas Puing: Permainan Komersial di Antara Warisan Kota Tua Jakarta**

**Steven Theodore Alexander<sup>1</sup>, Samuel Christian Widjaja<sup>2</sup>, Varianto Warman<sup>3</sup>, Francis Timothy Ongkhalim<sup>4</sup>, Divine Linory Yuliman<sup>5</sup>, Gerson Ralph Manuel Kho<sup>6</sup>**

Universitas Bunda Mulia

Jl. Lodan Raya No.2, RT.12/RW.2, Ancol, Kec. Pademangan, Jkt Utara,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14430

steventheodorealexander@gmail.com<sup>1</sup>, christiansamuelw07@gmail.com<sup>2</sup>,  
variantowarman2610@gmail.com<sup>3</sup>, francisongkhalim@gmail.com<sup>4</sup>, divinelinory@gmail.com<sup>5</sup>,  
khogerson21@gmail.com<sup>6</sup>

**Submitted: 15 Juni 2024, Revised: 20 Juni 2024, Accepted: 28 Juni 2024**

---

### **ABSTRACT**

*Government policy often prioritizes infrastructure transformation and commercial development, frequently neglecting the conservation of cultural and historical integrity in historic buildings, leading to the degradation or elimination of important cultural heritage elements. Moreover, Jakarta's urban society shows a cultural dissonance towards historical heritage, with a significant preference shift towards commercial and recreational activities, resulting in fewer museum and historical site visits. This is evident in Jakarta's historic Kota Tua area. Social media usage often focuses more on creating an appealing consumer image than on deepening understanding and appreciation of Kota Tua's historical and cultural values. The research uses a qualitative approach and an integrative review using the commodification of the cultural industry as the main analysis framework. Concepts of gentrification and heritagization are used to explore the cultural industry commodification processes in Kota Tua. Findings indicate that gentrification and heritagization in Kota Tua have significantly transformed social and economic aspects by converting cultural and historical values into mere economic values. Gentrification commodifies historical values into tourist attractions that inadequately represent their true history, while heritagization turns authentic local cultural heritage into consumer objects. This approach alters the original meaning of cultural heritage, erases its identity and intrinsic value, as well as focuses solely on profit, prioritizing economic value over historical and cultural values.*

**Keywords:** *Cultural Commodification, Gentrification, Heritagization, Interactive Review, Kota Tua*

### **ABSTRAK**

Kebijakan pemerintah kerap mengutamakan transformasi infrastruktur dan pengembangan komersial, seringkali mengabaikan konservasi integritas budaya dan historis pada bangunan bersejarah yang berujung pada degradasi atau eliminasi elemen penting dari warisan budaya. Selain itu, masyarakat urban Jakarta menunjukkan disonansi kultural terhadap warisan sejarah, dengan adanya pergeseran preferensi yang signifikan menuju kegiatan komersial dan rekreasi mengakibatkan penurunan kunjungan ke museum dan situs bersejarah. Hal ini terlihat jelas di area bersejarah Kota Tua Jakarta. Penggunaan media sosial seringkali lebih terfokus pada penciptaan citra konsumen yang menarik daripada memperdalam pemahaman dan penghargaan terhadap nilai sejarah dan budaya Kota Tua. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan berupa tinjauan integratif menggunakan komodifikasi industri budaya sebagai kerangka analisis utama. Konsep gentrifikasi dan heritagisasi digunakan untuk mengeksplorasi proses komodifikasi industri budaya di Kota Tua. Temuan menunjukkan bahwa gentrifikasi dan heritagisasi di Kota Tua telah secara signifikan mengubah aspek sosial dan ekonomi dengan mengkonversi nilai budaya dan historis menjadi nilai ekonomi semata. Gentrifikasi mengkomodifikasi nilai historis menjadi atraksi wisata yang tidak sepenuhnya mewakili sejarah aslinya, sementara heritagisasi mengubah warisan budaya

lokal yang autentik menjadi objek konsumsi. Pendekatan ini mengubah makna asli dari warisan budaya, menghapus identitas dan nilai intrinsiknya, serta hanya berorientasi pada keuntungan, menempatkan nilai ekonomi di atas nilai historis dan budaya.

**Kata kunci:** Gentrifikasi, Heritagisasi, Interactive Review, Komodifikasi Budaya, Kota Tua

## LATAR BELAKANG

Dalam konteks urbanisasi yang pesat serta ekspansi ekonomi, Kota Tua Jakarta merupakan lokus kritis dalam menampung warisan sejarah dan kultural yang signifikan. Kota Tua Jakarta, dengan sejarah panjangnya yang bermula dari abad ke-17 sebagai pusat perdagangan dunia, tetap mempertahankan banyak elemen asli dari rencana kota dan bangunan VOC (Vereenigde Oost-Indische Compagnie) dan mempertahankan struktur grid yang dibentuk oleh kanal-kanal dan promenade yang merupakan karakteristik kota kanal Belanda, dengan Fatahillah Square sebagai salah satu ruang terbuka utamanya, meskipun banyak kanal telah diubah menjadi jalanan pada awal abad ke-19, elemen-elemen urban yang khas dan struktur grid keseluruhan masih dapat dikenali hingga saat ini, dan upaya konservasi yang dilakukan sejak tahun 2000-an terutama difokuskan pada ruang publik, sehingga pentingnya warisan budaya dapat dihargai dan dilestarikan (Djimantoro et al., 2020). Namun, terdapat dikotomi yang mencolok antara aspirasi pembangunan dan imperatif konservasi, yang menimbulkan paradoks pelestarian dimana kebijakan pembangunan yang dominan seringkali mengesampingkan konservasi nilai-nilai warisan demi inisiatif-inisiatif yang lebih mengutamakan kapitalisasi ruang dan komersialisasi (Basuki & Steekelenbur, 2020).

Penelitian terkini mengindikasikan adanya predisposisi kebijakan pemerintah yang mengedepankan transformasi infrastruktur dan pengembangan fasilitas komersial, sering kali mengabaikan konservasi integritas budaya dan historis bangunan-bangunan bersejarah, yang berujung pada degradasi atau eliminasi elemen-elemen penting dari warisan budaya (Basuki & Steekelenbur, 2020). Fenomena ini menimbulkan dilema konservasi yang menantang integritas identitas nasional dan nilai-nilai historis.

Lebih lanjut, sikap kolektif masyarakat urban Jakarta terhadap warisan sejarah tampak mengalami disonansi kultural, di mana terdapat pergeseran preferensi yang signifikan menuju kegiatan komersial dan rekreasi, mengakibatkan penurunan kunjungan ke museum dan situs bersejarah. Transformasi nilai budaya ini mempengaruhi keberlanjutan warisan sejarah dan budaya, direfleksikan oleh survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan penurunan jumlah kunjungan museum dibandingkan dengan tempat wisata populer di Jakarta seperti Taman Impian Jaya Ancol.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, menyatakan bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung tempat wisata (Rahma, 2021). Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah pengunjung museum di Jakarta. Menurut data dari Badan Pusat Statistika (BPS) DKI Jakarta, kunjungan ke museum di Provinsi DKI Jakarta turun drastis dari 11.092.256 pada tahun 2019, menjadi 2.056.897 di tahun 2020, dan hanya 119.657 pada tahun 2021 (Binekasri, 2023).

Objek Wisata Unggulan	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta		
	2019	2020	2021
1. Taman Impian Jaya Ancol	9 282 441	2 351 961	3 248 408
2. TMII	5 071 980	1 123 542	889 993
3. Ragunan	5 407 858	633 963	784 639
4. Monumen Nasional	12 112 946	443 034	-
5. Museum Nasional	305 086	67 088	28 700
6. Museum Satria Mandala	17 132	3 183	2 465
7. Museum Sejarah Jakarta	746 971	153 223	51 952
8. Pelabuhan Sunda Kelapa	38 058	16 348	32 950
Jumlah/Total	32 982 472	4 792 342	5 039 107

Sumber/Source: Dinas Pariwisata Provinsi DKI Jakarta/Tourism Services of DKI Jakarta Province

**Gambar 1** Statistik Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Jenis Museum	Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta		
	2019	2020	2021
1. Monumen Nasional	9 756 736	1 779 965	0
2. Sejarah Jakarta dan Prasasti	714 825	145 771	51 952
3. Bahari	25 744	11 357	7 511
4. Wayang	311 384	48 456	20 632
5. Tekstil	34 864	8 379	3 674
6. Seni Rupa dan Keramik	184 412	30 602	9 849
7. Joang'45 dan M.H. Thamrin	18 972	4 202	2 904
8. Taman Arkeologi Pulau Onrust	45 319	28 165	23 135
Jumlah	11 092 256	2 056 897	119 657

**Gambar 2** Statistik Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Upaya revitalisasi yang sedang berlangsung di Kota Tua, termasuk modernisasi dan pengembangan komersial kawasan Pecinan Glodok, menyajikan paradigma baru dalam diskursus pelestarian kota bersejarah. Meskipun kemitraan antara pemerintah daerah dan konsorsium swasta telah memicu revitalisasi tertentu, terdapat kekhawatiran substansial mengenai marginalisasi aspek heritagisasi dalam proses pembangunan (Basuki & Steekelenbur, 2020).

Dalam menghadapi paradoks pelestarian yang terjadi di Kota Tua Jakarta, kritik terhadap pemerintah terutama terfokus pada gentrifikasi dan heritagisasi yang bertujuan untuk komodifikasi budaya. Pemerintah, melalui kemitraan dengan konsorsium swasta, cenderung mengedepankan pengembangan ekonomi melalui transformasi infrastruktur yang pada akhirnya mengarah pada komersialisasi dan konsumsi budaya yang eksklusif. Proses gentrifikasi ini sering kali mengorbankan aspek-aspek penting dari keberlanjutan warisan budaya, termasuk integritas dan otentisitas bangunan bersejarah serta pengalaman sosial yang mereka tawarkan (Basuki & Steekelenbur, 2020).

Kritik ini diperkuat oleh penggunaan media sosial yang giat mempromosikan heritagisasi sebagai bentuk daya tarik komersial, lebih dari upaya konservasi yang tulus dan inklusif. Media sosial, dalam konteks ini, diarahkan untuk membangun citra yang menarik bagi konsumen daripada memfasilitasi pemahaman dan apresiasi mendalam terhadap nilai sejarah dan kultural Kota Tua. Ini mengarah pada pemangkasan elemen-elemen kultural yang mungkin tidak sesuai dengan citra yang 'dijual', sehingga memudahkan esensi sejarah dan budaya yang seharusnya dijaga.

Dengan demikian, strategi pelestarian yang diusulkan harus menggabungkan pendekatan yang lebih holistik dan inklusif yang mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan komunitas lokal serta menjaga keautentikan warisan budaya. Strategi ini harus melampaui komodifikasi melalui heritagisasi yang dijalankan oleh pemerintah dan mengarah pada pendekatan yang lebih berkelanjutan dan etis terhadap konservasi *heritage* dan pengembangan urban.

Dalam menganalisis fenomena gentrifikasi dan heritagisasi melalui lensa komunikasi budaya, studi yang dilakukan oleh De Cesari dan Dimova (2019) memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana heritagisasi dapat menjadi alat gentrifikasi. Pada dasarnya, ketika sebuah area diidentifikasi sebagai situs warisan, ini tidak hanya meningkatkan nilai estetika dan ekonomi daerah tersebut tetapi juga sering kali membuka jalan bagi intervensi oleh pemerintah lokal dan pengembang real estat. Proses ini sering kali menghasilkan penggusuran penduduk lokal yang tidak mampu menanggung biaya hidup yang meningkat akibat revitalisasi tersebut (De Cesari & Dimova, 2019).

Selanjutnya, penduduk lokal tidak hanya menjadi korban dalam proses ini. Sebagaimana dicatat dalam studi mereka, warga setempat juga menggunakan alat-alat komunikasi budaya seperti seni jalanan, festival, dan media sosial untuk mempertahankan dan menegaskan identitas dan hak mereka terhadap ruang tersebut. Inisiatif-inisiatif ini melayani sebagai bentuk perlawanan terhadap dinamika gentrifikasi

yang sering kali mengabaikan kebutuhan dan hak-hak mereka (De Cesari & Dimova, 2019).

Mengingat pentingnya heritagisasi dalam proses ini, terjadi pertarungan naratif antara pengembang yang ingin memanfaatkan nilai historis dan budaya dari sebuah area untuk keuntungan ekonomi, dan warga setempat yang berusaha menjaga kesinambungan komunitas mereka. Dinamika ini tidak hanya terbatas pada satu kota, tetapi juga merupakan fenomena global yang terlihat dalam berbagai konteks urban di seluruh dunia (De Cesari & Dimova, 2019).

Gentrifikasi dan heritagisasi adalah dua konsep yang sering berinteraksi dalam konteks perkembangan wilayah perkotaan, masing-masing mempengaruhi transformasi sosial dan ekonomi secara signifikan. Gentrifikasi, yang pertama kali didefinisikan oleh Glass pada tahun 1964, merujuk pada proses di mana wilayah perkotaan mengalami transformasi yang mengusir penduduk asli, digantikan oleh pendatang dengan daya beli lebih tinggi. Hal ini seringkali melibatkan renovasi bangunan, peningkatan infrastruktur, dan perubahan demografi, yang biasanya disertai dengan kenaikan harga properti dan biaya hidup, mengakibatkan pengusiran penduduk asli dan disintegrasi sosial (Romero, 2019).

Sebaliknya, heritagisasi adalah proses yang mengintegrasikan warisan budaya dengan pengelolaan sumber daya dan lingkungan secara terpadu, menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara pengembangan ekonomi, sosial, dan lingkungan sambil mempertimbangkan nilai-nilai budaya dan sejarah suatu tempat (De Cesari & Dimova, 2019). Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan pelestarian keberagaman dan keberlanjutan lingkungan, serta menjaga relevansi warisan budaya bagi generasi mendatang (De Cesari & Dimova, 2019).

Kedua proses ini seringkali saling terkait dalam pelestarian dan penggunaan ruang perkotaan. Gentrifikasi bisa mengarah pada regenerasi fisik yang mencakup unsur-unsur heritagisasi, sementara heritagisasi sendiri dapat terseret dalam dinamika gentrifikasi, di mana nilai-nilai budaya dan sejarah suatu area digunakan untuk meningkatkan daya tarik komersial wilayah tersebut. Jika tidak dikelola dengan hati-hati, heritagisasi berisiko menjadi bagian dari komodifikasi budaya yang lebih luas, di mana aspek budaya dan sejarah dijual sebagai bagian dari pengalaman urban yang diperbarui (De Cesari & Dimova, 2019; Romero, 2019).

Komodifikasi budaya, yang diartikulasikan dalam teori sosial dan kultural, menggambarkan proses di mana elemen-elemen budaya seperti simbol, tradisi, atau bahasa diubah menjadi komoditas yang bisa dibeli, dijual, atau ditukar dalam pasar

kapitalis. Proses ini sering kali terjadi dalam konteks globalisasi dan pembangunan ekonomi, di mana nilai budaya dipisahkan dari konteks aslinya dan dipresentasikan sebagai produk yang dapat menarik minat komersial dan turisme, sehingga mempengaruhi cara individu dan masyarakat memahami dan mengalami budaya itu sendiri.

Dalam konteks "industri budaya," komodifikasi budaya muncul sebagai elemen kunci, di mana budaya massal sebagai produk industri yang seragam tidak hanya mencerminkan kapitalisme tetapi juga memperkuatnya dengan menciptakan konsumen pasif yang lebih fokus pada hiburan daripada kritik sosial. Theodor Adorno, seorang teoretikus budaya, mengkritik cara seni dan ekspresi kultural direduksi menjadi barang dagangan, menyoroti bagaimana ini merusak kehidupan manusia dengan menghilangkan potensi kritis dan transformasional mereka (Meilinda et al., 2021). Adorno tidak sepenuhnya menolak budaya populer tetapi menentang keras pengkomoditasian budaya dalam semua bentuknya (Meilinda et al., 2021).

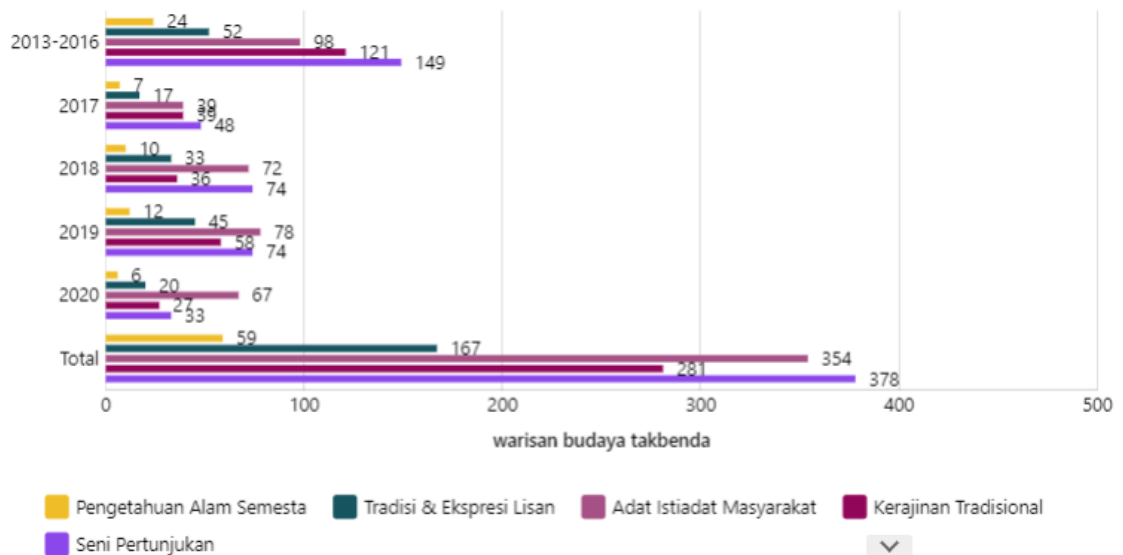
Komodifikasi budaya melibatkan lima tahapan utama—reproduksi, produksi, pertukaran, distribusi, dan konsumsi—yang merupakan karakteristik dari sistem kapitalis, yang menganggap segala sesuatu sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan (Potutu, 2023). Dinamika kapitalis, dalam pencarian tak henti-hentinya untuk inovasi dan pasar baru, mempengaruhi cara budaya diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Pendekatan ini mendukung akumulasi kapital tetapi sering kali mengorbankan keaslian dan integritas budaya, menunjukkan bagaimana kapitalisme tidak hanya memfasilitasi pertukaran ekonomi tetapi juga mengatur nilai-nilai kultural dalam masyarakat.

Lebih jauh lagi, proses homogenisasi dalam produksi seni mendorong seniman dan masyarakat menjadi pasif, tunduk pada kekuasaan pemilik modal (Triana, 2021). Prinsip-prinsip seperti efisiensi, kuantifikabilitas, dan kontrol yang dominan dalam kehidupan modern juga berdampak signifikan terhadap cara budaya dikomodifikasi dan dikonsumsi. Fenomena ini menggambarkan bagaimana model bisnis yang efisien dan seragam tidak hanya diterapkan dalam industri makanan cepat saji tetapi juga merambah ke berbagai aspek budaya, menyebabkan penurunan keberagaman dan kedalaman ekspresi budaya.

Oleh karena itu, teori komodifikasi budaya menyoroti bagaimana transformasi elemenbudaya menjadi barang yang dapat diperdagangkan secara signifikan mengurangi ruang untuk autentisitas, partisipasi, dan interaksi budaya yang berarti. Ini sering kali mengakibatkan pengurangan budaya menjadi fenomena yang dangkal, di

mana nilai intrinsik dan keberlanjutan budaya sering diabaikan demi keuntungan ekonomi jangka pendek Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan warisan budaya yang sangat tinggi.

Indonesia, sebagai negara yang kaya akan warisan budaya, menganggap warisan ini tidak hanya sebagai barang atau pencapaian yang diwariskan dari masa lalu, tetapi juga sebagai cerminan sejarah dan peninggalan dari zaman dahulu, termasuk periode sebelum kita lahir. Warisan budaya ini, yang terdiri dari karya-karya manusia dan alam, telah diwariskan dari generasi ke generasi dalam komunitas atau kelompok tertentu, memainkan peran penting dalam kehidupan masa kini. Lebih dari sekedar harta yang berharga, warisan budaya ini berfungsi sebagai sarana untuk mengapresiasi dan menginspirasi masyarakat luas mengenai kekayaan budaya yang kita miliki. Ini memberikan pemahaman tentang berbagai bentuk peninggalan budaya yang mencakup alat-alat dan simbol atau lambang (Effendhie, 2019).



**Gambar 3** Jumlah Warisan Budaya Takbenda di Indonesia Menurut Kategori (2013-2020)

Sumber: Katadata Media Network

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa Indonesia kaya akan warisan budaya. Setidaknya Indonesia memiliki 1239 warisan budaya dalam kategori takbenda (Dihni, 2021). Berbanding lurus dengan banyaknya budaya yang dimiliki Indonesia, banyak upaya yang harus dilakukan untuk menjaga warisan budaya di Indonesia. Setidaknya ada 14 budaya Indonesia yang berusaha diakui oleh negara lain (detikcom, 2022). Dengan banyaknya usaha dari negara lain untuk mengakuisisi budaya Indonesia, diperlukan upaya intensif dari berbagai pihak untuk mempertahankan budaya Indonesia. Mempertahankan budaya tidak hanya dilatarbelakangi oleh faktor nasionalisme semata,

namun banyak faktor yang mempengaruhi seperti: (1) adanya potensi keuntungan ekonomis yang dihasilkan dari pemanfaatan pengetahuan tradisional, (2) keadilan dalam sistem perdagangan dunia, dan (3) perlunya perlindungan hak masyarakat lokal (Koswara & Apriani, 2022). Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengundang asumsi bahwa warisan budaya sangat penting dan harus dilindungi karena merupakan bagian dari sejarah, kisah, kekayaan yang perlu dilestarikan dan dijaga.

Dari sudut pandang masyarakat yang memegang erat “tradisi” saat ini. Dampak modernisasi terhadap warisan budaya perlahan mulai pudar dan menjadi masyarakat liberal yang mencintai kebebasan. Hal itu disebabkan karena sistem tata nilai juga bergerak, saling mempengaruhi dan berubah-ubah. Walau warisan budaya dilindungi oleh undang-undang yang berlaku dan dilestarikan oleh pemerintah. Namun kunci kelestarian warisan budaya tetap berada di masyarakat. Hal ini membuat budaya sulit menemukan jati diri dan cenderung tidak terpola. Asumsi ini lah yang menjadikan landasan gagasan warisan budaya untuk memperkuat bagian kegiatan penelitian warisan budaya yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif berupa observasi dan penelitian kepustakaan. Pendekatan kualitatif digunakan dalam upaya mendalami fenomena *heritagization* atau heritagisasi serta gentrifikasi digunakan untuk menunjukkan adanya komodifikasi budaya yang terjadi di kawasan Kota Tua Jakarta (Kho et al., 2023). Penelitian ini juga melihat bahwa media social digunakan untuk mempromosikan komodifikasi budaya yang terjadi. Observasi langsung dilakukan untuk mengetahui dan mendalami detail setiap bangunan serta perkembangannya. Data observasi diarsipkan dalam bentuk rekaman foto dan catatan observasi lapangan. Studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data sejarah dari gedung dan lokasi kawasan Kota Tua Jakarta, serta perkembangannya. Untuk memahami nilai yang serta proses heritagisasi dan gentrifikasi yang terjadi di kawasan Kota Tua Jakarta; maka data hasil observasi dan studi pustaka akan dianalisa dalam beberapa tahap; (1) kategorisasi data dan pemetaan kawasan Kota Tua Jakarta dari jaman ke jaman, (2) menghubungkan kondisi sosial dan politik yang melatar belakangi pembangunan dan peruntukan gedung di kawasan Kota Tua Jakarta, (3) membuat analisa dan menarik kesimpulan.

Penelitian ini akan berbentuk *integrative review*, yakni sebuah artikel yang berfokus pada pemberian kritik guna memunculkan sebuah perspektif baru (Cronin & George, 2023). Snyder (2019) menambahkan *integrative review* dibutuhkan untuk



memberikan konseptualisasi awal dalam memahami fenomena baru. Oleh sebab itu, tidak jarang *integrative review* mengadopsi teknik analisis data yang “diluar” atau tidak konsisten dengan standard yang ada; bahkan cukup sering peneliti menciptakan teknik analisis data yang baru untuk memahami fenomena yang baru (Cronin & George, 2023). Dengan alasan demikian, penelitian ini akan berfokus untuk memberikan kritik atas heritagisasi dan gentrifikasi yang pada hakikatnya merusak esensi nilai sejarah kawasan Kota Tua Jakarta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kawasan Glodok

Penelitian ini mengamati transformasi yang terjadi di Petak Enam, Glodok, yang telah berubah secara signifikan dari karakteristik asli Chinatown. Observasi menunjukkan bahwa area ini, meskipun masih menarik banyak pengunjung dan populer sebagai destinasi, kehilangan ciri khas yang sering dikaitkan dengan Chinatown seperti nuansa warna yang meriah dan musik tradisional. Saat ini, Petak Enam lebih menyerupai city walk biasa yang berfokus pada aspek kuliner, sering tanpa referensi eksplisit terhadap asal-usul etnik atau budaya makanannya. Fenomena ini mengancam untuk mengaburkan karakteristik unik yang seharusnya dipertahankan sebagai warisan budaya.

Dalam konteks gentrifikasi, Petak Enam mengalami perubahan yang menggantikan elemen kultural dengan komersial, di mana peningkatan aktivitas komersial telah mengusir ciri khas budaya yang lebih autentik. Proses heritagisasi yang seharusnya melindungi dan mengintegrasikan nilai budaya dalam pembangunan, tampaknya telah terjebak dalam logika pasar yang mengkomodifikasi identitas budaya Chinatown menjadi sekadar atraksi turis. Penggunaan media sosial sering kali menonjolkan aspek visual yang menarik untuk konsumsi cepat daripada mengedukasi pengunjung tentang nilai historis dan kultural yang mendalam. Hal ini memperkuat komodifikasi budaya yang mengurangi kedalaman pengalaman budaya dan memfasilitasi pengalaman yang homogen—pengalaman yang bisa ditemukan di banyak tempat lain tanpa perbedaan yang berarti.



**Gambar 4** Media Sosial Instagram dari Petak Enam Glodok yang berfokus mempromosikan komodifikasi budaya di bidang kuliner

Sumber: Tangkapan Layar Akun Instagram @petak\_enam



**Gambar 5** Media Sosial Instagram dari Petak Enam Glodok yang berfokus mempromosikan komodifikasi budaya di bidang musik

Sumber: Tangkapan Layar Akun Instagram @petak\_enam

Gambar 4 dan 5 menyoroti fenomena di mana nilai-nilai budaya autentik telah sepenuhnya dikonversi menjadi nilai komoditas dalam konteks gentrifikasi Glodok. Pada gambar tersebut, dapat dilihat bagaimana nilai budaya yang tidak menghadirkan nilai moneter sepenuhnya dikesampingkan, sementara elemen-elemen budaya yang dapat memberikan keuntungan ekonomi dipromosikan secara agresif. Secara khusus, yang mendapat sorotan bukanlah budaya hasil asimilasi yang diturunkan oleh peranakan Tionghoa di Glodok, melainkan kuliner dan pertunjukan musik live yang memiliki potensi ekonomi yang besar. Fenomena ini mencerminkan dominasi nilai ekonomi dalam proses gentrifikasi, di mana nilai budaya autentik dipersepsikan sebagai komoditas yang dapat dijual dan dipasarkan, sementara nilai-nilai budaya yang lebih dalam dan kompleks sering kali diabaikan. Melalui media sosial, promosi produk-produk budaya tersebut menjadi lebih masif, memperkuat persepsi bahwa kekayaan budaya hanya bernilai jika dapat diubah menjadi keuntungan finansial. Ini merupakan

contoh nyata dari bagaimana kapitalisme mereduksi warisan budaya menjadi objek konsumsi semata, meninggalkan esensi dan makna budaya yang lebih dalam terpinggirkan demi keuntungan ekonomi.

Di sisi lain, Klenteng Toasebio di Petak Sembilan, memainkan peran penting dalam mempertahankan kontinuitas budaya dan keagamaan komunitas Tionghoa di Glodok. Struktur arsitektur klenteng ini konservatif, mempertahankan elemen-elemen tradisional yang tidak hanya menampilkan estetika unik tetapi juga merefleksikan nilai-nilai spiritual mendalam. Tantangan aksesibilitas klenteng, yang terletak di gang sempit, mempengaruhi fungsi klenteng sebagai pusat aktivitas komunal, mengurangi frekuensi dan kualitas interaksi komunal yang penting untuk pelestarian dan penguatan praktik keagamaan dan budaya.

Klenteng Toasebio berdiri sebagai benteng kebudayaan yang signifikan, menyimpan kekayaan tradisi yang menjadi inti dari identitas komunal. Meskipun dihadapkan pada tantangan modernitas dan pengembangan urban, klenteng ini tetap teguh, menawarkan ruang bagi praktik spiritual dan pertemuan komunitas yang menegaskan kembali nilai-nilai budaya yang berakar dalam sejarah panjang komunitas Tionghoa di Glodok. Klenteng ini mengilustrasikan kekuatan heritagisasi yang autentik yang berlawanan dengan bentuk heritagisasi yang hanya berfokus pada keuntungan komersial.

Melalui perannya dalam pelestarian dan penguatan nilai-nilai kebudayaan dan keagamaan, Klenteng Toasebio memberikan kesaksian yang kuat terhadap kemampuan institusi keagamaan dan budaya untuk bertahan melawan arus homogenisasi yang sering dihasilkan oleh proses gentrifikasi. Ini menegaskan kebutuhan mendesak untuk strategi yang lebih inklusif dan reflektif dalam perencanaan dan pengembangan urban yang mengakui dan menghormati keberagaman budaya sebagai aset esensial dan bukan hanya sebagai alat untuk keuntungan ekonomi. Gentrifikasi di Kota Tua Jakarta telah membawa transformasi signifikan dalam struktur sosial dan ekonomi, yang secara fundamental mengubah nilai-nilai budaya dan historis di kawasan ini, menjadikannya produk konsumsi yang diiklankan secara massal melalui media sosial.

Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan yang lebih inklusif dan reflektif dalam perencanaan dan pengembangan urban, yang mengakui dan menghormati keberagaman budaya sebagai aset esensial, bukan hanya sebagai alat untuk keuntungan ekonomi. Proses gentrifikasi yang berlangsung di Glodok menunjukkan bagaimana struktur sosial dan ekonomi telah berubah secara fundamental, mengubah nilai-nilai budaya dan historis menjadi daya tarik wisata kuliner yang diiklankan secara massal

melalui media sosial. Hal ini menggarisbawahi kebutuhan mendesak untuk strategi pelestarian yang lebih efektif yang tidak hanya melindungi, tetapi juga mempromosikan pemahaman mendalam tentang warisan budaya dalam konteks aslinya.

### **Kota Tua**

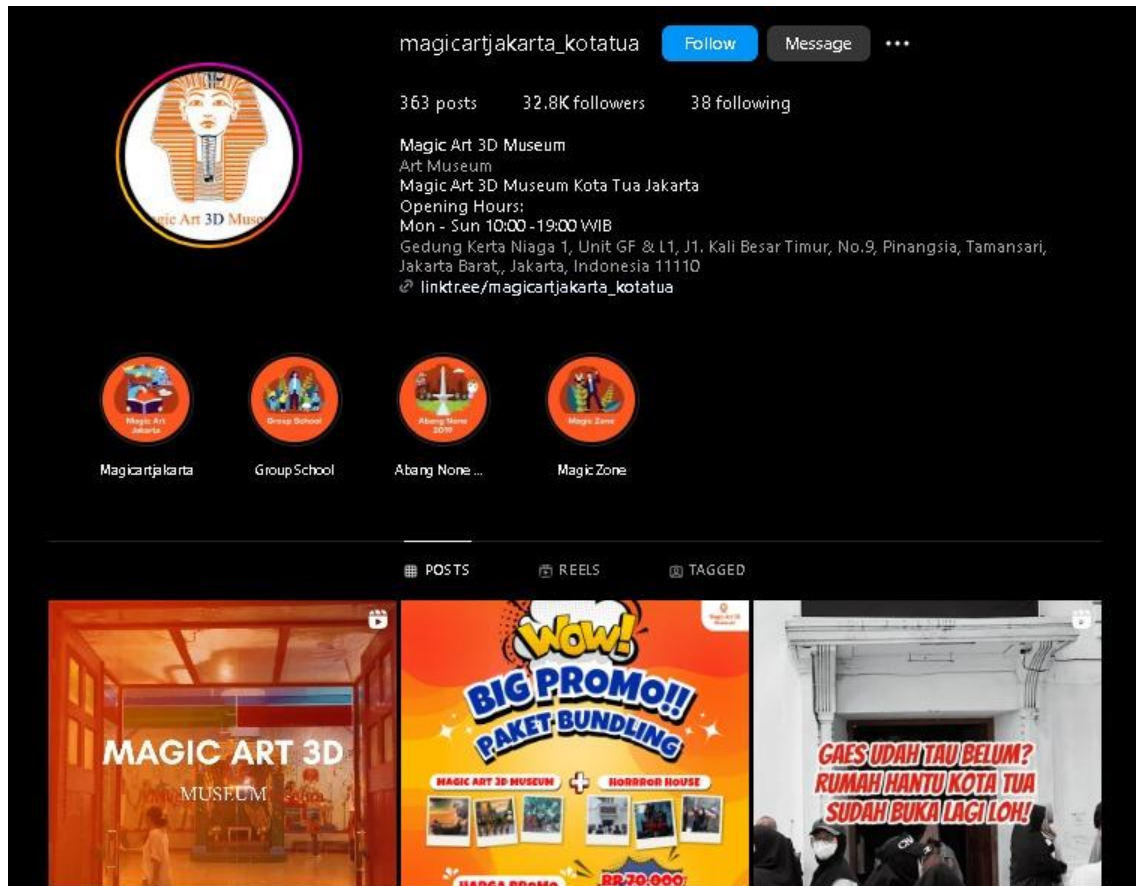
Magic Art 3D Museum yang terletak di kawasan Kota Tua, merupakan entitas seni kontemporer yang menawarkan pengalaman interaktif yang sangat berbeda dari museum tradisional. Salah satu fitur pembeda utamanya adalah jam operasional yang ekstensif; museum ini buka hingga pukul 7 malam, berbeda dengan museum konvensional seperti Museum Sejarah Jakarta atau Museum Bank Indonesia yang biasanya tutup di sore hari. Keputusan ini menunjukkan adaptasi museum terhadap kebutuhan gaya hidup kontemporer, di mana individu modern sering mencari kegiatan rekreasi setelah jam kerja, yaitu setelah jam 5 sore. Pendekatan ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam pengelolaan museum tetapi juga dalam paradigma fungsi museum itu sendiri, dari yang semula berfokus pada pendidikan sejarah menjadi sebuah platform inklusif yang menawarkan hiburan yang mudah diakses untuk memenuhi kebutuhan audiens yang lebih luas dan beragam.

Magic Art 3D Museum menggambarkan proses heritagisasi dalam konteks yang berbeda. Alih-alih hanya melestarikan nilai-nilai sejarah dan budaya secara konvensional, museum ini mengintegrasikan warisan budaya dengan cara yang dinamis dan interaktif, menyesuaikan dengan tuntutan dan preferensi publik kontemporer. Proses ini memfasilitasi sebuah bentuk heritagisasi yang lebih dinamis, di mana nilai-nilai budaya dipresentasikan dalam format yang menarik bagi pengunjung modern, yang mungkin tidak tertarik dengan pendekatan tradisional.

Namun, pendekatan ini juga mengarah pada komodifikasi budaya. Dalam upaya memenuhi harapan pasar, Magic Art 3D Museum menggunakan teknologi dan konsep seni kontemporer untuk menarik pengunjung, yang sering kali dipromosikan melalui media sosial. Media sosial memainkan peran krusial dalam mempromosikan museum ini sebagai tempat yang 'Instagrammable', menarik perhatian tidak hanya dari pecinta seni tetapi juga dari mereka yang mencari latar yang menarik untuk media sosial mereka. Strategi ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen budaya dan artistik dapat dikomodifikasi menjadi produk yang menawarkan pengalaman visual yang menarik, tetapi mungkin mengurangi fokus pada edukasi dan pelestarian budaya yang lebih mendalam.

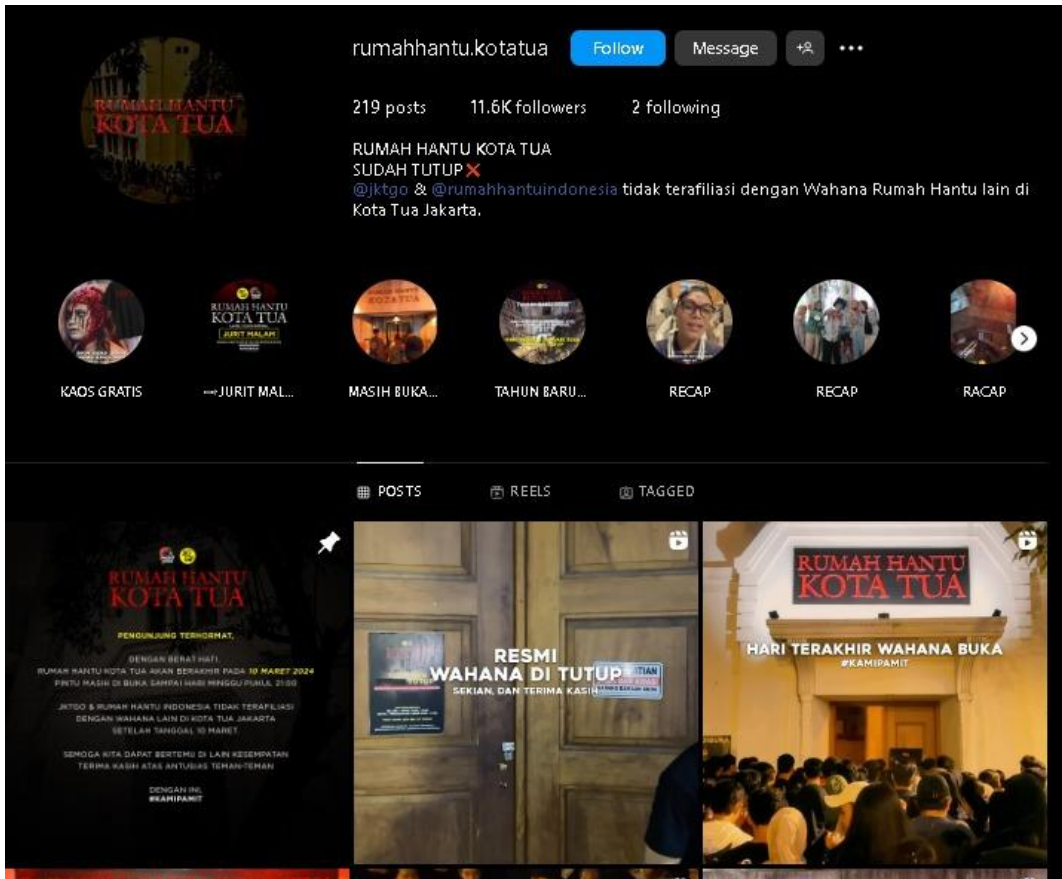
Transformasi dari pendidikan ke hiburan yang lebih luas dan inklusif dapat dilihat sebagai tanggapan terhadap dinamika pasar yang berubah, tetapi juga sebagai tantangan

dalam menjaga integritas pendidikan budaya. Pendekatan ini menyoroti perlunya keseimbangan antara menarik audiens yang lebih luas dan mempertahankan komitmen terhadap pendidikan dan pelestarian warisan budaya yang autentik dalam lingkungan museum.



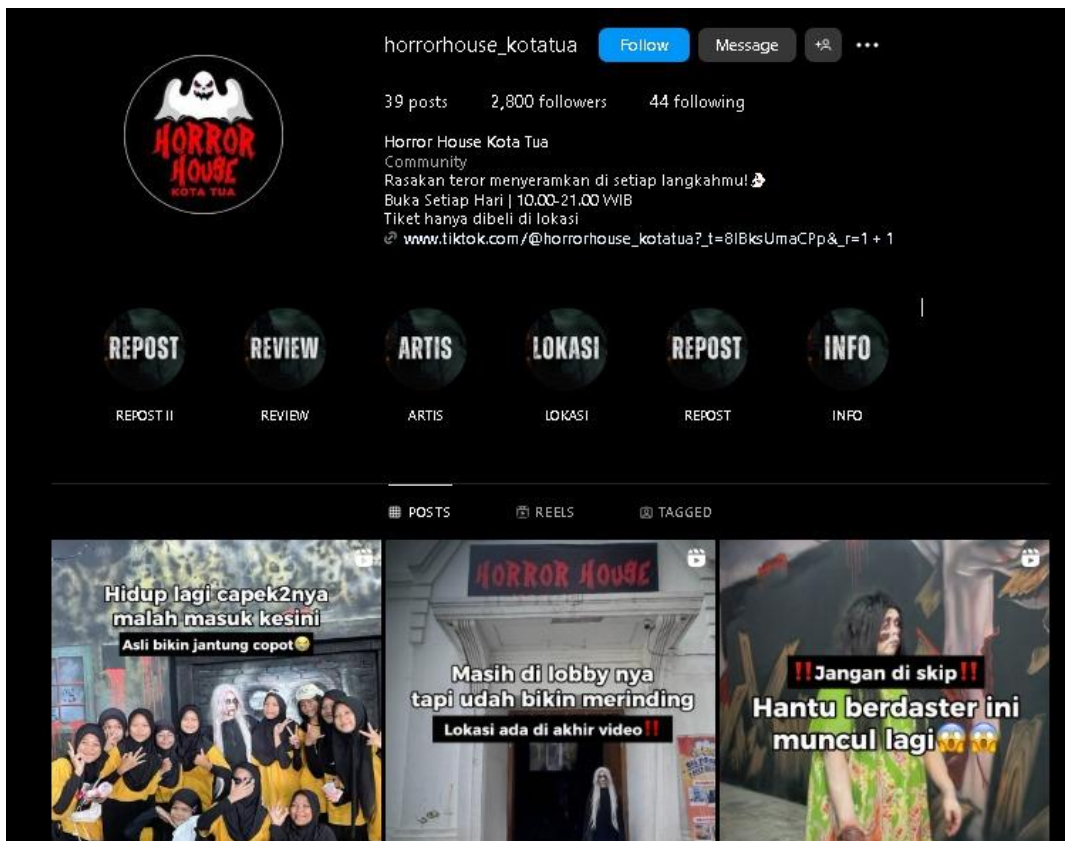
**Gambar 6** Profil Instagram dari Magic Art 3D Museum yang Berlokasi di Kota Tua Jakarta

Sumber: Tangkapan Layar Akun Instagram @magicartjakarta\_kotatua



Gambar 7 Profil Instagram dari Rumah Hantu Kota Tua (1) yang Berlokasi di Kota Tua Jakarta

Sumber: Tangkapan Layar Akun Instagram @rumahhantu.kotatua



Gambar 8 Profil Instagram dari Rumah Hantu Kota Tua (2) yang Berlokasi di Kota Tua Jakarta

Sumber: Tangkapan Layar Akun Instagram @horrorhouse\_kotatua

Gambar 6, 7, dan 8 juga menyoroiti fenomena serupa yang terjadi di Kota Tua. Promosi di kawasan ini tidak mengutamakan nilai sejarah, melainkan hanya memanfaatkan aspek sejarah yang dapat dikonversi menjadi nilai ekonomi. Ironisnya, masyarakat yang cenderung apatis terhadap sejarah, lebih sering mengikuti akun media sosial dari Magic Art 3D Museum daripada museum yang berfokus pada pelestarian sejarah. Demikian pula dengan Rumah Hantu Kota Tua, di mana bangunan bersejarah yang diubah menjadi atraksi rumah hantu telah mengalami perpanjangan kontrak setidaknya dua kali oleh dua pengelola yang berbeda. Rumah Hantu tersebut sepenuhnya mengabaikan nilai historis dan merusak integritas struktural bangunan sejarah tersebut, yang nilai historisnya tidak dapat dinilai dengan uang.

Selain itu, penelitian mengenai penempatan informasi sejarah di Kota Tua telah mengungkapkan beberapa kekurangan signifikan, terutama yang berkaitan dengan lokasi dan pemeliharaan papan informasi. Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa banyak papan informasi sejarah ditempatkan di lokasi yang kurang optimal. Posisi yang tidak strategis ini sering kali menghalangi akses pengunjung, mereduksi visibilitas dan aksesibilitas informasi yang seharusnya mudah dijangkau dan dikonsumsi oleh publik. Akibatnya, fungsi edukatif dari papan informasi ini menjadi kurang efektif, sebab pengunjung mengalami kesulitan untuk mengakses dan memahami materi sejarah yang disajikan.

Selain masalah penempatan, pemeliharaan papan informasi juga menjadi isu penting. Penelitian ini menemukan bahwa pemeliharaan yang tidak memadai telah menyebabkan kondisi fisik dari papan informasi tersebut memburuk secara signifikan. Teks pada papan informasi menjadi sulit dibaca karena luntur atau rusak, yang secara langsung mengurangi potensi edukatif dari materi tersebut. Deteriorasi ini tidak hanya mengurangi kejelasan visual tetapi juga kesan pertama pengunjung terhadap profesionalisme dan komitmen pengelolaan situs dalam memelihara warisan budaya yang ada.

Kondisi yang kurang memadai dari papan informasi ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sejauh mana komitmen pengelolaan situs bersejarah dalam menjaga dan menyampaikan warisan budaya secara efektif. Ketidakmampuan untuk memelihara infrastruktur informasi sejarah ini menunjukkan kelemahan dalam strategi pelestarian dan edukasi yang diterapkan, yang seharusnya memprioritaskan aksesibilitas dan integritas informasi. Pentingnya papan informasi dalam mendidik pengunjung dan

menyediakan konteks yang kaya untuk situs bersejarah memerlukan pendekatan yang lebih sistematis dan terorganisir dalam pengelolaan sumber daya warisan budaya.

Di Kota Tua, proses heritagisasi serupa telah mengubah nilai sejarah kawasan menjadi atraksi turistik. Penggunaan gedung-gedung bersejarah untuk kegiatan komersial seperti rumah hantu atau Magic Art 3D Museum, yang mengklaim label “museum” hanya karena lokasinya, menunjukkan bagaimana nilai sejarah tidak lebih penting dari nilai ekonomi. Kegiatan seperti ini di mana warisan sejarah tidak difungsikan untuk fungsi aslinya, dapat menggambarkan bagaimana sejarah tidak ubahnya dipandang dan difungsikan hanya sebagai komoditas belaka. Lebih lanjut, adaptasi bangunan bersejarah seperti A&W, KFC, atau hotel kapsul seperti Bobobox di Kota Tua menunjukkan dominasi nilai ekonomi atas nilai historis. Transformasi ini menunjukkan penurunan apresiasi terhadap pentingnya pelestarian sejarah dalam masyarakat yang semakin kapitalistik; di mana segala sesuatu dinilai berdasarkan potensi ekonominya.

Kurangnya informasi yang mudah diakses tentang sejarah Kota Tua, terlebih lagi dengan plakat sejarah yang dijadikan penutup selokan, mencerminkan sikap mengabaikan sejarah yang lebih luas dalam masyarakat. Fenomena ini dapat diinterpretasikan sebagai penindasan terhadap sejarah, di mana sejarah secara simbolik diinjak-injak dan ditutupi oleh kepentingan ekonomi.

Di Kota Tua, proses heritagisasi serupa telah mengubah nilai sejarah kawasan menjadi atraksi turistik. Penggunaan gedung-gedung bersejarah untuk kegiatan komersial seperti rumah hantu atau Magic Art 3D Museum, yang mengklaim label “museum” hanya karena lokasinya, menunjukkan bagaimana nilai sejarah tidak lebih penting dari nilai ekonomi. Kegiatan seperti ini di mana warisan sejarah tidak difungsikan untuk fungsi aslinya, dapat menggambarkan bagaimana sejarah tidak ubahnya dipandang dan difungsikan hanya sebagai komoditas belaka. Lebih lanjut, adaptasi bangunan bersejarah seperti A&W, KFC, atau hotel kapsul seperti Bobobox di Kota Tua menunjukkan dominasi nilai ekonomi atas nilai historis. Transformasi ini menunjukkan penurunan apresiasi terhadap pentingnya pelestarian sejarah dalam masyarakat yang semakin kapitalistik; di mana segala sesuatu dinilai berdasarkan potensi ekonominya.

Kurangnya informasi yang mudah diakses tentang sejarah Kota Tua, terlebih lagi dengan plakat sejarah yang dijadikan penutup selokan, mencerminkan sikap mengabaikan sejarah yang lebih luas dalam masyarakat. Fenomena ini dapat



diinterpretasikan sebagai penindasan terhadap sejarah, di mana sejarah secara simbolik diinjak-injak dan ditutupi oleh kepentingan ekonomi.

### **Benteng VOC (Kasteel Batavia) dan Galangan VOC**

Penelitian terkini mengenai Benteng VOC atau Kasteel Batavia menyoroti penurunan yang signifikan dalam pemeliharaan dan jumlah pengunjung, yang mencerminkan kerusakan struktural dan penampilan yang kurang terawat. Sebagai bekas pusat kekuasaan kolonial Belanda, kini Benteng tersebut tampak terlantar, dengan kunjungan yang sangat terbatas dan pemanfaatan yang tidak sesuai, seperti penggunaannya untuk area parkir truk. Diskrepansi yang mencolok antara nilai historis yang penting dan fungsi kontemporer yang terbatas ini memberikan dampak negatif terhadap persepsi dan pengalaman pengunjung, menggarisbawahi kegagalan dalam pelestarian warisan budaya yang ada.

Kondisi saat ini dari Benteng VOC menegaskan kegagalan dalam upaya heritagisasi dan pelestarian warisan budaya. Heritagisasi yang seharusnya melindungi dan mengangkat nilai historis situs telah terabaikan, menyebabkan degradasi yang tidak hanya fisik tetapi juga dalam konteks nilai dan pentingnya situs sebagai warisan budaya. Penggunaan situs ini untuk kepentingan yang sepele seperti parkir truk secara dramatis menurunkan integritasnya dan membatasi kemampuannya untuk berfungsi sebagai titik edukasi dan refleksi sejarah.

Peneliti juga menemukan bahwa Galangan VOC, yang sebelumnya adalah situs penting dalam sejarah maritim, mengalami perubahan signifikan yang mencerminkan pengorbanan nilai-nilai sejarah demi kepentingan komersial. Penelitian mengungkap bahwa penghapusan penanda asli "Galangan VOC" dan penggantinya dengan simbol-simbol komersial, seperti kafe dan iklan kursus musik, menunjukkan pergeseran fungsi dari nilai historis menjadi utilitas komersial. Meskipun struktur fisik asli masih bertahan, keaslian fungsi dan semangat situs tersebut telah hilang, dengan bangunan saat ini yang berdiri kosong dan tidak digunakan. Transformasi ini bukan hanya perubahan dalam penggunaan, tetapi juga penurunan dalam upaya pelestarian sejarah yang berharga.

Transformasi Galangan VOC dapat dilihat sebagai manifestasi dari gentrifikasi yang sering terjadi di situs bersejarah, di mana nilai sejarah dan kebudayaan dikorbankan untuk kepentingan ekonomi dan bisnis. Gentrifikasi, dalam konteks ini, tidak hanya mengubah lanskap fisik tetapi juga menghapus lapisan-lapisan memori dan identitas historis yang seharusnya dipertahankan. Perubahan dari kegiatan maritim

bersejarah menjadi kegiatan komersial mencerminkan tren yang lebih luas di mana pengembangan ekonomi diberi prioritas daripada pelestarian budaya dan sejarah.

Perubahan ini memicu pertanyaan kritis tentang bagaimana kebijakan dan praktek pengembangan sering kali gagal mengintegrasikan pelestarian sejarah ke dalam rencana masa depan mereka. Gentrifikasi yang melanda Galangan VOC bukan hanya mengubah fungsi fisik situs tersebut tetapi juga mengurangi relevansinya sebagai artefak sejarah, menjadikan situs ini kurang aksesibel dan relevan bagi pengunjung yang mencari pengalaman sejarah yang otentik. Ini menciptakan paradoks di mana bangunan yang seharusnya menjadi simbol kekayaan sejarah justru menjadi simbol dari hilangnya warisan tersebut.

Penting bagi pembuat kebijakan dan pengelola situs bersejarah untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan komersial dan pengembangan. Mereka harus mencari keseimbangan antara mengaktifkan ekonomi lokal melalui pemanfaatan komersial dan menjaga integritas dan keaslian situs bersejarah. Ada kebutuhan mendesak untuk strategi pelestarian yang lebih efektif yang tidak hanya melindungi struktur fisik tetapi juga menjaga semangat dan cerita yang dikandungnya.

Penelantaran bangunan bersejarah seperti Batavia Casteel dan Galangan VOC, yang sekarang digunakan untuk kepentingan yang tidak berkaitan dengan nilai historis mereka, seperti parkir truk atau kafe, adalah contoh nyata dari bagaimana bangunan bersejarah dibiarkan membusuk jika tidak ada nilai ekonomi yang langsung terlihat. Fenomena ini mengindikasikan bahwa dalam masyarakat kapitalis, warisan budaya dan sejarah hanya diakui sejauh mereka dapat menghasilkan keuntungan moneter.

### **Museum Bahari**

Selama penelitian di Museum Bahari, ditemukan bahwa museum ini mengalami sepi pengunjung, dengan dominasi turis asing yang mencolok dibandingkan dengan kehadiran lokal. Temuan ini mengungkapkan paradoks yang menarik dimana pengunjung internasional tampaknya lebih menghargai warisan maritim Indonesia yang dipamerkan, sedangkan masyarakat lokal menunjukkan minat yang rendah terhadap koleksi dan sejarah maritim yang sama. Kondisi ini menyoroti adanya ketidakseimbangan dalam apresiasi terhadap aset sejarah dan budaya sendiri.

Museum telah berupaya mempertahankan keautentikan struktur bangunan, menunjukkan komitmen serius terhadap pelestarian sejarah maritim. Namun, ada indikasi bahwa upaya ini belum sepenuhnya dihargai oleh pengunjung lokal, seperti yang tercermin dari papan informasi yang dicoret-coret. Aksi vandalisme ini

menunjukkan diskrepansi yang signifikan antara nilai edukatif yang ingin disampaikan oleh museum dan tingkat penghargaan yang diperlihatkan oleh masyarakat.

Situasi di Museum Bahari mengindikasikan kebutuhan mendesak akan pengembangan dan implementasi strategi yang lebih inovatif dan inklusif untuk meningkatkan kesadaran dan interaksi masyarakat dengan warisan sejarah. Adanya kurangnya kesadaran dan apresiasi dari masyarakat lokal terhadap nilai sejarah yang kaya memerlukan tindakan proaktif untuk membalikkan tren ini, dengan tujuan mendukung keberlanjutan museum sebagai entitas pendidikan dan kultural yang vital.

Kasus Museum Bahari menunjukkan kontradiksi yang lebih dalam. Museum yang seharusnya menjadi simbol pelestarian nilai sejarah maritim Indonesia ini lebih banyak dihargai oleh turis internasional daripada oleh penduduk lokal. Ini menyoroti ketidakpedulian masyarakat lokal terhadap warisan mereka sendiri dan menunjukkan bagaimana nilai sejarah seringkali diabaikan dalam menghadapi hiburan dan nilai ekonomi yang lebih langsung. Ironi dalam apresiasi terhadap Museum Bahari mencerminkan kesenjangan yang lebih besar antara nilai sejarah dan ekonomi. Ketertarikan masyarakat terhadap industri budaya yang dikomodifikasi, yang lebih fokus pada hiburan daripada pemahaman sejarah, menciptakan paradoks dimana warisan budaya berpotensi hilang atau diabaikan.

### **Komodifikasi Budaya**

Menurut Theodor Adorno, fenomena heritagisasi yang diamati oleh peneliti di tempat-tempat seperti Petak Enam di Glodok dan Kota Tua Jakarta merupakan manifestasi dari komodifikasi budaya yang lebih luas. Proses ini mengubah aspek-aspek otentik dari warisan budaya lokal menjadi objek konsumsi, menyesuaikan dengan tuntutan pasar yang berorientasi profit. Adorno menekankan bahwa pendekatan semacam ini tidak hanya mengubah makna asli dari warisan budaya tersebut, tetapi juga menghapus identitas dan nilai intrinsik yang terkandung di dalamnya. Ini terjadi karena pasar cenderung mengabaikan kekayaan dan kedalaman sejarah dan budaya untuk keuntungan finansial yang cepat.

Melalui kacamata kritis Adorno, dapat dipahami bagaimana kapitalisme telah mendominasi dan merusak kehidupan budaya dan sejarah. Dalam kasus seperti Magic Art 3D Museum di Kota Tua, pengalaman budaya yang kaya dan autentik telah dikurangi menjadi hiburan yang berorientasi pada visual dan interaktivitas yang ringan, sering kali dipromosikan untuk kemampuan mereka dalam menghasilkan konten media sosial yang menarik. Kapitalisme, dengan penekanannya pada profit, sering

mengorbankan keberagaman dan kekayaan budaya serta kesejahteraan sosial. Sejarah dan budaya, dalam konteks ini, direduksi menjadi alat bagi keuntungan pasar.

Adorno juga menunjukkan bahwa dominasi kapitalisme ini mengakibatkan homogenisasi pengalaman budaya, mengurangi kemampuan masyarakat untuk menghargai dan merayakan keunikan budaya mereka sendiri. Di Petak Enam, misalnya, nuansa unik yang dulu menjadi ciri khas Chinatown telah tergerus oleh penekanan pada aspek kuliner yang umum, mengesampingkan referensi eksplisit terhadap asal-usul etnik atau budaya makanan yang disajikan. Ini mengilustrasikan bagaimana nilai budaya yang lebih mendalam sering kali diabaikan demi menarik pengunjung dan konsumen dalam jumlah yang lebih besar.

Dari perspektif Adorno, kebutuhan mendesak untuk strategi pelestarian yang efektif menjadi jelas. Strategi tersebut harus tidak hanya melindungi struktur fisik atau estetika visual dari warisan budaya, tetapi juga memelihara dan mengkomunikasikan kebijaksanaan, kepercayaan, dan konteks kehidupan yang memberi budaya tersebut makna. Ini membutuhkan pendekatan yang reflektif dan inklusif dalam perencanaan dan pengembangan urban, yang mengakui dan menghormati keberagaman budaya sebagai aset yang penting, bukan hanya sebagai alat untuk keuntungan ekonomi.

Mengingat tantangan ini, refleksi Adorno mengundang pemikiran tentang bagaimana pelestarian budaya dan sejarah harus menjadi prioritas dalam masyarakat. Bukan hanya untuk nilai ekonomi mereka, tetapi sebagai warisan yang tak ternilai bagi generasi mendatang. Kritik Adorno menggarisbawahi pentingnya menjaga autentisitas dan integritas budaya dalam menghadapi tekanan kapitalistik, mengingatkan bahwa nilai sejati dari budaya dan sejarah terletak pada kemampuan mereka untuk memperkaya kehidupan manusia dan mempertahankan keberagaman pemikiran serta pengalaman manusia.

## **SIMPULAN**

Dalam analisis fenomena gentrifikasi dan heritagisasi di Glodok dan Kota Tua Jakarta, telah terungkap bagaimana transformasi sosial dan ekonomi secara signifikan mengubah nilai-nilai budaya dan historis kawasan ini. Proses gentrifikasi tidak hanya memperlihatkan konversi nilai-nilai budaya tradisional menjadi produk konsumsi yang diiklankan secara massal melalui media sosial, tetapi juga menunjukkan bagaimana nilai-nilai historis dikomodifikasi menjadi daya tarik turistik yang tidak menyeluruh dalam merepresentasikan sejarah aslinya.

Mengacu pada teori Theodor Adorno, fenomena heritagisasi yang terjadi merupakan bentuk komodifikasi budaya di mana aspek-aspek autentik dari warisan

budaya lokal diubah menjadi objek konsumsi. Pendekatan ini, yang mengubah makna asli dari warisan budaya serta menghapus identitas dan nilai intrinsiknya, dan hanya berorientasi pada profit; sehingga menempatkan nilai ekonomi di atas nilai historis dan budaya.

Gambar yang dianalisis menyoroti bagaimana nilai sejarah hanya dimanfaatkan sejauh nilai ekonominya, dengan kecenderungan masyarakat apatis yang lebih tertarik terhadap atraksi modern daripada apresiasi terhadap nilai sejarah dan budaya yang lebih mendalam. Ini mencerminkan bagaimana kapitalisme, melalui mekanisme pasar, mereduksi keragaman dan kompleksitas budaya menjadi objek-objek yang homogen dan mudah dipasarkan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dan bertanggung jawab dalam mengelola warisan budaya, di mana nilai historis dan budaya diakui sebagai elemen penting untuk pemahaman dan apresiasi generasi mendatang. Penelitian ini juga memperingatkan tentang risiko serius yang ditimbulkan oleh dominasi kapitalis terhadap kelestarian budaya dan sejarah, menekankan perlunya intervensi yang lebih strategis untuk melindungi dan melestarikan warisan budaya di tengah tekanan ekonomi yang semakin intens.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, A., & Steekelenbur, E. van. (2020). A partnership that revitalised Kota Tua Jakarta. In *The City at Eye Level*. Stipo.
- Binekasri, R. (2023, April 21). Minat ke Museum Memprihatinkan, Ini Penyebabnya Kata Ahli. *CNBC Indonesia*.
- Cronin, M. A., & George, E. (2023). The Why and How of the Integrative Review. *Organizational Research Methods*, 26(1), 168–192. <https://doi.org/10.1177/1094428120935507>
- De Cesari, C., & Dimova, R. (2019). Heritage, gentrification, participation: remaking urban landscapes in the name of culture and historic preservation. In *International Journal of Heritage Studies* (Vol. 25, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/13527258.2018.1512515>
- detikcom. (2022, April 6). Reog hingga Rendang, Ini 14 Warisan Budaya RI Mau Diakui Malaysia. *DetikNews*.
- Dihni, V. A. (2021, September 21). *Indonesia Miliki 1.239 Warisan Budaya Takbenda*. Databoks.
- Djimantoro, M. I., Martokusumo, W., Sarwono, R. J., & Poerbo, H. W. (2020). The Historical Soundscape Analysis of Fatahillah Square, Jakarta. *Acoustics*, 2(4). <https://doi.org/10.3390/acoustics2040048>

- Kho, G. R. M., Rachmad, T. H., Dwi Sasongko, Y. P., & Hasan, S. (2023). Women on Top: a Study of Middle Eastern Women's Rights in the Media Political Economy. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 11(3), 294–304. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v11i3.522>
- Koswara, N. S., & Apriani, R. (2022). Perlindungan Hak Cipta Terhadap Warisan Budaya Bangsa Indonesia Ditinjau Dari Undang –Undang Hak Cipta No. 28 Tahun 2014. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 431–438.
- Meilinda, N., Giovanni, C., Triana, N., & Lutfina, S. (2021). Resistensi Musisi Independen terhadap Komodifikasi dan Industrialisasi Musik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art6>
- Potutu, K. (2023). Analisis Terhadap Fenomena Jilbab di Indonesia. *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 13(1). <https://doi.org/10.32678/adzikra.v13i1.5598>
- Rahma, A. (2021, May 19). Jumlah Pengunjung Tempat Wisata Naik hingga 100,8 Persen saat Libur Lebaran. *Liputan6.Com*.
- Romero, R. (2019). Taking Back the Boulevard: Art, Activism, and Gentrification in Los Angeles. *Social Forces*, 98(2). <https://doi.org/10.1093/sf/soz062>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Triana, N. (2021). KOMIKA STAND UP COMEDY DALAM PERSPEKTIF INDUSTRI BUDAYA (STUDI KASUS PANDJI PRAGIWAKSONO). *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 165. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2952>