

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tradisi Pacu Jalur merupakan salah satu budaya lokal yang berasal dari Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau, yang telah berkembang dan diwariskan secara turun-temurun dalam kehidupan masyarakat. Tradisi ini diwujudkan dalam ajang perlombaan perahu panjang yang turut melibatkan puluhan pendayung untuk mengarahkan perahu di aliran Sungai dengan cara bergerak bersama. Pacu Jalur tidak dipandang hanya sebagai sebuah ajang perlombaan tetapi memuat nilai sosial dan budaya terikat dalam hidup masyarakat setempat. Para pendayung mampu menampilkan nilai kebersamaan dan gotong royong dari kerja sama yang baik sedangkan hadirnya masyarakat untuk menonton perlombaan memperlihatkan kalau tradisi Pacu Jalur berperan sebagai bagian dari kehidupan sosial (Risman et al., 2021). Nilai historis mampu diwujudkan Pacu Jalur karena tradisi yang telah berlangsung sejak lama dan tetap dipertahankan sebagai suatu warisan budaya daerah (Sari, 2017). Masyarakat Kuantan Singingi memperlihatkan identitas budaya melalui tradisi Pacu Jalur dengan setiap unsur yang terkandung di dalamnya termasuk kebersamaan, solidaritas, dan keterikatan sosial yang terwujud dalam penerepannya (Deanovans et al., 2023).

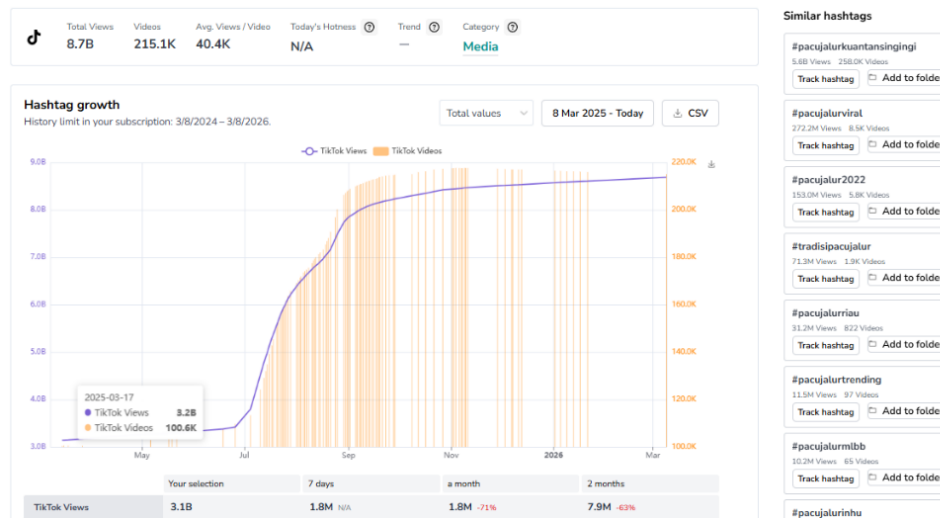
Beberapa waktu kebelakang sering dijumpai konten digital yang menampilkan Pacu Jalur di media sosial yang mulanya video tentang kegiatan ini diunggah oleh masyarakat yang menonton langsung perlombaan di lokasi. Rekaman yang diunggah memperlihatkan suasana perlombaan, gerakan selaras para pendayung, serta kerumunan di sepanjang sungai yang kemudian lewat akun pribadi disebarluaskan dan sukses menarik perhatian pengguna lain. Seiring berjalannya waktu semakin besar pengguna media sosial yang kerap mengunggah konten serupa sehingga membuat jumlah video dengan tampilan Pacu Jalur terus bertambah dan akhirnya masyarakat luas semakin mengenalinya. Tradisi yang sebelumnya hanya ditonton langsung masyarakat lokal hingga saat ini dapat

ditelusuri oleh setiap kalangan orang lewat platform digital. Penyebaran dalam bentuk video membuat kegiatan ini bisa dilihat oleh pengguna dari berbagai daerah tanpa harus datang ke lokasi.

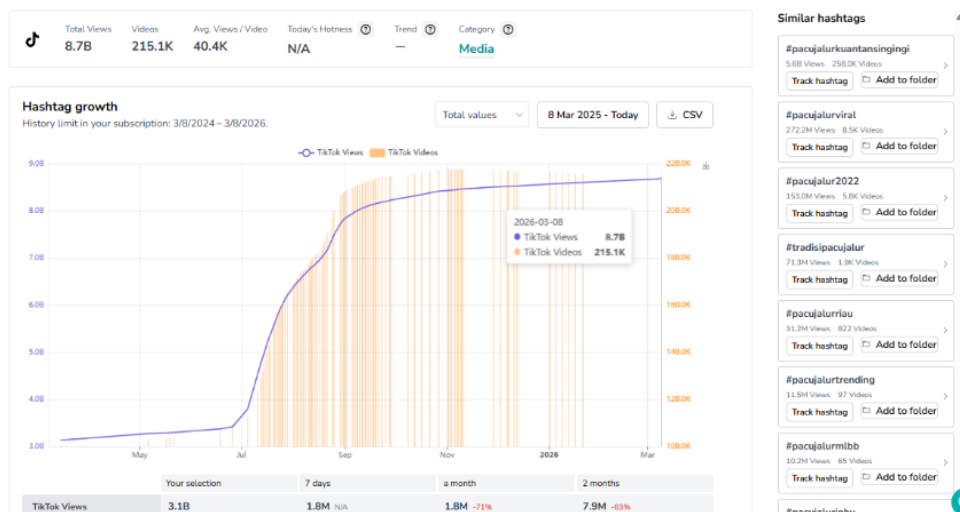
Peningkatan temuan tentang konten Pacu Jalur di media sosial membuktikan perhatian pengguna mengalami perubahan terhadap kegiatan ini sehingga perlu setiap data yang mampu memaparkan perkembangan tersebut secara terukur dan sistematis. Untuk memperoleh gambaran yang jelas terkait perkembangan munculnya konten Pacu Jalur, penelitian ini memanfaatkan data yang bersumber dari aplikasi TikTok dan dianalisis lewat platform Exolyt. Lewat platform tersebut tersedia informasi terkait pertumbuhan jumlah penayangan serta banyaknya video yang memakai tanda pagar tertentu dalam rentang waktu tertentu. Berdasarkan data tersebut maka peneliti dapat mengetahui waktu perhatian mulai meningkat terhadap konten Pacu Jalur terjadi dan bagaimana pertumbuhan jumlah kontennya dari waktu ke waktu.

Menurut data Exolyt dari yang terlihat bahwa jumlah penayangan pada tanda pagar #pacujalur setiap periode membuktikan perkembangan dengan pola yang berbeda. Diketahui saat kisaran waktu Maret 2025 sampai Juni 2025 jumlah penayangan tercatat berada di sekitar 3,1 sampai 3,4 miliar dengan laju pertumbuhan yang cenderung lambat. Hal ini membuktikan pada masa tersebut, konten Pacu Jalur sesungguhnya telah tersebar di TikTok tapi penyebarannya masih terjadi dalam lingkup terbatas. Sekitar Juli 2025 mulai tampak perubahan mulai ketika jumlah penayangan mengalami peningkatan yang sangat cepat dalam waktu singkat hingga melewati angka 7 miliar penayangan. Lonjakan ini menandai perhatian pengguna media sosial terhadap konten Pacu Jalur meningkat signifikan dibanding periode sebelumnya. Pola tersebut mengindikasikan sekitar bulan Juli 2025 menjadi titik penting ketika perhatian pengguna media sosial terhadap konten Pacu Jalur mulai meningkat secara signifikan di TikTok. Supaya mampu memahami perubahan lebih jelas maka perkembangan jumlah penayangan dan banyaknya video yang memakai tanda pagar #pacujalur dapat ditelusuri lewat grafik yang disajikan oleh Exolyt selama setahun terakhir. Data yang ditampilkan memperlihatkan dinamika jumlah tayangan serta kontribusi unggahan pengguna

dari waktu ke waktu yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk visual grafik pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.



Gambar 1.1 Grafik pertumbuhan jumlah penayangan dan jumlah video pada tanda tagar #pacujalur di TikTok berdasarkan data Exolyt.



Gambar 1.2 Grafik pertumbuhan jumlah penayangan dan jumlah video pada tanda tagar #pacujalur di TikTok berdasarkan data Exolyt.

Sumber. Web Exolyt

Terlihat ada lonjakan dari pola pertumbuhan menurut grafik diatas di mana jumlah penayangan serta jumlah video terlihat secara jelas terjadi pada rentang waktu Juli sampai Desember 2025. Diketahui kurva penayangan naik drastis

dengan sangat cepat dan jumlah unggahan video yang ditampilkan bertambah cukup besar selama rentang waktu tersebut. Situasi ini memperlihatkan selama masa periode Juni hingga Desember 2025, penampilan konten terkait Pacu Jalur timbul lebih banyak dibanding periode sebelumnya. Mulai awal tahun 2026, pertumbuhan penayangan sudah tidak meningkat tajam seperti pada periode Juni hingga Desember 2025 tetapi data tetap memutar jumlah penayangan dan jumlah video dengan tanda pagar #pacujalur terus masih bertambah sampai di tahun 2026. Kondisi ini menunjukkan bahwa puncak tertinggi perhatian terjadi pada pertengahan tahun 2025, konten Pacu Jalur terus ditampilkan dalam banyak unggahan video di aplikasi TikTok.

Setiap konten yang memuat kegiatan Pacu Jalur di platform TikTok di mana sebuah fenomena yang dikenal sebagai *aura farming* mulai muncul dan dapat diamati. *Aura farming* dapat diartikan sebagai strategi untuk mengelola serta menyebarkan konten di media sosial tujuannya untuk menciptakan suasana atau aura tertentu, seperti keaslian, ketenangan, ataupun keindahan budaya, yang mampu memicu timbulnya emosi serta ketertarikan *audiens* (Jevtovic, 2019). Fenomena *aura farming* pada konten Pacu Jalur menunjukkan adanya kecenderungan untuk menampilkan momen yang dianggap paling menarik dari keseluruhan kegiatan perlombaan. Momen tersebut kemudian direkam, dipilih, dan disajikan kembali dalam bentuk video singkat yang mudah disebarkan kepada pengguna lain. Dalam media digital, konten berbasis visual memiliki kecenderungan lebih mudah menarik perhatian audiens karena menonjolkan unsur estetika, emosi, dan keunikan visual yang mampu meningkatkan interaksi pengguna di platform media sosial (Rozaq & Nugrahani, 2023).

Potongan video biasanya memperlihatkan momen ketika para pendayung bergerak secara serempak, suasana perlombaan di atas sungai, atau ekspresi peserta yang dianggap menarik untuk ditampilkan. Melalui cara ini, bagian tertentu dari kegiatan Pacu Jalur menjadi lebih menonjol dibandingkan bagian kegiatan lainnya. Keberadaan fenomena *aura farming* dalam konten Pacu Jalur menunjukkan bahwa penyajian kegiatan tersebut di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai cara untuk menampilkan momen yang

dinilai memiliki daya tarik visual bagi penonton. Dalam konteks media digital, penyajian konten video pendek sering kali dikemas sedemikian rupa agar sesuai dengan pola konsumsi *audiens* yang menekankan kecepatan, visualisasi, dan daya tarik konten (Adistri et al., 2024). Dengan demikian, konten yang menampilkan Pacu Jalur tidak hanya memperlihatkan kegiatan perlombaan secara keseluruhan, tetapi lebih menekankan pada bagian-bagian tertentu yang dianggap mampu menarik perhatian pengguna media sosial.

Platform TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk berbagi konten video pendek. TikTok memungkinkan pengguna membuat video berdurasi singkat dengan tambahan musik, filter, efek visual, dan berbagai fitur kreatif lain yang mendukung proses produksi konten digital (Rozaq & Nugrahani, 2023). Melalui fitur tersebut, pengguna dapat merekam, mengedit, dan menyebarkan konten dengan mudah sehingga berbagai bentuk ekspresi kreatif dapat ditampilkan dalam bentuk video. TikTok tercatat sebagai salah satu media sosial dengan tingkat penggunaan yang sangat tinggi di Indonesia. Menurut laporan Survei Profil Internet Indonesia 2025 yang diterbitkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di mana TikTok dinyatakan menjadi platform yang paling sering diakses oleh pemakai internet di Indonesia. Diketahui hasil survei sebanyak 32,98 persen responden laki-laki menyatakan platform TikTok lebih sering dipakai dibanding platform lain dengan posisi melewati YouTube yaitu sebesar 26,31 persen dan Facebook sebesar 21,85 persen. Tingginya antusias pengguna membuktikan bahwa TikTok telah menjadi ruang digital yang luas dimanfaatkan masyarakat untuk mengakses sekaligus membagikan berbagai jenis konten. Selain itu, sebagai media berbasis video pendek, TikTok memungkinkan proses komunikasi visual berlangsung secara cepat melalui integrasi video, audio, teks, dan efek visual yang mendukung terbentuknya ekspresi kreatif pengguna di ruang digital (Shafira & Musi, 2025). Sejak 2024 hingga 2025, tradisi Pacu Jalur mengalami perubahan bentuk representasi di media sosial, khususnya TikTok, melalui tren yang dikenal sebagai Aura Farming.

Akun TikTok @pacu.jalur.story menjadi salah satu yang secara konsisten mengunggah konten tentang Pacu Jalur di platform TikTok. Beragam video telah

disebarluaskan secara konsisten oleh akun @pacu.jalur.story di mana mengunggah penampilan kegiatan Pacu Jalur mulai dari suasana perlombaan, proses persiapan, sampai pada momen ketika perahu melaju di sungai disertai sorakan riuh penonton. Konten yang ditampilkan kerap kali hanya menyoroti bagian tertentu dari jalannya perlombaan yang dinilai punya daya tarik visual. Konsistensi dalam unggahannya membuktikan ada upaya nyata untuk mendokumentasikan sekaligus menyebarluaskan kegiatan Pacu Jalur kepada *audiens* yang lebih luas melalui media sosial. Hadirnya akun seperti @pacu.jalur.story menjadi tanda ada fenomena produksi ulang konten oleh pengguna TikTok. Video yang diunggah tidak serta berupa dokumentasi langsung dari satu peristiwa secara utuh tetapi sering disajikan dalam tampilan potongan-potongan momen tertentu yang telah dipilih, diedit, dan dikemas kembali agar lebih menarik minat penonton. Contoh nyata dalam beberapa unggahan di mana gerakan para pendayung atau suasana perlombaan ditampilkan berulang dengan tambahan musik maupun efek tertentu. Penyajian seperti ini membuktikan bahwa kegiatan Pacu Jalur tidak hanya ditampilkan sebagai dokumentasi semata tetapi juga diproduksi ulang menjadi konten yang bertujuan meningkatkan daya tarik visual serta potensi penyebarannya. Contoh tampilan konten tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3 yang memperlihatkan unggahan video Pacu Jalur dari akun TikTok @pacu.jalur.story.



Gambar 1.3 Halaman TikTok Akun Pacu Jalur Story

Konten Pacu Jalur di TikTok yang di produksi dan di distribusi ulang memperlihatkan ada sebuah pola pengolahan kembali yang dilakukan berulang oleh para kreator dalam menampilkan kegiatan tersebut. Video yang diedarkan tidak selalu asal mulanya dari satu dokumentasi asli melainkan kerap kali diambil ulang, dipotong, lalu diedit dengan menambahkan unsur tertentu seperti musik, teks, maupun efek visual menyesuaikan dengan selera *audiens*. Satu momen serupa bahkan dapat muncul kembali dalam berbagai versi karena diunggah oleh banyak akun dengan gaya penyajian yang berbeda. Proses ini membuktikan bahwa konten Pacu Jalur telah bergeser dari sekadar rekaman kegiatan menjadi suatu materi yang terus diproduksi ulang untuk mempertahankan perhatian pengguna. Pemilihan aksi tertentu yang dianggap paling menarik minat seperti kekompakan gerakan pendayung atau suasana antusias perlombaan yang ramai, memperlihatkan ada kecenderungan untuk menekankan aspek visual yang punya potensi meraih respons tinggi dari *audiens*.

Kegiatan produksi ulang tersebut berkaitan langsung dengan konsep komodifikasi di mana praktik budaya mulai diperlakukan sebagai materi yang dapat diolah, dikemas, dan disebarluaskan untuk menarik perhatian. Komunikasi dan budaya yang dipelajari memuat komodifikasi sering diartikan sebagai proses ketika unsur budaya mulai ditempatkan masuk ke sistem produksi serta penyebaran yang lebih luas sehingga dapat menjangkau khalayak yang lebih besar (Hermayani et al., 2025). Komodifikasi diartikan sebagai proses ketika suatu objek, termasuk praktik budaya diubah menjadi sesuatu yang memiliki nilai untuk diproduksi, disebar, dan dikonsumsi oleh masyarakat (Mosco, 2009). Dalam konteks media sosial, komodifikasi berkaitan dengan aspek ekonomi serta memiliki hubungan dengan cara konten dikemas agar punya daya tarik untuk *audiens*. Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital turut serta memperluas proses ini karena beragam kegiatan masyarakat saat ini dapat direkam, ditampilkan, dan disebarluaskan kembali menjadi bentuk sebuah konten (Widyawati, 2019). Dengan demikian, komodifikasi budaya memang berkaitan dengan perubahan nilai suatu tradisi serta menyangkut perubahan cara tradisi tersebut dihadirkan, diperkenalkan, serta diketahui oleh masyarakat yang lebih luas. Keadaan ini membuktikan bahwa tradisi

tidak lagi hanya berada dalam ruang sosial masyarakat tetapi telah menjadi bagian dari arus distribusi konten di ruang digital. Setiap unggahan yang ditemui di platform TikTok di mana kegiatan perlombaan perahu tersebut tidak hanya ditampilkan sebagai rekaman yang terjadi di lapangan melainkan juga disajikan dalam beragam bentuk video yang diunggah oleh para pengguna media sosial.

Penelitian ini berfokus utama tidak hanya pada viralitas suatu tren tetapi menganalisis proses komodifikasi budaya yang terjadi ketika tradisi masuk ke dalam ruang digital. Meskipun tren *Aura Farming* kerap kali mengalami naik turun, jejak digital serta perubahan makna budaya masih dapat dianalisis sebagai bagian dari fenomena komunikasi budaya digital. Dalam konteks ini, masuknya tradisi Pacu Jalur ke ruang digital memperlihatkan bahwa budaya lokal kini telah masuk ke dalam sistem ekonomi media. Ketika suatu tradisi menjadi viral maka tradisi tersebut tidak lagi hanya berupa tontonan semata tetapi juga diproduksi ulang, dipakai untuk menarik perhatian serta dimonetisasi. Fenomena ini membuka peluang bahwa tradisi lain di Indonesia juga dapat mengalami proses yang sama ketika memasuki ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini secara relevan memahami Pacu Jalur serta dapat dipakai untuk melihat pola komodifikasi budaya lokal di era digital secara lebih luas.

Beberapa penelitian mengenai tradisi Pacu Jalur telah dilakukan, namun fokus kajiannya umumnya masih berkisar pada penyebaran budaya lokal dan representasi Pacu Jalur dalam media digital. Penelitian Tamrin et al. (2025) membahas bagaimana viralitas Pacu Jalur di TikTok memperluas eksposur budaya lokal kepada audiens global serta memperkuat identitas budaya masyarakat Kuantan Singingi. Selain itu, penelitian Fitriani et al. (2025) mengenai tren *aura farming* dalam media sosial menunjukkan bahwa konten budaya di TikTok memiliki kecenderungan dikemas dalam bentuk visual yang menarik agar lebih mudah memperoleh perhatian pengguna dan meningkatkan penyebaran konten di media digital. Penelitian Rusadi (2025) mengenai komodifikasi berita di media sosial menjelaskan bahwa konten digital cenderung dikemas berdasarkan potensi daya tarik audiens dan pola distribusi platform digital. Sementara itu, penelitian Mahardika (2026) tentang komodifikasi TikTok sebagai media komunikasi politik

calon presiden 2024 menunjukkan bahwa TikTok mendorong produksi konten yang menyesuaikan dengan logika viralitas, visualisasi pesan, dan engagement pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial mendorong berbagai bentuk konten untuk diproduksi dan disebarluaskan berdasarkan perhatian audiens digital. Namun, penelitian yang secara khusus mengaitkan proses komodifikasi tersebut dengan representasi budaya lokal dalam fenomena *aura farming* Pacu Jalur di TikTok masih belum banyak ditemukan.

Istilah *aura farming* termasuk masih baru dalam kajian akademik. Sampai saat ini pembahasan yang tersedia masih terbatas pada analisis tren digital serta performativitas identitas di media sosial. Sebuah fenomena *aura farming* kerap kali dibahas dalam konteks populer media sosial ataupun laporan berita sebagai tren visual di TikTok sementara bahasan ilmiah yang sistematis terkait implikasi budaya dan proses komodifikasinya masih belum banyak diterapkan. Keadaan ini membuat penelitian yang secara khusus mengaitkan tradisi lokal seperti Pacu Jalur dengan tren *aura farming* menjadi rupa komodifikasi simbolik di platform TikTok belum ditemukan. Berdasarkan telaah tersebut didapati bahwa ditemui kekosongan kajian pada pertemuan antara tradisi Pacu Jalur komodifikasi dalam ruang digital, dan fenomena *aura farming* sebagai praktik performatif kontemporer. Lewat penelitian ini, upaya penting dikerjakan secara penuh untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis cara Pacu Jalur direpresentasikan, dinegosiasikan, serta potensi mengalami komodifikasi dalam tren *aura farming* di TikTok. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting dan menarik untuk dikaji supaya dapat dimengerti suatu cara proses komodifikasi berlangsung serta apa implikasinya terhadap keberlanjutan nilai budaya di ruang digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses tradisi Pacu Jalur dikomodifikasikan dalam fenomena *Aura Farming* di platform TikTok?
2. Bagaimana arti makna budaya Pacu Jalur mengalami perpindahan setelah ditampilkan melalui fenomena *Aura Farming* di TikTok?
3. Bagaimana *audiens* memberi respon dan interpretasi konten *Aura Farming* Pacu Jalur yang ditampilkan di TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis suatu proses komodifikasi tradisi Pacu Jalur yang berlangsung dalam fenomena *aura farming* di platform TikTok termasuk cara konten diproduksi, dikemas, dan disebarluaskan dengan memanfaatkan unsur budaya sebagai sebuah strategi untuk menarik minat audiens.
2. Untuk membuktikan perpindahan arti makna budaya Pacu Jalur setelah ditampilkan dalam fenomena *aura farming* di platform TikTok khususnya yang berkaitan dengan pergeseran fungsi, nilai, dan posisi tradisi tersebut dari ruang budaya lokal ke dalam ruang digital.
3. Untuk mengetahui serta mengerti respon dan penafsiran *audiens* terhadap konten *aura farming* Pacu Jalur di TikTok termasuk cara *audiens* untuk memaknai, menerima, dan menilai representasi budaya Pacu Jalur di media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat memperluas wawasan dalam analisis komodifikasi budaya yang memposisikan tradisi Pacu Jalur dalam konteks fenomena *aura farming* di TikTok. Fokus penting penelitian tidak hanya mengenali budaya sebagai komoditas tetapi pada proses produksi konten, perubahan makna, serta tanggapan audiens dalam ekosistem media digital. Dipakainya penerapan teori komodifikasi budaya yang dikemukakan oleh Vincent Mosco (2009) mampu memperluas khususnya pada konteks budaya lokal yang bertatapan langsung dengan mekanisme algoritma dan ekonomi perhatian di media sosial. Hasil dari analisis diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik menjadi referensi penelitian serupa berikutnya yang menganalisis perubahan makna tradisi lokal dalam ruang digital.

2. Manfaat Praktis

Gambaran nyata diharapkan mampu diberikan dalam penelitian ini kepada para kreator konten dan pelaku budaya tentang bagaimana

proses komodifikasi berlangsung ketika diolah suatu tradisi lokal menjadi konten *aura farming* di TikTok. Hasil data penelitian ini diharapkan juga dijadikan bahan pertimbangan oleh komunitas Pacu Jalur serta para pemangku kepentingan daerah untuk sepenuhnya paham akan dampak representasi digital kepada arti makna budaya yang dimiliki. Manfaat langsung untuk masyarakat diharapkan pada penelitian ini di mana menjadi audiens agar lebih kritis saat memandang konten budaya yang viral sehingga tidak serta merta memandang sebagai suatu hiburan semata tetapi juga mendalami arti konteks serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya.